УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И ХОТЕЛИЈЕРСТВО

ДРУШТВЕНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА

др Милица Соларевић
др Снежана Бесермењи



НОВИ САД, 2026.

Универзитет у Новом Саду | Природно-математички факултет
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И ХОТЕЛИЈЕРСТВО

др Милица Соларевић · др Снежана Бесермењи

ДРУШТВЕНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА

ISBN: 978-86-7031-740-6

Главни и одговорни уредник (ПМФ)
Проф. др Срђан Рончевић, декан

Главни и одговорни уредник (ДГТХ)
Проф. др Лазар Лазић, директор

Уредништво
др Александра Драгин
др Милена Недељковић Кнежевић
др Млађен Јовановић

Рецензенти
др Татјана Пивац, редовни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет
др Марија Братић, редовни професор, Универзитет у Нишу, Природно-математички факултет

Лектор и коректор
Симонида Станковић

Издавач
ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
Трг Доситеја Обрадовића 3, тел: 021/450-104
www.dgt.uns.ac.rs

Одлуком број 0602-07-267/26-6 Наставно-научног већа Природно-математичког факултета у Новом Саду са седнице одржане 27. 8. 2026. рукопис је прихваћен за штампу као универзитетски уџбеник.

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

338.48(075.8)

СОЛАРЕВИЋ, Милица, 1986-
Друштвене основе туризма [Elektronski izvor] / Милица Соларевић, Снежана Бесермењи. - Нови Сад : Природно-математички факултет, 2026

Начин приступа (URL): https://www.dgt.uns.ac.rs/udzbenici/. - Опис заснован на стању на дан 6.10.2026. - Библиографија.

ISBN 978-86-7031-740-6

1. Бесермењи, Снежана, 1962- [autor]
а) Туризам -- Друштвени аспект

COBISS.SR-ID 202677257

ПРЕДГОВОР

Уџбеник „Друштвене основе туризма“ намењен је пре свега студентима основних академских студија туризма, као и географије, али и свима које занима како друштво ствара, обликује и доживљава туристичка кретања. Полазиште књиге је уверење да се туризам не може разумети само као привредна делатност: он је, пре свега, друштвена појава — израз потреба, вредности, култура и просторне организације друштава која путују и друштава која дочекују.

Књига је организована у седам поглавља која се надовезују као концентрични кругови. После уводног одређења предмета и метода, разматрају се човек и друштво као извори туристичких потреба; затим демографске основе туризма — број, структуре и кретање становништва; етносоцијалне основе — културе, вредности и цивилизацијске целине света; религија и туризам; простор и насеља као оквири и ресурси туристичких кретања; на крају, савремени друштвени трендови који све те основе преобликују. Свако поглавље повезано је унакрсно са осталима, јер су и друштвене појаве које описују нераздвојно повезане.

Дидактичка опрема уџбеника осмишљена је да олакша учење: оквири „ПОЈАМ У ФОКУСУ“ издвајају темељне дефиниције; спискови кључних појмова уводе у сваки одељак; табеле и слике систематизују градиво; примери — намерно бирани и из света и из Србије и региона — повезују теорију с искуством читаоца. На крају књиге налазе се речник кључних појмова (глосар) и литература. Литература обухвата класична дела друштвене географије и туризма, као и новије међународне изворе, како би читалац добио и темељ и савремени контекст.

Захваљујемо рецензентима на пажљивом читању и сугестијама које су текст учиниле бољим, колегама и студентима Природно-математичког факултета у Новом Саду на подстицајним разговорима, а нашим породицама и пријатељима на стрпљењу и подршци. Свесни да ниједан уџбеник није коначан, унапред захваљујемо и читаоцима који нам укажу на пропусте и могућности побољшања.

У Новом Саду, 2026.

Ауторке

САДРЖАЈ

1 УВОД....8
1.1 Предмет и значај друштвено-географских основа туризма....8
1.2 Туризам као друштвена појава....11
1.3 Методолошки приступ....15
1.3.1 Димензије друштвено-географског приступа у туризму....15
1.3.2 Анализе и методе у друштвено-географског истраживању туризма....17
2 ЧОВЕК, ДРУШТВО И ТУРИЗАМ....23
2.1 Туризам као друштвено-географски феномен....23
2.2 Друштвени услови развоја туристичких кретања....25
2.3 Туризам у савременом друштву....27
2.4 Локална заједница и друштвени односи у туризму....29
3 ДЕМОГРАФСКЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА....33
3.1 Број становника....34
3.2 Природно кретање становништва....43
3.3 Структуре становништва и њихов значај за туризам....53
3.3.1 Полно-старосна структура....54
3.3.2 Образовна структура....63
3.3.3 Економска структура....68
3.3.4 Верска структура становништва....76
3.3.5 Етничка структура становништва....78
3.3.6 Језичка структура становништва....80
3.3.7 Расна структура становништва....82
3.4 Домаћинства и породице....85
3.5 Миграције и мобилност....87
3.5.1 Појам, типологија и обрасци миграција....87
3.5.2 Миграције и туризам....91
3.5.3 Туристичка мобилност и нове форме кретања....92
3.6 Савремени популациони трендови у туризму....94
4 ЕТНОСОЦИЈАЛНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА....98
4.1 Појам и значај етносоцијалних вредности у туризму....98
4.2 Културно-географске целине и ареали у свету....101
4.2.1 Европска културно-географска целина....103
4.2.2 Руска и евроазијска културно-географска целина....106
4.2.3 Англоамеричка културно-географска целина....109
4.2.4 Латинска Америка и Кариби....112
4.2.5 Северна Африка и Југозападна Азија....114
4.2.6 Јужноазијска културно-географска целина....117
4.2.7 Источноазијска културно-географска целина....120
4.2.8 Југоисточноазијска културно-географска целина....122
4.2.9 Субсахарска Африка....125
4.2.10 Аустралија и Океанија....127
4.2.11 Контактне зоне, дијаспоре и вишеструки идентитети....129
4.3 Етносоцијалне карактеристике народа и туризам....132

4.3.1 Обичаји, обреди и нематеријално културно наслеђе....133
4.3.2 Музика, плес, ношња и традицијски занати....136
4.3.3 Гастрономска баштина, гостопримство и интеркултурна комуникација....139
4.3.4 Валоризација, заштита и користи за локалну заједницу....141
5 РЕЛИГИЈА И ТУРИЗАМ....143
5.1 Религија као друштвени феномен....144
5.1.1 Појам и друштвене функције религије....144
5.1.2 Типологија религија и верских заједница....146
5.2 Велике религије света и друштвено-географско наслеђе....148
5.2.1 Религијска разноврсност и просторни распоред....148
5.2.2 Јудаизам....152
5.2.3 Хришћанство....155
5.2.4 Ислам....158
5.2.5 Хиндуизам....161
5.2.6 Будизам....163
5.2.7 Џаинизам и сикизам....166
5.2.8 Религијске традиције источне Азије....170
5.2.9 Аутохтоне и народне религијске традиције....174
5.3 Религијски туризам и ходочашће као облици просторне мобилности....176
6 ПРОСТОР, НАСЕЉА И ТУРИЗАМ....181
6.1 Простор и насеља као основе туризма....181
6.2 Град и туризам....185
6.3 Рурални простор и туризам....189
7 САВРЕМЕНЕ ДРУШТВЕНЕ ПРОМЕНЕ И ТУРИЗАМ....193
7.1 Дигитална трансформација туризма....193
7.2 Туризам у условима глобалних криза и неизвесности....196
7.3 Од туристичког раста ка друштвено одговорном развоју....198
РЕЧНИК КЉУЧНИХ ПОЈМОВА....202
8 ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ....213

Списак слика

Слика 1. Методолошки приступ друштвено-географским истраживањима у туризму....17
Слика 2. Квантитативне методе у друштвеним основама туризма....19
Слика 3. Промене светске популације током људске историје....34
Слика 4. Раст светске популације од 1700. године са пројекцијама до 2100. године....35
Слика 5. Време дуплирања светске популације....36
Слика 6. Време увећања светске популације за једну милијарду....36
Слика 7. Број становника у свету 1950. године....37
Слика 8. Промена броја становника у свету 1950-2023. по макрорегионима....38
Слика 9. Промене броја становника четири најмногољудније државе света....38
Слика 10. Број становника у свету 2023. Године....40
Слика 11. Пројекције броја становника у свету до краја 21. века....40
Слика 12. Пројекција светске популације 2100. године према средњем сценарију раста....41
Слика 13. Стопа наталитета у свету, 1950–2023. године....44
Слика 14. Стопа наталитета у свету по државама, 2023. године....45
Слика 15. Стопа укупног фертилитета у свету, 1950–2023. године....46
Слика 16. Стопа укупног фертилитета у свету по државама, 2023. године....47
Слика 17. Однос данас живог становништва и свих људи који су икада живели....48
Слика 18. Стопа морталитета у свету, 1950–2023. године....49
Слика 19. Стопа морталитета у свету по државама, 2023. године....49
Слика 20. Стопа смртности деце млађе од пет година у свету, 2023. године....50
Слика 21. Стопа смртности одојчади у свету, 2023. године....50
Слика 22. Очекивано трајање живота при рођењу у свету, 1950–2023. године....51
Слика 23. Очекивано трајање живота при рођењу у свету по државама, 2023. године....51
Слика 24. Стопа природног прираштаја у свету по државама, 2023. године....53
Слика 25. Глобална популациона пирамида 1950-2023. године....56
Слика 26. Светска популациона пирамида 2026. године....56
Слика 27. Медијална старост у свету 2023. године....59
Слика 28. Просторни размештај најбројнијих популационих група....60
Слика 29. Становништво Јапана по старосним групама, 1950–2023....60
Слика 30. Становништво Нигерије по старосним групама, 1950–2023....61
Слика 31. Коефицијент укупне старосне зависности у свету, 2023. године....62
Слика 32. Коефицијент зависности младих у свету, 2023. године....62
Слика 33. Коефицијент зависности старих у свету, 2023. године....63
Слика 34. Кретање стопе писмености становништва у свету, 1820–2022. године....64
Слика 35. Стопа писмености становништва по регионима света, 2022. године....65
Слика 36. Светско становништво према највишем достигнутом нивоу образовања, 1950–2025. године....66
Слика 37. Удео становништва са терцијарним образовањем у свету по државама, 2020. године....66
Слика 38. Родни јаз у терцијарном образовању у свету, 2024. године....66
Слика 39. Графичко објашњење радне снаге и категорија економске структуре....68
Слика 40. Подела становништва према положају на тржишту рада 2025. године....69
Слика 41. Графичко појашњење стопе активности....69
Слика 42. Стопа економске активности у свету 2025. године....70
Слика 43. Стопа запослености у свету 2025. године....70
Слика 44. Категорије запослених лица у свету 2024. године....71
Слика 45. Стопа незапослености у свету 2025. године....72
Слика 46. Удео запослених у примарном, секундарном и терцијарном сектору, 2023. године....72
Слика 47. Стопа економске активности жена у свету 2025. године....73
Слика 48. Број запослених у туристичким делатностима на 1.000 становника по државама....74
Слика 49. Удео светске популације према верској припадности (водећој религији), 2020. година....77
Слика 50. Удео нерелигиозног становништва у земљама света у 2020. години....77

Слика 51. Број живих језика по земљама света у 2025. години....81
Слика 52. Просечна величина домаћинства по земљама света....86
Слика 53. Удео мигрантског становништва у држава света у 2024. години....89
Слика 54. Принудно расељена лица у свету 2016-2015. године....90
Слика 55. Хофстедеове димензије националне културе — поређење Србије, Немачке, Сједињених Америчких Држава, Кине и Јапана....100
Слика 56. Џамија-катедрала у Кордоби — пример слојевитог европског културног наслеђа....106
Слика 57. Биби-Ханим џамија у Самарканду — наслеђе средњоазијских градова и историјских путева размене....108
Слика 58. Имигранти на острву Елис око 1900. године — миграције као један од процеса обликовања англоамеричког културног простора....110
Слика 59. Мачу Пикчу — андски културни предео и наслеђе цивилизације Инка....114
Слика 60. Пијаца у медини Танжера — историјски урбани простор као место свакодневног живота и трговине....116
Слика 61. Тај Махал у Агри — могулско градитељско наслеђе и туристички симбол Јужне Азије....119
Слика 62. Забрањени град у Пекингу — царско наслеђе и савремени токови масовне посете....122
Слика 63. Боробудур на Јави — будистичко наслеђе у културном пејзажу Индонезије....124
Слика 64. Велики Зимбабве — археолошко наслеђе предколонијалне државности јужне Африке....126
Слика 65. Маорска кућа окупљања у Вакареварев — живо наслеђе, заједница и туристичка посета....129
Слика 66. Кинеска четврт у Сингапуру — дијаспорско наслеђе у савременом глобалном граду....131
Слика 67. Олтар за Дан мртвих у Мексико Ситију....134
Слика 68. Маскирани учесници фестивала Сурва у Перник, Бугарска....135
Слика 69. Коло и народна ношња као облици живог културног наслеђа у Србији....137
Слика 70. Локална продаја пољопривредних производа у Египту....140
Слика 71. Традиционална израда керамике у Бангладешу — вештина, рад и локална материјална култура....142
Слика 72. Степен религијске разноврсности по државама и територијама света, 2020. године Извор: Tong, 2026; Pew Research Center....151
Слика 73. Читање Торе у синагоги као средиште јеврејског богослужења Извор: Roy Lindman, 2011, Wikimedia Commons, CC BY-SA 3.0....153
Слика 74. Православна Васкршња литургија....157
Слика 75. Верници окупљени око Кабе у Великој џамији у Меки....160
Слика 76. Ходочасници током ритуалног купања у реци Ганг у Варанасију....163
Слика 77. Будистички ходочасници током молитве крај храма Махаводи у Бод Гаји....166
Слика 78. Сакрални простори џаинизма и сикизма: храмови Палитане у Гуџарату (лево) и верник пред Хармандир Сахибом у Амритсару (десно)....168
Слика 79. Обред у част Конфучија у Конфучијевом храму у Ћуфуу, Кина....170
Слика 80. Церемонија Егунгун у Мисесинту, Бенин — обредно представљање предака у јорубској традицији....176
Слика 81. Храм Светог Саве у Београду....178
Слика 82. Пудонг у Шангају — функција савременог мегаграда....185
Слика 83. Рурални културни предео Тоскане....191

Списак табела

Табела 1. Десет најмногољуднијих држава у свету 2023. године....39
Табела 2. Број становника у свету 2023. године по макрорегионима....39
Табела 3. Промена СУФ-а између 1950. и 2023. године....47
Табела 4. Стопа природног прираштаја по регионима света, 1950. и 2023. године....52
Табела 5. Преглед великих културно-географских макрорегиона релевантних за туризам....101
Табела 6. Културни ареали Европе и њихов значај за туризам....104
Табела 7. Културни ареали руског и евроазијског простора и њихов значај за туризам....107
Табела 8. Културни ареали Англоамерике и њихов значај за туризам....110
Табела 9. Културни ареали Латинске Америке и Кариба и њихов значај за туризам....112
Табела 10. Културни ареали Северне Африке и Југозападне Азије и њихов значај за туризам....115
Табела 11. Културни ареали Јужне Азије и њихов значај за туризам....118
Табела 12. Културни ареали Источне Азије и њихов значај за туризам....121
Табела 13. Културни ареали Југоисточне Азије и њихов значај за туризам....123
Табела 14. Културни ареали Субсахарске Африке и њихов значај за туризам....125
Табела 15. Културни ареали Аустралије и Океаније и њихов значај за туризам....128
Табела 16. Изабране контактне зоне и дијаспорски културни простори значајни за туризам....130
Табела 17. Десет популационо највећих градова света, 2025. године....186

1 УВОД

1.1 Предмет и значај друштвено-географских основа туризма

Кључни појмови

друштвена географија; становништво; насеља; туристичка кретања; локална заједница; туристичка дестинација; култура; простор; привреда; друштвено-географски елементи туризма

Туризам се не одвија у празном простору. Свако туристичко кретање полази из неког друштва, усмерава се ка одређеном простору и завршава се у средини у којој живе људи, постоје насеља, привредне активности, културне навике, облици свакодневног живота и различити односи према посетиоцима. Због тога се туризам не може разумети само као привредна делатност или као облик организованог путовања, већ и као друштвено-географска појава која повезује становништво, простор, насеља, културу, привреду и кретање људи.

Предмет друштвено-географских основа туризма јесте проучавање оних елемената друштвеног простора који утичу на настанак, развој, облике и последице туризма. У најширем смислу, то су: становништво, насеља, привреда, култура, друштвени односи и просторна организација људских активности. Туризам се у овом приступу не посматра издвојено од друштва, већ као појава која произилази из демографских, културних, економских и просторних карактеристика одређене средине. У средишту овог уџбеника зато нису основне дефиниције туризма, туристе или туристичке понуде, јер се оне изучавају у оквиру других наставних предмета, већ питање: **како друштвено-географски елементи простора обликују туризам и како туризам, повратно, мења друштвени простор?** Ово питање је посебно важно јер туристичке дестинације нису само места потрошње, већ простори живота. У њима становништво живи, ради, гради идентитет, користи јавни простор, одржава културне праксе и успоставља однос према туристима.

Stephen Williams туризам одређује као изразито географски феномен, јер он подразумева кретање људи, односе између туриста и места која посећују, као и економске, друштвене, културне и еколошке последице у локалним срединама (Williams, 2009). Тај приступ је значајан за друштвено-географске основе туризма јер показује да се туризам не може свести само на број долазака, ноћења или приходе. Иза сваког туристичког кретања стоје конкретни људи, простори, насеља, културе и локалне заједнице. **Основни друштвено-географски елементи туризма** могу се груписати у неколико међусобно повезаних целина:

- **становништво**, као извор туристичке тражње, носилац радне снаге у туризму и локална заједница која прихвата туристе;
- **насеља**, као простори концентрације становништва, услуга, саобраћаја, смештаја, културних садржаја и туристичке инфраструктуре;

- **култура и идентитет**, као основа привлачности многих дестинација, али и као осетљиво поље сусрета између локалног становништва и посетилаца;
- **привреда**, јер се туризам развија у оквиру ширих економских односа, тржишта рада, услужних делатности и регионалног развоја;
- **туристичка кретања**, као специфичан облик просторне мобилности становништва, условљен демографским, економским, културним и технолошким факторима.

СТАНОВНИШТВО има посебно место у проучавању друштвено-географских основа туризма. Број становника, густина насељености, старосна структура, миграције, ниво образовања, приходи, породични обрасци, религијска, етничка и језичка структура утичу на туристичка кретања и туристичку тражњу. Демографске промене не одређују само колико људи потенцијално може да путује, већ и ко путује, са ким путује, када путује, колико дуго остаје и какве облике туристичког искуства очекује. Извештај WTO и ETC (2010) наглашава да демографске промене утичу на обрасце туристичке тражње, укључујући учесталост путовања, дужину боравка, избор туристичких производа и начине комуникације са туристичким тржиштем (WTO & ETC, 2010).

Ова веза између становништва и туризма посебно долази до изражаја у условима савремених демографских промена. Старење становништва, смањење величине домаћинстава, промене породичних структура, урбанизација и миграције мењају и туристичке потребе и туристичке навике. WTO и ETC (2010) посебно анализирају старење становништва, структуру домаћинстава, породичне обрасце, урбано-руралну дистрибуцију и миграције као важне демографске факторе туризма. Демографске промене су један од важнијих покретача нових трендова у понашању потрошача у европским земљама, а старење становништва ће имати значајне последице за туристичку тражњу, посебно на страни прилагођавања производа и услуга старијим потрошачима. Yeoman и Butterfield (2010), са друге стране, указују да демографски обрасци обликују туристичку тражњу кроз појаве као што су самачка домаћинства, феминизација путовања, нове породичне структуре и путовања старијих чланова породице са унуцима, односно тзв. *grandtravellers* (Yeoman & Butterfield, 2010).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Становништво као друштвена основа туризма

Становништво је један од основних чинилаца туристичког развоја. Оно се у туризму јавља у више улога: као извор туристичке тражње, као локална заједница која прихвата посетиоце, као носилац културе и идентитета простора, али и као радна снага у туристичкој привреди. Бројност, размештај, старосна структура, миграције, образовање, приходи, културна и религијска обележја становништва утичу на то како се туризам развија, ко путује, какве потребе имају туристи и како локалне заједнице доживљавају туристичке промене.

НАСЕЉА су други важан друштвено-географски елемент туризма. Она представљају просторе у којима се концентришу становништво, услуге, саобраћајне везе, смештајни капацитети, јавни простори, културне институције и различити облици привредне активности. Туризам је зато тесно повезан са развојем градова, бања, села, приморских и планинских места, историјских језгара, верских центара и других типова насеља. Насеље није само физичка структура, већ и друштвени простор у којем се обликују навике, идентитети, симболи и односи који могу постати део туристичког искуства.

Географија насеља је важна за туризам јер омогућава разумевање просторног размештаја и функција насеља, њихове улоге у мрежи кретања, као и односа између туристичких садржаја и свакодневног живота локалног становништва. Туризам у градовима, на пример, зависи од културних институција, јавних простора, саобраћајне доступности, смештаја, гастрономије, догађаја и симболичке вредности градских пејзажа. Сеоски туризам, са друге стране, почива на односу између начина живота, локалне производње, гостопримства, пејзажа, традиције и могућности да посетилац доживи другачији ритам свакодневице.

Друштвено-географске основе туризма обухватају и проучавање **КУЛТУРЕ** као важног елемента туристичке привлачности. Туризам често усмерава пажњу ка специфичним елементима материјалне и духовне културе: архитектури, обичајима, верским објектима, језику, гастрономији, ношњи, музици, фестивалима, начину живота и локалним вредностима. Међутим, култура у туризму није само „садржај“ који се нуди посетиоцима. Она је део живота локалне заједнице, па се мора посматрати са осетљивошћу према њеном значењу, пореклу и улози у идентитету становништва.

Грчић (2014) наглашава да су културе и цивилизације неодвојиве од простора, културних региона, граница, центара, прожимања и историјског развоја људског друштва. За туризам је ово посебно важно јер показује да културни ресурси нису изоловани објекти или појединачне атракције. Они су део ширих културно-просторних система. Верски објекат, историјско језгро, традиционална кућа, локални фестивал или гастрономски производ имају туристичку вредност тек када се разуме њихов однос према простору, становништву и културној историји заједнице (Грчић, 2014).

ПРИВРЕДА је такође важан део друштвено-географског разумевања туризма. Туризам је привредна активност, али се не развија одвојено од осталих делатности. Он је повезан са саобраћајем, трговином, пољопривредом, занатством, културним индустријама, угоститељством, грађевинарством и јавним услугама. У многим срединама туризам постаје покретач локалног и регионалног развоја, али истовремено може створити зависност од сезонских прихода, притисак на простор, раст цена, промене у структури запослености и неједнак однос између интереса туристичке привреде и потреба локалног становништва.

Зато је важно да студенти туризма разумеју да се туристички развој не може мерити само растом броја посетилаца. Потребно је поставити и друга питања: ко има користи од туризма, ко сноси његове трошкове, како туризам утиче на свакодневни живот локалног становништва, да ли доприноси очувању културе и простора или их претвара у робу, и да ли је развој туризма усклађен са демографским и просторним капацитетима дестинације.

ТУРИСТИЧКА КРЕТАЊА представљају посебан облик просторне мобилности становништва. Она зависе од економских могућности, слободног времена, саобраћајне доступности, културних навика, политичких услова, безбедности, технологије и друштвених вредности. У савременом друштву кретање људи постаје једна од важних одлика начина живота, а туризам је један од његових највидљивијих облика. Urry (2000) је указао да мобилност има централну улогу у обликовању савременог друштвеног живота и културног идентитета, а туризам се може посматрати као важан део тих модерних мобилности (Urry, 2000).

Управо зато друштвено-географске основе туризма имају значајну образовну улогу. Оне омогућавају да се туризам разуме као појава која настаје из односа становништва, простора, насеља, културе и привреде. Такав приступ студентима помаже да туристичку дестинацију не посматрају само као производ, већ као живи простор у којем се преплићу интереси туриста, локалног становништва, привреде, институција и природног и културног наслеђа.

Предмет друштвено-географских основа туризма може се сажети у следећем: ова област проучава како становништво, насеља, култура, привреда и туристичка кретања обликују туризам, али и како туризам мења друштвени простор у којем се развија. Због тога је она неопходна за разумевање туризма не само као економске активности, већ као сложене друштвено-просторне појаве.

1.2 Туризам као друштвена појава

Кључни појмови

друштвена појава; туристичка кретања; мобилност; локална заједница; туристички сусрет; социокултурни утицаји; туристификација; просторне неједнакости; насеља; друштвени односи

Туризам је друштвена појава зато што настаје унутар друштва, зависи од друштвених услова и производи последице у друштвеном простору. Људи не путују само зато што постоје природне лепоте, културни споменици, смештајни капацитети или саобраћајне везе. Они путују онда када у одређеном друштву постоје слободно време, приходи, културна навика путовања, вредновање одмора, доступност информација, безбедност и могућност кретања. Зато туризам треба разумети као појаву која је повезана са начином живота становништва, организацијом рада, урбанизацијом, развојем саобраћаја, културном потрошњом и друштвеним очекивањима.

Као друштвено-географска појава, *туризам се увек одвија између два простора: простора из којег туристи полазе и простора у који долазе*. У простору поласка настаје туристичка тражња, условљена демографским, економским, културним и технолошким

карактеристикама становништва. У простору доласка туризам постаје део локалног живота, јер утиче на привреду, запосленост, јавни простор, насеља, културне праксе и односе између становника и посетилаца. Williams (2009) управо због тога наглашава да туризам ствара посебне односе између туриста и места која посећују, као и да присуство посетилаца оставља економске, друштвене, културне и еколошке последице у локалним срединама.

Туризам није само кретање људи кроз простор, већ и сусрет различитих друштвених група. У туристичком простору се сусрећу туристи, локално становништво, туристички радници, предузетници, јавне институције, посредници, инвеститори и различити корисници простора. Због тога туризам истовремено може бити извор прихода, могућност културне размене и подстицај локалног развоја, али и узрок притисака на простор, раста цена, сезонске зависности, промена у свакодневном животу и незадовољства локалне заједнице. Друштвени карактер туризма најбоље се види кроз неколико повезаних односа:

- однос туриста и локалног становништва, јер туризам подразумева сусрет људи различитих навика, језика, вредности и очекивања;
- однос туризма и насеља, јер туристички развој мења функције, изглед, ритам и коришћење градова, села, бања, приморских и планинских места;
- однос туризма и привреде, јер туризам утиче на запосленост, приходе, услужне делатности, тржиште рада и локални развој;
- однос туризма и културе, јер културно наслеђе, обичаји, религија, језик, гастрономија и начин живота постају део туристичког искуства;
- однос туризма и простора, јер туризам усмерава кретања, концентрише активности и мења вредност и симболичко значење појединих места.

У том смислу, туристичко кретање није неутрално. Оно у дестинацију доноси нове људе, нове потребе, новац, очекивања, слике и представе о месту. Истовремено, локална заједница не остаје пасивна. Она туризам прихвата, прилагођава му се, користи га, оспорава га или покушава да га усмери у складу са сопственим интересима. Теорија друштвене размене и даље је један од најчешћих оквира у истраживању подршке локалног становништва туризму, али новија истраживања све више укључују институционалне, просторне и методолошки разноврсније приступе (Hadinejad et al., 2019).

Подршка становника туризму зависи од тога да ли локална заједница туризам доживљава као извор користи или као извор трошкова. Када туризам доноси запослење, приходе, улагања у инфраструктуру и већу видљивост места, становници га чешће прихватају. Када, међутим, туризам доводи до гужви, раста цена, притиска на становање, промене локалних навика или осећаја губитка контроле над простором, однос према туристичком развоју може постати критичан. Стога, истраживање социјалних утицаја туризма треба да превазиђе једноставно мерење ставова становника и да дубље

анализира процесе, односе моћи и сложене везе између туризма и заједница домаћина (Seyfi et al., 2024).

Williams (2009) указује да су социокултурни односи у туризму дуго били мање истраживани од економских и еколошких последица, делом зато што су веровања, праксе и друштвене промене теже мерљиви класичним истраживачким техникама. Ово је важно за разумевање туризма као друштвене појаве, јер раст броја туриста, ноћења и прихода не говори довољно о томе како туризам мења локалне односе, свакодневицу, културне праксе, осећај припадности месту и начин на који становници доживљавају сопствени простор. Социокултурне последице туризма није увек лако издвојити од других процеса друштвене промене. Глобални медији, миграције, дигитална комуникација, урбанизација и тржишни процеси такође мењају локалне културе, па је потребно опрезно тумачити шта је непосредна последица туризма, а шта део ширег друштвеног преображаја. Култура није статична стварност, већ се мења под утицајем различитих фактора, међу којима туризам може бити важан, али не и једини чинилац (Williams, 2009).

Туризам као друштвена појава посебно је видљив у насељима. У градовима, туризам може оживети запуштена језгра, подстаћи обнову наслеђа, развој услуга, културних програма и јавних простора. Истовремено, он може допринети расту цена становања, измештању становника, промени структуре трговине и претварању делова града у просторе намењене пре свега посетиоцима. Урбани или градски туризам није само сектор којим треба управљати, већ политичко-економска сила која учествује у обликовању урбаног развоја, неједнакости, јавног простора, становања и свакодневног живота становника

Управо зато је појам туристификације све важнији за разумевање савременог туризма. Туристификација означава процес у којем простор, услуге, становање, култура и свакодневица све више почињу да се прилагођавају туристичкој потрошњи. Умерен туристички развој може донети користи локалној заједници, али прекомерна туристификација може довести до тога да место постепено губи функције важне за становнике, док добија функције намењене привременим посетиоцима. Врло често, овај феномен се повезује са ширим питањима прекомерног туризма, локалних отпора и забринутости становника у дестинацијама у којима туристички раст превазилази капацитете простора и заједнице (Milano et al., 2024).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Туристификација

Туристификација је процес у којем се простор, услуге и свакодневни живот све више прилагођавају потребама туриста. Она може донети нове приходе, обнову простора и већу видљивост дестинације, али може изазвати и раст цена, гужве, промену структуре локалних услуга, притисак на становање и осећај да становници губе контролу над сопственим местом. Због тога туристификацију не треба разумети само као економски процес, већ као друштвено-географску промену (Milano et al., 2019).

Туризам је друштвена појава и зато што је повезан са неједнаким могућностима кретања. Не путују сви људи под истим условима. Могућност путовања зависи од прихода, пасоша, визних режима, здравственог стања, старости, рода, породичних обавеза, радног статуса и приступа информацијама. Истовремено, док су туристи мобилни, многи становници туристичких простора могу бити економски зависни од сезонског рада, изложени несигурним условима запослења или притиснути растом трошкова живота. Стога, урбане туристичке мобилности треба анализирати и кроз питање неједнакости и социјалне правде (Milano et al., 2024).

Са становишта друштвене географије, важно је да се туризам посматра као део ширих просторних односа. Он повезује места порекла и места доласка, урбане и руралне просторе, центре и периферије, развијене и мање развијене регионе. Туристичка кретања могу допринети регионалном развоју, али могу и продубити неједнакости ако се користи концентришу у малом броју актера или простора. Зато туризам као друштвена појава не подразумева само питање колико људи путује, већ и питање ко путује, ко ради у туризму, ко управља простором, ко остварује добит и ко сноси друштвене и просторне последице туристичког развоја.

Туризам је, такође, повезан са културним представама о простору. Туристи не долазе у дестинацију без претходних очекивања. Они често већ имају слику о месту, насталу кроз медије, интернет, друштвене мреже, туристичку промоцију, школско знање, породичне приче или популарну културу. Та слика утиче на то шта ће у дестинацији тражити, фотографисати, купити, посетити или сматрати „аутентичним“. Зато туризам не производи само кретање, већ и представе, симболе и вредновања простора. Грчић (2014) културе и цивилизације посматра као просторно-историјске системе, што је за туризам важно јер подсећа да културни простори нису случајни скупови атракција, већ резултат дугих процеса настанка, прожимања, граница, центара и комуникација.

Туризам као друштвена појава мора се зато посматрати и кроз питање одговорности. Туристички развој није сам по себи ни добар ни лош. Његови ефекти зависе од начина планирања, односа према локалној заједници, расподеле користи, очувања простора, поштовања културе и способности дестинације да управља променама. Ако се туризам развија без разумевања становништва и насеља, он може постати извор притисака и конфликата. Ако се развија уз учешће локалне заједнице, просторну осетљивост и друштвену одговорност, он може бити важан чинилац локалног развоја, културне видљивости и међукултурног разумевања.

Због тога је за студенте важно да туризам не посматрају само као „индустрију путовања“, већ као друштвено-просторни процес. Туризам обједињује кретање становништва, промене у насељима, економске интересе, културне представе, односе између домаћина и гостију, локалне идентитете и глобалне токове. Управо у тој

сложености налази се његов значај за друштвено-географско проучавање.

1.3 Методолошки приступ

Кључни појмови
друштвено-географски приступ; димензије анализе; просторна анализа; демографска анализа; теренско истраживање; квалитативне методе; квантитативне методе; мешовите методе; триангулација; дигитални извори података

Методолошки приступ у проучавању друштвено-географских основа туризма полази од чињенице да туризам није једноставна, једнодимензионална појава. Он истовремено обухвата кретање становништва, просторну организацију насеља, економске активности, културне праксе, односе између локалног становништва и посетилаца, као и промене у начину коришћења простора. Због тога се туризам не може изучавати само једном методом, нити само из једне научне перспективе. За његово разумевање потребно је повезати географски, демографски, социолошки, културолошки, економски и планерски приступ (Williams, 2009; Timothy, 2018).

У оквиру друштвених основа туризма, методологија има задатак да помогне у разумевању неколико основних питања: где се туризам развија, ко учествује у туристичким кретањима, како становништво и насеља обликују туризам, какве последице туризам оставља у локалном простору и на који начин се туристичке промене могу тумачити у ширем друштвеном контексту. Зато методолошки приступ није само техничко питање избора метода, већ начин мишљења о туризму као друштвено-просторној појави.

У географском проучавању туризма посебно је важан однос између људи и простора. Туризам подразумева кретање, али и односе који настају у местима поласка, проласка и доласка. Друштвено-географски приступ зато не посматра туристичку дестинацију само као производ или скуп ресурса, већ као простор у којем се преплићу становништво, насеља, привреда, културне праксе и различити интереси. Такав приступ омогућава да се анализирају и туристички токови и локалне последице туристичког развоја (Williams, 2009).

1.3.1 Димензије друштвено-географског приступа у туризму

Друштвено-географски приступ у туризму подразумева препознавање и познавање више димензија анализе. Оне показују шта је предмет истраживања, односно које стране туристичке појаве треба посматрати како би се разумела њена веза са становништвом, насељима, простором, културом и привредом.

- **Просторна димензија** односи се на размештај туристичких кретања, дестинација, ресурса, смештајних капацитета, саобраћајне инфраструктуре и туристичких функција у простору. Она помаже да се разуме зашто се туризам развија у одређеним местима, како се туристичке активности концентришу и какве просторне последице могу настати у дестинацијама. У туризму простор није само физичка површина, већ и друштвено организован простор у којем се преплићу

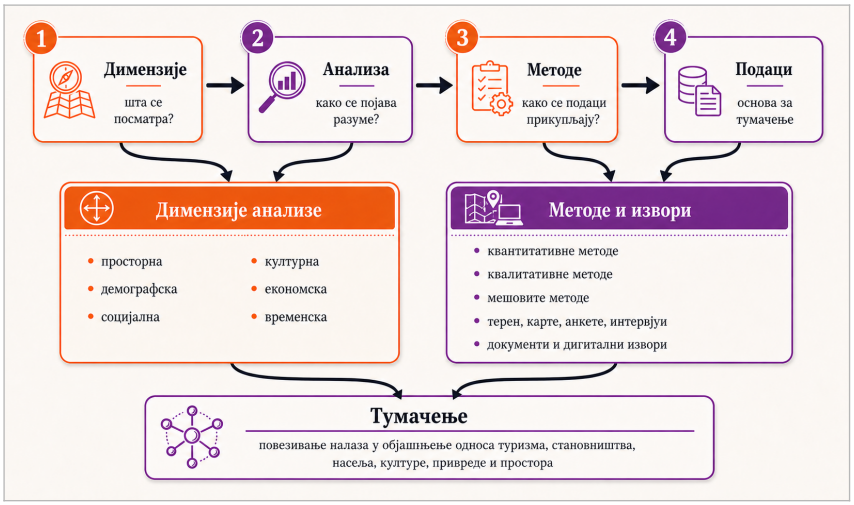
кретања, интереси, симболи, функције и односи моћи (Hall, 2012; Timothy, 2018).

- **Демографска димензија** обухвата бројност, структуру, размештај и кретање становништва. Она је важна јер становништво представља извор туристичке тражње, радну снагу у туризму и локалну заједницу која живи у туристичком простору. Старосна структура, миграције, густина насељености, образовање, приходи и породични обрасци утичу на туристичке потребе, навике и могућности путовања. Демографске промене зато не мењају само величину туристичког тржишта, већ и његову структуру, сезоналност, облике путовања и очекивања туриста (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010).
- **Социјална димензија** односи се на односе између туриста, локалног становништва, запослених у туризму, институција, предузетника и других актера. Она омогућава да се анализирају ставови становника према туризму, односи домаћина и гостију, питања учешћа локалне заједнице, социјалне користи и трошкови туристичког развоја. Ова димензија је посебно важна јер показује да туризам није само економска активност, већ и облик друштвеног односа који може довести до сарадње, прилагођавања, али и тензија у локалној заједници (Hadinejad et al., 2019; Seyfi et al., 2024).
- **Културна димензија** усмерена је на културно наслеђе, идентитет, обичаје, религију, језик, гастрономију, симболе и начине представљања културе у туризму. Она је важна зато што култура није само туристички ресурс, већ и део живота локалне заједнице. Када културни садржаји постану део туристичке понуде, потребно је разумети њихово порекло, значење, употребу и могуће последице њихове комерцијализације. Култура у туризму не треба да се посматра као збир атракција, већ као живи систем вредности, пракси и просторних идентитета (Грчић, 2014; Williams, 2009).
- **Економска димензија** анализира туризам као део привреде, тржишта рада, локалног и регионалног развоја. Она обухвата запосленост, приходе, предузетништво, сезоналност, зависност од туризма, као и питање расподеле користи и трошкова у локалној заједници. Туризам може подстаћи развој услуга, саобраћаја, трговине, пољопривреде, занатства и културних делатности, али може створити и економску зависност, сезонску нестабилност и неједнаку расподелу добити.
- **Временска димензија** омогућава разумевање развоја туризма кроз време. Она обухвата историјске промене, сезоналност, животни циклус дестинације, дугорочне демографске трендове и промене у туристичким навикама. Без временске димензије није могуће разумети како је нека дестинација настала, како се мењала и какве изазове може очекивати у будућности. Туризам се увек развија у одређеном историјском и друштвеном контексту, па је за његово разумевање важно пратити и краткорочне и дугорочне процесе (Williams, 2009).

1.3.2 Анализе и методе у друштвено-географског истраживању туризма

Ове димензије показују шта се у туризму анализира, али не и саме поступке истраживања. Због тога је *потребно разликовати димензије друштвено-географске анализе од метода истраживања*. Димензије указују на аспекте туризма који се проучавају, док методе представљају начине на које се подаци прикупљају, обрађују и тумаче.

У претходном поглављу наведене су **димензије** друштвено-географске анализе туризма: просторна, демографска, социјална, културна, економска и временска. Оне показују које стране туристичке појаве треба посматрати да би се разумео однос туризма, становништва, насеља, културе, привреде и простора. **Анализа** је, у том смислу, шири поступак разумевања одређене појаве. Она подразумева да се сложена појава „разложи“ на важне елементе, да се утврде односи међу њима и да се добијени подаци протумаче. На пример, демографска анализа туризма не значи само прикупљање података о броју становника, већ тумачење како старосна структура, миграције, породични обрасци или густина насељености утичу на туристичку тражњу, радну снагу у туризму и локалну заједницу. **Методе** су конкретни начини прикупљања, обраде и тумачења података. Оне представљају истраживачке поступке који омогућавају да се анализа спроведе. На пример, ако желимо да урадимо демографску анализу неке туристичке дестинације, можемо користити пописне податке, статистичку обраду, анкету, интервјуе са становницима, картографски приказ или теренско посматрање.



Слика 1. Методолошки приступ друштвено-географским истраживањима у туризму

Извор: Аутори

Дакле, анализа је шири оквир тумачења, а методе су алати којима се до тог тумачења долази (Слика 1):

- димензија анализе показује који аспект туризма посматрамо, на пример становништво, простор, културу или привреду;
- анализа подразумева тумачење тог аспекта и његових веза са туризмом;
- методе су конкретни поступци којима прикупљамо и обрађујемо податке потребне за анализу.

Пример: ако је предмет истраживања развој туризма у бањском насељу, демографска димензија упућује на то да треба посматрати структуру становништва и посетилаца. Демографска анализа тумачи како старење становништва, здравствене потребе, миграције или структура домаћинстава утичу на развој бањског туризма. Методе које се могу користити јесу анализа пописних података, статистика туристичког промета, анкета са посетиоцима, интервјуи са запосленима и теренско посматрање простора. Због тога у друштвено-географском проучавању туризма анализе и методе нису супротстављене, већ повезане. **Анализа показује шта желимо да разумемо, а методе нам омогућавају да до тог разумевања дођемо на систематичан и проверљив начин.**

У друштвено-географском проучавању туризма користе се различите анализе и методе. Њихов избор зависи од истраживачког питања, доступних података, простора који се проучава и врсте појава које треба објаснити. Када је циљ да се анализирају бројност, структура и кретање становништва, користи се демографска анализа. Када је у фокусу размештај туристичких активности, доступност, структура насеља или просторни притисци, користи се просторна анализа. Када је потребно разумети ставове, искуства, вредности и локалне односе, користе се квалитативне методе, док се за мерење учесталости, образаца, структура и трендова користе квантитативне методе.

Једна од основних анализа у овом пољу јесте **демографска анализа**. Она омогућава да се утврде бројност становништва, старосна и полна структура, миграције, густина насељености, образовна и економска структура, као и културна обележја становништва. Ови подаци су важни јер показују потенцијалну туристичку тражњу, радну снагу у туризму, структуру локалне заједнице и могуће социјалне последице туристичког развоја. У том смислу, подаци о становништву нису само статистичка позадина, већ основа за разумевање односа између друштва и туризма. Демографска анализа се може ослањати на попише становништва, статистичке годишњаке, базе националних статистичких институција, податке међународних организација, локалне развојне планове и истраживања на терену. Савремени демографски извори важни су јер омогућавају праћење дугорочних трендова као што су старење становништва, пад фертилитета, миграције, урбанизација и промене у регионалној дистрибуцији становништва. Ови процеси имају значајне последице за будуће обрасце мобилности, рада, потрошње и туристичке тражње (United Nations, 2024; WTO & ETC, 2010).

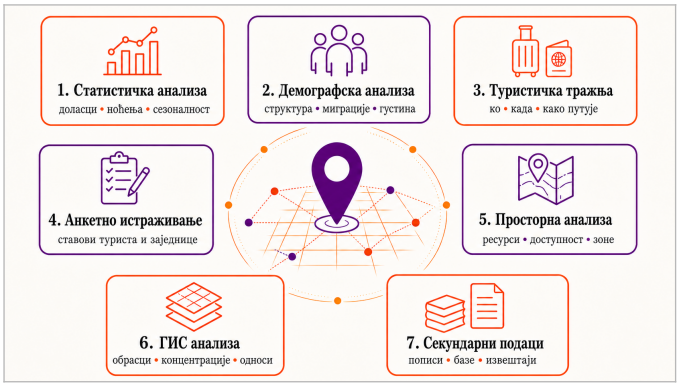
Друга важна анализа је **просторна анализа**. Она омогућава да се истраже размештај туристичких ресурса, просторна структура насеља, саобраћајна доступност, концентрација туристичких активности, односи центра и периферије, као и просторни притисци које туризам може створити. Просторна анализа је посебно важна зато што туризам увек укључује место, дистанцу, кретање, доступност и територијалне односе. Без разумевања просторног контекста није могуће објаснити зашто се туризам развија у одређеним дестинацијама, зашто неки

простори постају туристички привлачнији од других и како туристички развој утиче на локалну организацију простора (Hall, 2012; Timothy, 2018).

Просторна анализа у туризму може бити квантитативна и квалитативна. Квантитативни приступ обухвата картографисање туристичких токова, анализу густине туристичких садржаја, мерење доступности, анализу коришћења земљишта и рад са географским информационим системима. Квалитативни приступ, са друге стране, омогућава разумевање значења места, локалног идентитета, симболичке вредности простора и начина на који становници и туристи доживљавају дестинацију. Оба приступа су важна, јер туризам истовремено има мерљиве просторне обрасце и симболичке, културне и друштвене димензије (Hall, 2012; Timothy, 2018). Просторна анализа у туризму проучава где се туристичке активности јављају, како су распоређене, како су повезане са становништвом, насељима, саобраћајем и ресурсима, као и какве последице остављају у простору. Она може укључити карте, статистичке показатеље, теренско посматрање, анализу доступности, ГИС алате, али и тумачење симболичког значења места. Зато просторна анализа није само техничко картографисање, већ начин да се разуме однос између туризма, простора и друштва.

Након одређивања димензија и анализе, потребно је изабрати методе којима ће се подаци прикупљати, обрађивати и тумачити. У друштвено-географском проучавању туризма најчешће се комбинују **квантитативне и квалитативне методе**, јер туризам истовремено има мерљиве показатеље — број туриста, ноћења, капацитете, просторни размештај, демографску структуру — али и тешко мерљиве димензије, као што су ставови локалног становништва, доживљај места, културни идентитет и односи између туриста и заједнице домаћина (Williams, 2009; Molina-Azorín & Font, 2016).

Квантитативне методе користе се када је потребно анализирати бројеве, структуре, учесталости, просторне обрасце и трендове. Оне омогућавају да се појаве мере, упоређују и прате кроз време. У туризму су посебно важне јер омогућавају анализу туристичког промета, структуре туриста, просторне концентрације активности, демографских показатеља и економских ефеката туристичког развоја (Hall, 2012; Timothy, 2018).



Слика 2. Квантитативне методе у друштвеним основама туризма

Извор: Аутори, према Williams, 2009; Molina-Azorín & Font, 2016.

У друштвено-географском проучавању туризма посебно су значајне (Слика 2):

- статистичка анализа туристичког промета — број долазака, број ноћења, дужина боравка, сезоналност, структура туриста;
- демографска анализа — бројност, размештај, старосна и полна структура становништва, миграције, густина насељености, образовна и економска структура;
- анализа туристичке тражње — ко путује, када путује, колико често, са ким путује и које облике туристичких услуга користи;
- анкетно истраживање — испитивање ставова туриста, локалног становништва, запослених у туризму или представника институција;
- просторна и картографска анализа — размештај туристичких ресурса, смештајних капацитета, саобраћајне доступности, туристичких зона и просторних притисака;
- ГИС анализа — коришћење географских информационих система за анализу просторних образаца, доступности, концентрације туристичких активности и односа између туризма и других функција простора;
- анализа секундарних података — коришћење пописа, статистичких годишњака, база туристичког промета, извештаја међународних организација и локалних планских докумената.

Квантитативне методе су посебно корисне када је потребно показати размере појаве, упоредити различите просторе или пратити промене кроз време. На пример, оне могу показати како се мења број туриста у једној дестинацији, каква је старосна структура посетилаца, где су концентрисани смештајни капацитети или како се туристички промет мења по сезонама. Међутим, оне саме не могу увек објаснити значење тих промена за локално становништво, па их је у друштвено-географским истраживањима често потребно повезати са квалитативним методама (Williams, 2009; Molina-Azorín & Font, 2016).

Квалитативне методе користе се када је потребно разумети значења, ставове, искуства, вредности, културне праксе и односе који се не могу у потпуности објаснити бројевима. Оне су нарочито важне у проучавању локалних заједница, туристичког искуства, културног идентитета и социокултурних последица туризма, јер омогућавају да се туризам сагледа из перспективе актера који у њему учествују или живе са његовим последицама (Williams, 2009; Hadinejad et al., 2019; Seyfi et al., 2024).

Најчешће се користе (Hadinejad et al., 2019; Seyfi et al., 2024):

- полуструктурисани и дубински интервјуи — разговори са локалним становништвом, туристима, запосленима у туризму, представницима институција и другим актерима;
- фокус групе — групни разговори који омогућавају увид у заједничке ставове, конфликте, очекивања и искуства;
- теренско посматрање — непосредно праћење простора, понашања туриста, свакодневног живота насеља и односа између посетилаца и локалне заједнице;

- анализа садржаја — анализа туристичких брошура, веб-сајтова, медијских текстова, друштвених мрежа, промотивних материјала и планских докумената;
- анализа дискурса — проучавање начина на који се дестинација, становништво, култура или туристички развој представљају у јавном говору;
- студија простора или студија дестинације — детаљно проучавање једног насеља, региона, туристичке зоне или локалне заједнице;
- визуелне методе — фотографисање, анализа фотографија, мапирање перцепција и посматрање визуелног представљања простора.

Квалитативне методе су важне јер омогућавају да се разуме како људи доживљавају туризам. На пример, статистика може показати да број туриста расте, али интервјуи са становницима могу открити да они тај раст доживљавају као оптерећење, као прилику за зараду, као губитак приватности или као промену идентитета места. Управо зато су квалитативне методе посебно значајне у истраживању социјалних утицаја туризма и односа између туристичког развоја и локалне заједнице (Hadinejad et al., 2019; Seyfi et al., 2024).

Мешовите методе и триангулација: у савременом проучавању туризма све чешће се користе мешовите методе, односно повезивање квантитативних и квалитативних приступа. Оне су посебно погодне за друштвено-географска истраживања, јер омогућавају да се просторни и статистички подаци повежу са искуствима, ставовима и тумачењима различитих актера. Истраживања о мешовитим методама у туризму показују да оне могу допринети ширењу, продубљивању и провери резултата, посебно у областима као што су одрживи туризам, локалне заједнице и сложени друштвени процеси (Molina-Azorín & Font, 2016; Huang et al., 2025).

На пример, истраживање једне туристичке дестинације може да обухвати: статистичку анализу броја туриста и ноћења; картографску анализу размештаја смештаја и туристичких садржаја; анкету са локалним становништвом; интервјуе са представницима туристичке привреде; теренско посматрање јавних простора; анализу локалних планских докумената и туристичке промоције. Посебно је важна **триангулација**, односно *упоређивање више извора података и више метода*. Ако се, на пример, ставови локалног становништва истражују само анкетом, добијају се корисни, али ограничени подаци. Када се анкета допуни интервјуима, посматрањем простора и анализом локалних докумената, могуће је добити потпунију слику о односу туризма и локалне заједнице. Триангулација је зато важна не само као технички поступак, већ као начин да се избегне једнострано тумачење сложених туристичких процеса (Molina-Azorín & Font, 2016).

У новијим истраживањима све већу улогу имају и *дигитални извори података*. Друштвене мреже, онлајн рецензије, геолокацијски подаци, платформе за резервацију смештаја, дигиталне фотографије и коментари туриста могу помоћи у разумевању просторних и временских образаца туристичког кретања, туристичког задовољства и начина на који се дестинације представљају и доживљавају. Истраживања показују да подаци са друштвених мрежа могу бити

корисни за анализу просторних и временских образаца туризма, као и за испитивање туристичких преференција, искустава и задовољства, посебно у просторима где су традиционални извори података ограничени (Bhatt & Pickering, 2023). Ипак, дигиталне изворе треба користити опрезно. Они не обухватају све групе туриста подједнако, јер зависе од приступа интернету, дигиталне писмености, навике објављивања садржаја и коришћења одређених платформи. Због тога дигитални подаци могу бити корисна допуна, али не и потпуна замена за статистичке податке, теренска истраживања, анкете и интервјуе.

2 ЧОВЕК, ДРУШТВО И ТУРИЗАМ

2.1 Туризам као друштвено-географски феномен

Кључни појмови

друштвено-географски феномен; становништво; простор; насеља; мобилност; туристичка кретања; локална заједница; туристичка дестинација; култура; привреда; друштвени односи

Туризам је један од највидљивијих облика савременог кретања становништва. Он повезује места поласка и места доласка, урбане и руралне просторе, локалне заједнице и глобалне токове, свакодневни живот и привремено измештање из њега. Због тога се туризам у оквиру друштвено-географских основа не посматра само као привредна делатност, нити само као облик одмора, већ као сложена појава у којој се преплићу становништво, простор, насеља, култура, економија и различити облици мобилности. Друштвено-географско разумевање туризма полази од питања где се туризам развија, ко учествује у туристичким кретањима, какве друштвене и просторне услове туризам подразумева и како мења средине у којима се одвија. Туристичко путовање увек има просторну путању, али и друштвени садржај: оно укључује људе, њихове потребе, навике, вредности, приходе, слободно време, културна очекивања и могућности кретања. Зато туризам није само промена места боравка, већ и облик друштвеног живота који се остварује кроз простор.

У географском смислу, туризам је важан зато што производи и повезује *просторе*. Један простор постаје извор туристичке тражње, други постаје дестинација, а између њих се успостављају токови људи, новца, информација, слика, очекивања и услуга. Туристичка дестинација, у том смислу, није само место у које туристи долазе, већ простор у којем већ постоје становници, насеља, привредне активности, културно наслеђе, јавне услуге, саобраћајна инфраструктура и локални интереси. Управо зато туризам треба посматрати као друштвено-просторни процес, а не само као кретање потрошача према туристичким ресурсима (Williams, 2009; Saarinen, 2014).

Туризам је друштвено-географски феномен и зато што у њему *становништво* има више улога. Становништво је извор туристичке тражње, јер туристи долазе из одређених демографских, економских и културних средина. Истовремено, становништво је и локална заједница која живи у туристичком простору, ради у туристичкој привреди, чува или мења локалне културне праксе и свакодневно се сусреће са последицама туристичког развоја. Због тога се у проучавању туризма морају узети у обзир бројност становништва, старосна и полна структура, миграције, густина насељености, образовање, приходи, породични обрасци, језичка, етничка и религијска структура. Овакво разумевање посебно је важно јер туризам не настаје независно од друштвених услова. Људи путују онда када постоје одређени предуслови: слободно време, расположиви приходи, саобраћајна доступност, безбедност, информисаност, културна навика путовања и

друштвено прихватање одмора као вредности. Туристичка кретања зато нису случајна, већ су повезана са развојем становништва, урбанизацијом, променама у раду и слободном времену, растом образовања, технолошким развојем и променама животних стилова (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010).

У простору дестинације, туризам се најчешће остварује кроз *насеља*. Градови, бање, села, приморска места, планинска насеља, верски центри и историјска језгра постају туристички значајни не само због појединачних атракција, већ због целине коју чине простор, становништво, функције, инфраструктура и симболичка вредност места. Туристички развој зато утиче на функције насеља: на смештај, саобраћај, трговину, јавне просторе, културне институције, локалну привреду и ритам свакодневног живота. У том смислу, насеље није само „локација“ туризма, већ један од његових основних друштвено-географских оквира (Saarinen, 2014).

Туризам је повезан и са *привредом*, али се не може свести само на економске ефекте. Он доноси приходе, запослење, предузетничке могућности, развој услуга и подстицај локалној инфраструктури. Међутим, истовремено може довести до сезонске зависности, раста цена, притиска на становање, неједнаке расподеле добити и промене локалних функција простора. Зато је у друштвено-географском приступу важно питање не само колико туризам доноси прихода, већ и ко има користи од туристичког развоја, ко сноси његове трошкове и како се туризам уклапа у постојећу структуру локалне привреде (Williams, 2009; Saarinen, 2014).

Посебно важна карактеристика туризма јесте *мобилност*. Туризам подразумева кретање људи, али и кретање ствари, слика, информација, новца, услуга, очекивања и симбола. Туристи не долазе у дестинацију без претходних представа: они често већ имају слику о месту, насталу кроз медије, друштвене мреже, туристичку промоцију, породична искуства или образовање. Истовремено, дестинације се припремају за поглед туриста: простори се уређују, наслеђе се интерпретира, услуге се прилагођавају, а локална култура се често представља у облику који је разумљив и привлачан посетиоцима. Туризам је зато део ширих мобилности савременог друштва, а не само физичко путовање од једног места до другог (Sheller, 2023; Sheller & Urry, 2004).

Друштвено-географски карактер туризма види се и у односу између туриста и *локалне заједнице*. Туристи у дестинацију долазе привремено, док локално становништво у том простору живи трајно или дугорочно. Оно користи исти јавни простор, инфраструктуру, услуге и природне и културне ресурсе који се нуде туристима. Због тога туризам може бити извор сусрета, размене и економских користи, али и извор конфликата, притисака и осећаја да се простор све више прилагођава привременим посетиоцима, а све мање сталним становницима. Истраживања ставова становника према туризму показују да подршка туризму зависи од тога да ли локална заједница

препознаје користи, али и од тога како доживљава трошкове и промене које туризам доноси (Hadinejad et al., 2019; Šegota et al., 2024).

Друштвено-географски приступ туризму зато подразумева посматрање туризма кроз више међусобно повезаних питања:

- ко путује и из којих друштвених и демографских услова;
- куда се туристичка кретања усмеравају и зашто;
- какву улогу имају насеља у развоју туризма;
- како туризам утиче на локално становништво и свакодневни живот;
- како се култура и идентитет укључују у туристичку понуду;
- какве економске користи и трошкове туризам производи;
- како туристички развој мења функције и значења простора.

Стога, важно је да се туризам не посматра само као „делатност“ или „индустрија“, већ као процес који повезује човека, друштво и простор. Туризам утиче на то како се простори користе, како се насеља развијају, како локалне заједнице доживљавају своје место и како се култура представља другима. Истовремено, туризам зависи од становништва, његових потреба, могућности, навика, старосне структуре, миграција и начина живота. Управо зато је он једна од важних тема друштвене географије и неопходан део разумевања савремених просторних и друштвених промена.

2.2 Друштвени услови развоја туристичких кретања

Кључни појмови

туристичка кретања; друштвени услови; слободно време; доходак; мобилност; урбанизација; индустријализација; саобраћај; социјална права; животни стилови

Туристичка кретања не настају спонтано, нити се могу објаснити само постојањем привлачних простора. Да би путовање постало редовна и шире доступна друштвена пракса, потребно је да у друштву постоје услови који га омогућавају: слободно време, расположив доходак, саобраћајна доступност, организациона подршка, правна сигурност и културно прихватање путовања као пожељне активности. Зато се развој туристичких кретања мора посматрати као део ширих друштвених трансформација, а не само као последица развоја туристичке привреде (Williams, 2009; WTO & ETC, 2010).

Један од темељних друштвених предуслова туристичких кретања јесте **појава слободног времена** као посебно вреднованог сегмента свакодневног живота. У прединдустријским друштвима кретања ван места становања постојала су и раније, али су она углавном била повезана са трговином, религијом, образовањем, администрацијом или елитним облицима путовања. Са индустријализацијом и јаснијим раздвајањем времена рада и времена одмора, као и постепеним институционалним признавањем права на одмор, створени су шири услови да путовање ради одмора, рекреације и културног искуства постане доступно већем броју људи. Право на плаћени годишњи одмор и ширење социјалних права радника представљали су важан темељ ширења туризма изван уских елитних кругова (Higgins-Desbiolles, 2011; Williams, 2009).

Други важан услов јесте **раст доходака и животног стандарда**. Путовање подразумева трошак, али одлука о путовању не зависи само

од висине прихода. На њу утичу и структура домаћинства, трошкови превоза и смештаја, време, породичне обавезе, здравствено стање и процена сопствених могућности. Истраживања о подстицајима и ограничењима учешћа у туристичким путовањима показују да су време, новац и животне околности међу кључним факторима који обликују туристичко учешће, што значи да су туристичка кретања истовремено економски и социјално условљена (Silva & Correia, 2008).

Развој туристичких кретања тесно је повезан и са **урбанизацијом**. Градови концентришу становништво, доходак, образовање, културне установе, саобраћај и услуге, па зато постају главна исходишта туристичке тражње. Истовремено, урбани начин живота производи потребу за привременим измештањем из рутине, густине становања, радног темпа и просторно ограничене свакодневице. Зато су урбана друштва током времена постала кључни генератори туристичких кретања, док су рурални, приморски, планински и бањски простори често развијани као простори одмора, рекреације и опоравка (Williams, 2009). Са развојем туризма уско је повезан и **саобраћајни и технолошки напредак**. Развој железнице, друмског саобраћаја, аутомобилизма, масовније авијације и дигиталних система резервације постепено је смањивао трошкове, време и организационе баријере путовања. Туристичка кретања су због тога постала бржа, просторни домет путовања већи, а дестинације доступније различитим друштвеним групама. У савременом друштву мобилност више није само питање физичког кретања, већ и питање инфраструктуре, технологије, повезаности и друштвене приступачности, а туризам је један од највидљивијих израза тих ширих мобилности (Sheller, 2023; (Urry & Larsen, 2011).

Важан друштвени услов развоја туристичких кретања јесте и **ширење образовања и културног капитала**. Образовање утиче на знање о свету, интересовање за друге просторе, разумевање културног наслеђа, спремност за путовање и способност сналажења у различитим друштвеним и културним срединама. Туризам зато није само последица материјалних могућности, већ и културних навика и вредности. У друштвима у којима се путовање доживљава као део образовања, личног развоја, породичног живота или културне потрошње, туристичка кретања добијају јачи друштвени легитимитет и постају стабилнији део животног стила (Грчић, 2014; Urry & Larsen, 2011). У савременим условима посебну улогу имају и **промене у структури становништва и домаћинстава**. Старење становништва, мањи број чланова домаћинства, већи број самачких домаћинстава, промене породичних образаца, већа економска активност жена и продужење животног века утичу на структуру туристичке тражње и на ритам туристичких кретања. Зато развој туризма не зависи само од броја становника, већ и од њихове старосне, породичне, економске и културне структуре. Савремени демографски трендови не мењају само величину тржишта, већ и облике путовања, дужину боравка, сезоналност и типове услуга које различите групе очекују (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010; United Nations, 2024).

Туристичка кретања обликују и друштвене представе о одмору, рекреацији и пожељном начину живота. У том смислу, туризам је увек и културно посредован: људи путују не само зато што могу, већ и зато што је путовање у многим друштвима постало део пожељног начина живота, породичног ритма, потрошачке културе и друштвеног статуса. Медији, школа, туристичка промоција и друштвене мреже учествују у стварању слика о томе шта је „добар одмор“, које су дестинације пожељне и каква искуства треба тражити. Зато су туристичка кретања условљена не само инфраструктуром и приходима, већ и системом вредности и културним очекивањима (Urry & Larsen, 2011; Williams, 2009).

Из друштвено-географске перспективе посебно је важно да се туристичка кретања не схватају као универзално доступна. Могућност путовања распоређена је неједнако: она зависи од прихода, старости, здравственог стања, породичних обавеза, статуса запослења, образовања, држављанства, визних режима и других облика друштвене укључености или искључености. Зато је развој туризма истовремено и развој могућности кретања, али и огледало неједнакости које одређују ко може да путује, а ко остаје изван туристичких токова. Туризам је, у том смислу, и простор слободе и простор друштвене селекције (Higgins-Desbiolles, 2011; Silva & Correia, 2008). Туристичка кретања се зато најбоље могу схватити као резултат деловања више повезаних услова: економских, демографских, културних, технолошких, правних и просторних. Управо то их чини погодним предметом друштвено-географског проучавања. Она нису само вид привременог премештања људи, већ израз начина на који друштво организује рад и одмор, вреднује мобилност, распоређује ресурсе и обликује односе између свакодневног и туристичког простора (Williams, 2009; WTO & ETC, 2010; Sheller, 2023; Urry & Larsen, 2011).

2.3 Туризам у савременом друштву

Кључни појмови

савремено друштво; глобализација; мобилност; дигитализација; платформификација; туристификација; одрживост; локална заједница; демографске промене; друштвене неједнакости

Туризам у савременом друштву више није споредна појава везана искључиво за одмор и рекреацију, већ један од важних облика мобилности, потрошње, културног искуства и просторне трансформације. Он је истовремено део свакодневног живота, привреде, медијске културе и начина на који друштва замишљају слободно време, квалитет живота и однос према простору. Савремени туризам зато треба посматрати као друштвено-географски процес који повезује глобалне токове и локалне просторе, технолошке промене и културне праксе, као и индивидуалне изборе и структурне услове живота (Williams, 2009; Urry & Larsen, 2011).

Једно од основних обележја савременог друштва јесте **јачање мобилности**. Кретање људи, информација, слика, новца и услуга постало је једна од кључних карактеристика касномодерног света, а туризам представља један од његових највидљивијих израза. У том контексту туристичка путовања не означавају само физичко премештање из једног простора у други, већ и учешће у ширим

мобилним мрежама које повезују рад, одмор, потрошњу, комуникацију и дигитално посредоване представе о местима. Савремени туризам је зато тесно повезан са тзв. новим мобилностима, у оквиру којих се путовање не разуме само као транспорт, већ као друштвени однос, културна пракса и просторна организација свакодневице. (Sheller, 2023; Urry & Larsen, 2011). Савремени туризам обликује и **глобализација**. Она је омогућила ширење туристичких токова, повећала повезаност дестинација, олакшала приступ информацијама и подстакла стандардизацију појединих туристичких услуга. Истовремено, глобализација није довела до потпуног брисања просторних разлика, већ је, напротив, повећала вредност локалних посебности, културних идентитета и аутентичности као туристичких ресурса. Зато савремени туризам истовремено иде у правцу глобалног повезивања и локалног издвајања: дестинације желе да буду доступне светском тржишту, али и довољно препознатљиве да би се разликовале од других простора (види 7.3) (Williams, 2009; Грчић, 2014).

У савременом друштву туризам је снажно обликован **дигитализацијом**. Све фазе путовања — од избора дестинације до дељења искуства — данас су у великој мери посредоване дигиталним платформама, друштвеним мрежама и мобилним апликацијама. Дигитализација је променила не само туристичко тржиште, већ и сам доживљај путовања: туристи истовремено бораве у физичком простору и у дигиталној сфери, где места добијају видљивост, симболичку вредност и нове облике потрошачке привлачности. Због тога савремени туризам више није могуће разумети без увида у улогу дигиталних посредника, платформи и података у обликовању туристичких токова и понашања (Bhatt & Pickering, 2023). Са дигитализацијом је повезана и **платформификација** туризма, односно све већа улога дигиталних платформи у организацији смештаја, превоза, видљивости дестинација и туристичке потрошње. Овај процес је омогућио лакше повезивање понуде и тражње, већу флексибилност и бржу доступност информација, али је истовремено отворио и бројна питања која се тичу регулације, рада, пореза, становања и односа између туристичких функција и свакодневног живота локалних заједница (Milano et al., 2024).

Савремено друштво доноси и промене у структури туристичке тражње. Старење становништва, мањи број чланова домаћинства, пораст самачких домаћинстава, промене породичних образаца, већа економска активност жена и продужење животног века мењају начин на који људи путују, трајање боравка, потребу за приступачним услугама и типове туристичких искустава који се траже. То значи да туризам у савременом друштву све више мора да одговара на демографску разноликост, а не само на идеју „просечног туристе“ (WTO & ETC, 2010; United Nations, 2024). Поред демографских промена, савремени туризам обликују и промене у раду и слободном времену. Флексибилни облици рада, рад на даљину, хибридни ритмови живота и брисање граница између рада, одмора и боравка у различитим местима доводе до појаве нових туристичких и квазитуристичких

облика мобилности. У том смислу, савремени туризам се све чешће прожима са привременим боравком ради рада, креативности, самопредстављања и дигитално подржаног начина живота. То значи да туризам у савременом друштву не можемо увек јасно одвојити од других облика мобилности, јер се границе између туристе, привременог боравка, рада и слободног времена постепено замагљују (Kozak et al., 2024; Sheller, 2023).

Једно од кључних питања савременог туризма јесте одрживост. Пандемија, климатске промене, енергетски изазови, еколошки притисци и локални отпори према прекомерном туризму појачали су расправе о томе да ли је досадашњи модел сталног раста туристичких токова дугорочно одржив (детаљније у 7.3). Савремени туризам све више се повезује са потребом да се истовремено узму у обзир економски, социјални, културни и еколошки аспекти развоја, као и интереси различитих актера: локалног становништва, посетилаца, привреде и институција. Овај заокрет не значи одустајање од туризма, већ све снажнији захтев да се он планира одговорније, критички и у складу са капацитетима дестинације (Palazzo et al., 2022; Milano et al., 2019).

Савремени туризам такође све јасније показује друштвене неједнакости у приступу мобилности. Не путују сви под истим условима, нити сви доживљавају простор на исти начин. Приходи, држављанство, виза ограничења, старост, инвалидитет, здравствено стање, породичне обавезе и дигитална укљученост утичу на то ко има могућност да путује, како путује и са којим ограничењима. Новија истраживања о туризму и ограниченој мобилности посебно показују да савремени туризам не треба посматрати само из перспективе слободе кретања, већ и из перспективе препрека, зависности и неједнаке доступности туристичких искустава (Tao et al., 2026). Управо зато туризам у савременом друштву треба разумети као сложен друштвено-географски процес који повезује мобилност, потрошњу, културу, насеља, локалне заједнице и глобалне токове.

2.4 Локална заједница и друштвени односи у туризму

Кључни појмови

локална заједница; друштвени односи; домаћини и гости; друштвени утицаји туризма; туристификација; социјална размена; локални идентитет

Туризам се не одвија у празном простору. Он увек улази у средину у којој већ постоје становништво, насеља, установљени облици привређивања, културне праксе, локални идентитети и свакодневни ритмови живота. Зато локална заједница није споредан елемент туристичког развоја, већ један од његових основних носилаца, посредника и критеријума вредновања. Простор који туристи доживљавају као дестинацију за становнике је место живота, рада, припадности и свакодневице, па се свака туристичка промена истовремено одражава и на друштвене односе унутар те заједнице. Без разумевања локалне заједнице није могуће разумети ни стварне социјалне последице туризма, ни начин на који се туристички развој

прихвата, преобликује или оспорава (Williams, 2009; Smith, 1989).

Однос између локалне заједнице и туризма једна је од кључних димензија друштвено-географског проучавања туризма зато што туризам истовремено може бити извор прихода, запослења, обнове простора и културне видљивости, али и извор притиска на свакодневни живот, јавне ресурсе, становање, културне праксе и локалне облике друштвене кохезије. Зато се не може полазити од претпоставке да локално становништво туризам аутоматски подржава или аутоматски одбацује. Ставови становника зависе од начина на који они доживљавају користи и трошкове туристичког развоја, али и од тога колико су у туризам укључени, где живе у односу на туристичке зоне, каква је структура локалне привреде и колико су укључени у процесе одлучивања (Hadinejad et al., 2019; Seyfi et al., 2024).

У класичним антрополошким и социолошким приступима туризму однос између локалног становништва и посетилаца често се објашњавао кроз модел домаћина и гостију. Тај модел је важан зато што скреће пажњу на чињеницу да туризам није само економска размена, већ и облик друштвеног сусрета између оних који у простору бораве привремено и оних који у њему живе дугорочно. Тај сусрет никада није потпуно неутралан: он је обликован односима моћи, културним разликама, очекивањима, економским зависностима и симболичким вредновањем простора. Локална заједница зато не представља само „позадину“ туристичке понуде, већ активног актера који може прихватати, прилагођавати, преговарати или оспоравати туристички развој (Smith, 1989; Williams, 2009). Један од најчешће коришћених теоријских оквира за разумевање ставова локалног становништва јесте теорија социјалне размене. Према овом приступу, становници су склонији да подрже туризам онда када сматрају да он доноси више користи него трошкова. Користи могу бити економске, инфраструктурне, културне или симболичке, док трошкови могу бити повезани са гужвама, буком, растом цена, притиском на простор, културним променама или осећајем губитка контроле над местом. Овај приступ је био веома утицајан у истраживањима, али новија литература показује да ставови становника не зависе само од индивидуалног биланса користи и трошкова, већ и од идентитета, поверења у институције, учешћа у локалном одлучивању и начина на који заједница доживљава сопствену позицију у туристичком развоју (Ap & Crompton, 1998; Nunkoo & Gursoy, 2012; Hadinejad et al., 2019).

Локална заједница не доживљава туризам једнако у свим фазама развоја дестинације. У почетним фазама он се често доживљава као развојна прилика, нарочито ако доноси нова радна места, подстиче обнову инфраструктуре или оживљава просторе који су раније били економски маргинализовани. Како туристички развој напредује, расту и могућности за напетости: повећава се притисак на јавни простор, цене некретнина и трошкови живота могу расти, а локалне услуге се све више прилагођавају туристима уместо становницима. Управо због тога су у истраживањима ставова локалног становништва важни и

интензитет туристичког развоја и конкретан просторни контекст дестинације (Almeida-García et al., 2015; Milano et al., 2019).

У савременом туризму посебно су важне расправе о туристификацији и просторној правди. Туристификација означава процес у коме се простор, услуге, становање и свакодневни живот све више прилагођавају потребама посетилаца. То може значити оживљавање одређених делова града или насеља, али и слабљење функција важних за локално становништво. Када станови прелазе у краткорочни најам, када локалне продавнице уступају место сувенирницама и угоститељству, када јавни простор постаје пре свега простор потрошње, туризам мења друштвену функцију насеља. У том контексту, локална заједница више не поставља само питање да ли туризам доноси приходе, већ и питање ко има право на простор и у чију корист се место преобликује (Milano et al., 2024; Milano et al., 2019).

Питање учешћа локалне заједнице у планирању туризма постало је једно од кључних мерила одговорног туристичког развоја. Ако се туризам планира без становника, он се лако своди на управљање простором у корист посетилаца и инвеститора. Ако су становници укључени у процесе одлучивања, ако имају приступ информацијама, могућност да изнесу ставове и реалан утицај на правце развоја, већа је вероватноћа да ће туризам бити усклађенији са локалним потребама и просторним капацитетима. У том смислу, однос локалне заједнице и туризма није само социолошко питање ставова, већ и политичко питање учешћа, легитимитета и права на одлучивање о простору у коме се живи (Seyfi et al., 2024; Nunkoo & Gursoy, 2012).

У друштвено-географским анализама нарочито је важно питање свакодневног живота. Туризам често утиче на ритам места: мења се начин коришћења јавних простора, сезонски расте број корисника инфраструктуре, мењају се саобраћајни токови, обрасци потрошње и доступност услуга. Оно што се у туристичкој промоцији представља као жива атмосфера, за становнике може значити повећану гужву, мању приватност или осећај да је сопствени простор постао позорница за туђе искуство. Управо зато су друштвени односи у туризму увек и односи око свакодневице, а не само око туристичке привреде (Williams, 2009; Milano et al., 2024). С друге стране, туризам може имати и позитивне друштвене ефекте ако се развија у мери и облику који локална заједница може да прихвати и користи. Обнова јавних простора, очување наслеђа, развој културних програма, јачање локалне видљивости, подстицај локалном предузетништву и отварање могућности за останак становништва у појединим срединама могу бити важни резултати туристичког развоја. То значи да питање није да ли је туризам „по природи“ добар или лош за локалну заједницу, већ под којим условима, у чију корист и у ком обиму се развија.

Ово је посебно видљиво у просторима који су непосредно изложени већем приливу људи и променама у локалном окружењу. Истраживање ставова локалног становништва у Србији у контексту мигрантске руте показало је да људи који живе у насељима директно захваћеним кретањем миграната и избеглица испољавају знатно

негативније ставове од становника насеља која нису била у непосредном контакту са тим процесима. Иако се не ради о класичном туристичком кретању, овај пример је методолошки важан јер показује колико су просторна близина, интензитет контакта и свакодневно искуство значајни за обликовање локалних ставова према доласку „других“ у сопствени простор (Solarević & Božić, 2018). Управо зато локална заједница и друштвени односи у туризму не смеју се посматрати као споредна тема у односу на туристички промет, смештајне капацитете или економске ефекте. Они представљају једно од средишњих питања разумевања туризма као друштвено-географске појаве. Туризам мења простор зато што мења друштвене односе унутар тог простора: између становника и посетилаца, између различитих група становника, између локалних интереса и спољних улагања, између свакодневног живота и туристичке потрошње. Зато је за разумевање туризма неопходно разумети локалну заједницу не као пасивног посматрача, већ као просторни и друштвени субјект туристичких промена (Smith, 1989; Williams, 2009; Seyfi et al., 2024).

3 ДЕМОГРАФСКЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА

Демографске основе туризма полазе од тога да се туристички процеси не могу разумети без познавања основних обележја и промена становништва. **Демографија као научна дисциплина проучава број становника, његов просторни размештај, структуру, природно и механичко кретање, као и дугорочне промене које обликују популациони развој**. За туризам су ти процеси важни зато што одређују величину и динамику потенцијалне туристичке базе, структуру локалних заједница, расположиву радну снагу и шири друштвени контекст у коме се туристичка кретања развијају. Зато демографска анализа у туризму не представља само статистичку позадину, већ један од темељних оквира за разумевање савремених друштвено-географских процеса (United Nations, 2024; Smith et al., 2013; Williams, 2009).

После Другог светског рата свет је ушао у фазу снажног популационог раста. Према проценама Уједињених нација, светска популација је порасла са око 2,5 милијарди 1950. године на око **8,2 милијарди 2024**. године, док се у наредним деценијама очекује наставак раста, али споријим темпом и уз постепену стабилизацију средином друге половине 21. века. Истовремено, савремена демографска слика света више није обележена само растом становништва, већ и падом фертилитета, старењем, променама у морталитету и све израженијим регионалним разликама у популационој динамици. То значи да број становника више није довољан сам за себе, већ га је неопходно тумачити заједно са другим показатељима природног и механичког кретања становништва (United Nations, 2024; OECD, 2024).

У европском контексту демографске промене имају посебну тежину. Подаци Еуростат-а показују да се европско становништво развија под утицајем ниског фертилитета, дужег животног века, старења и промењене структуре домаћинстава, док су у појединим државама природно смањење становништва и негативан природни прираштај већ постали трајни обрасци. Такви процеси су важни не само за општу демографску анализу, већ и за разумевање туристичких простора, јер утичу на величину локалних популација, снагу домаћег тржишта, структуру потрошње, расположивост радне снаге и одрживост појединих дестинација (Eurostat, 2024; 2025a; 2025b).

Савремена демографска литература зато инсистира на томе да се становништво не посматра статично, већ као систем у непрестаној промени. Број становника, фертилитет, морталитет, природни прираштај, густина насељености, концентрација и поларизација становништва представљају основне показатеље без којих није могуће разумети ни ширу друштвену динамику. У туризму су они важни зато што показују дугорочне оквире у којима се касније обликују и

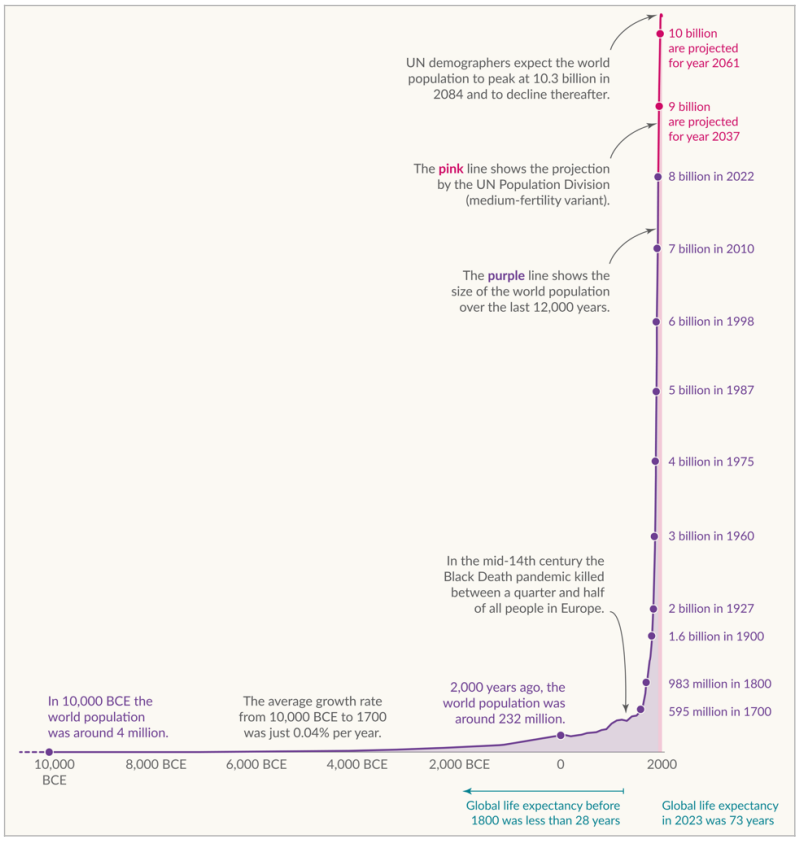
туристичка тражња и просторни развој дестинација. Због тога ће ово поглавље најпре обрадити основне демографске показатеље, затим структуре становништва, миграције и мобилност, а потом и савремене популационе трендове који све више утичу на туризам у свету и Европи (Smith et al., 2013; United Nations, 2024; WTO & ETC, 2010).

3.1 Број становника

Кључни појмови

број становника; светска популација; популациони раст; дуплирање становништва

Број становника представља основни демографски показатељ. Он показује **укупну величину популације на одређеном простору** и омогућава да се сагледа демографска снага државе, региона или локалне заједнице. Иако сам по себи не објашњава све демографске процесе, број становника је неопходан за разумевање општег популационог развоја, јер тек на основу њега постаје могуће тумачити природно кретање становништва, структуре становништва, миграције и дугорочне популационе промене (United Nations, 2024; Smith et al., 2013).



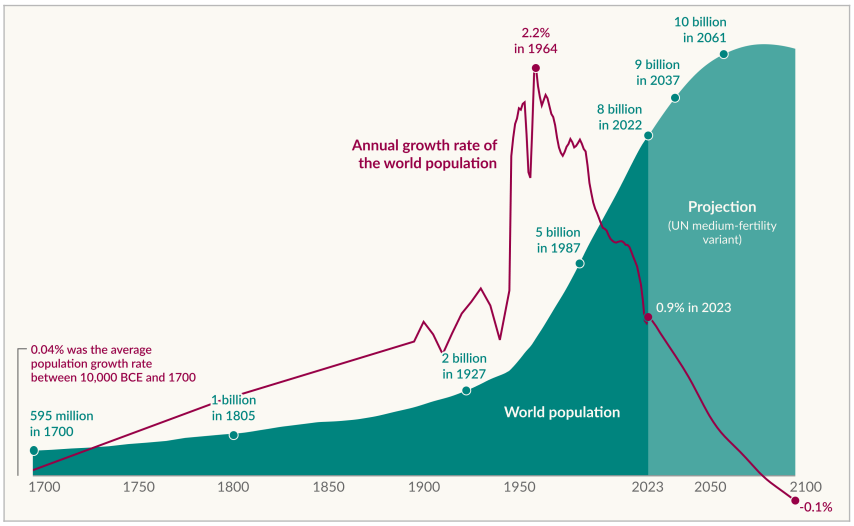
Слика 3. Промене светске популације током људске историје

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Промене у броју становника света биле су изузетно споре током највећег дела људске историје. Ослањајући се на историјске реконструкције и податке Уједињених нација, сматра се да је светска популација пре око 12.000 година бројала приближно 4 милиона људи, док је око 1700. године износила око 595 милиона (Слика 3) . До крупне промене долази тек после 1800. године: светска популација је тада била нешто мање од 1 милијарде, да би у наредна два века порасла на око 8 милијарди. То значи да је готово целокупан велики пораст

светског становништва релативно новијег датума и да представља обележје модерног доба, а не дуготрајну историјску константу (Hawks et al., 2000; Roser et al., 2023).

Дугорочни раст броја становника није текао равномерним темпом. До 18. века популација је расла врло споро, а просечна годишња стопа раста била је веома ниска. После тога долази до постепеног убрзања, а највеће промене дешавају се током 19. и нарочито 20. века. Сајт и база података *Our World in Data* наглашава да је светски број становника са око 1 милијарде 1800. године порастао на 2 милијарде 1927., на 3 милијарде 1960., на 4 милијарде 1975., на 5 милијарди 1987., на 6 милијарди 1998., на 7 милијарди 2010. и на 8 милијарди 2022. године. Ови подаци јасно показују колико је популациони раст у модерном периоду био убрзан, посебно у другој половини 20 века (Слика 3, Слика 4) (Roser et al., 2023).



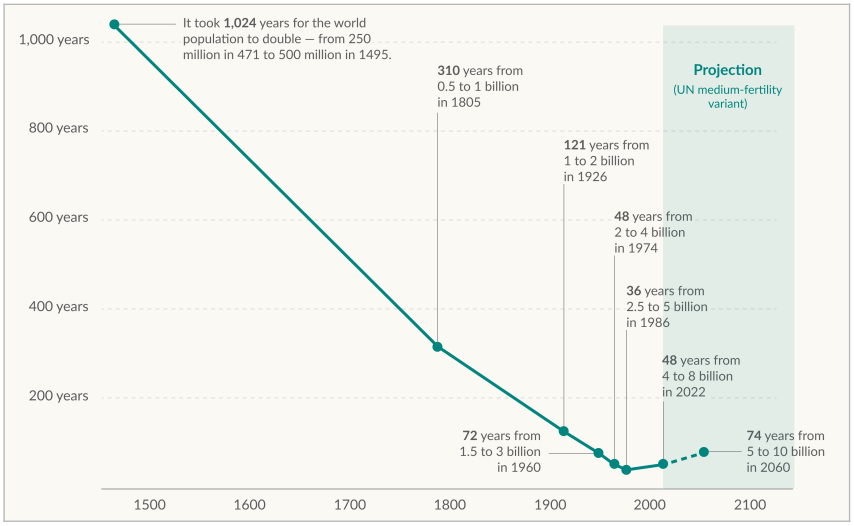
Слика 4. Раст светске популације од 1700. године са пројекцијама до 2100. године

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Један од најважнијих налаза је да светска популација данас више не расте експоненцијално. За експоненцијални раст било би неопходно да стопа раста остане приближно иста током дужег временског периода. Међутим, Our World in Data, на основу података Уједињених Нација, показује да је глобална стопа раста становништва достигла врхунац почетком 1960-их, око 2,3% годишње, а да је од тада у сталном опадању. То значи да светска популација и даље расте, али све спорије. Према истом извору, очекује се да ће се раст наставити још неколико деценија, да ће свет достићи око 9 милијарди око 2037. и 10 милијарди око 2061. године, а да ће врхунац од око 10,3 милијарде бити достигнут током 2080-их, након чега следи благо опадање (Слика 4) (Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024).

Додатни увид у динамику популационог раста даје податак о времену потребном да се светска популација удвостручи (Слика 5). Our World in Data показује да је у прошлости за удвостручавање броја становника било потребно више векова, док је у 20. веку тај процес био драматично убрзан. Најбрже удвостручавање догодило се између 1950. и 1986. године, када је светска популација порасла са 2,5 на 5 милијарди становника за само 36 година. После тог периода раст почиње да успорава, па се и време удвостручавања поново продужава.

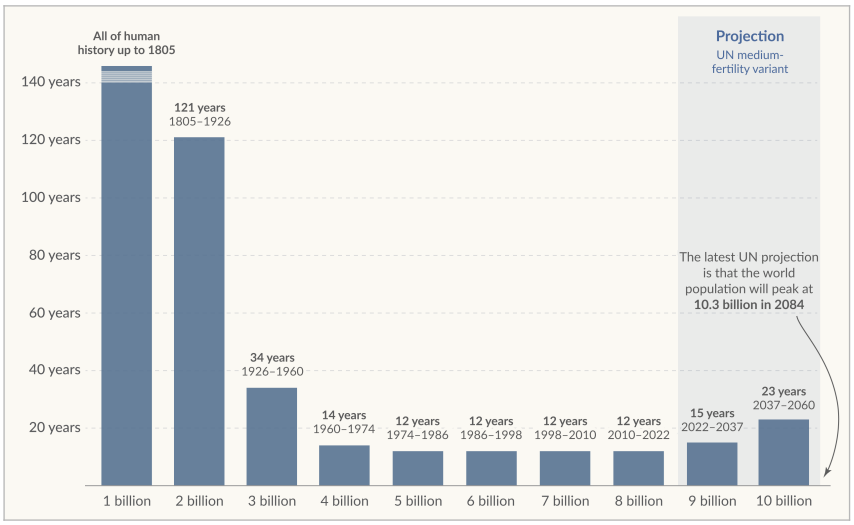
Ова промена јасно показује да савремени свет више није у фази демографске експлозије истог интензитета као средином 20. века, већ улази у раздобље успоравања раста и постепене стабилизације (Roser et al., 2023).



Слика 5. Време дуплирања светске популације

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Свет је тек 1805. године достигао 1 милијарду становника; затим је било потребно још 121 година да достигне 2 милијарде (Слика 6). До треће милијарде тај период се смањио на 34 године, а затим на само 14 година да би се достигле 4 милијарде. Најбржи период раста догодио се од 1974. до 2022. године, када је за сваки наредни пораст од једне милијарде било потребно само 12 година. Свет је сада прошао врхунац тог раста и очекује се да ће се време између сваке наредне милијарде поново продужавати.

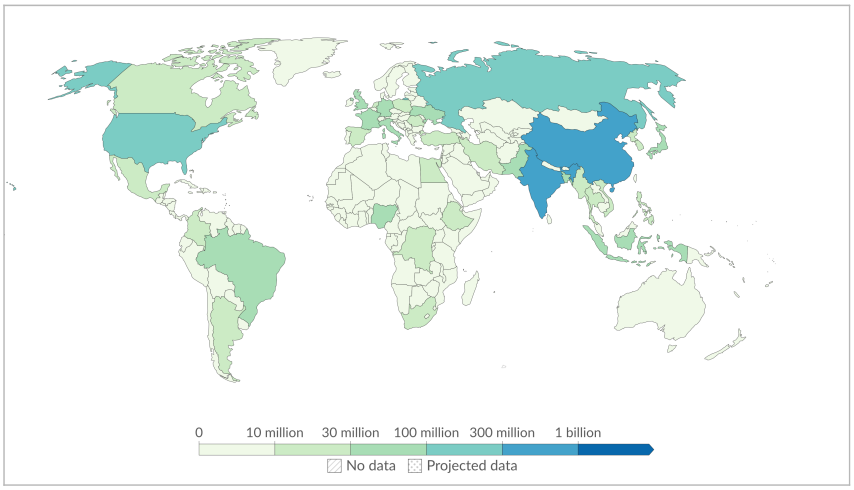


Слика 6. Време увећања светске популације за једну милијарду

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Процењује се да ће бити потребно око 15 година да свет достигне 9 милијарди 2037. године и око 23 године да достигне 10 милијарди 2060. године. Према најновијој средњој варијанти пројекције Уједињених нација, свет током овог века неће достићи 11 милијарди становника. Пројекција показује да ће број становника достићи врхунац од око 10,3 милијарде током 2080-их, а затим почети благо да опада (Слика 6).

Посматрајући само 20. век, број становника света после Другог светског рата бележи снажан раст. Светска популација је 1950. године (Слика 7) износила око 2,5 милијарди, 1975. године око 4,1 милијарду, 2000. године око 6,1 милијарду, да би **2023. године достигла приближно 8,2 милијарди**. Овај пораст није био равномерног интензитета у свим фазама. У другој половини 20. века свет је пролазио кроз раздобље убрзаног популационог раста, док у 21. веку и даље постоји раст укупне популације, али уз његово постепено успоравање. Према проценама Уједињених нација, светско становништво ће наставити да расте током наредних деценија, али знатно споријим темпом него раније, уз очекивани врхунац средином 2080-их (United Nations, 2024; Ritchie & Rodés-Guirao, 2024).



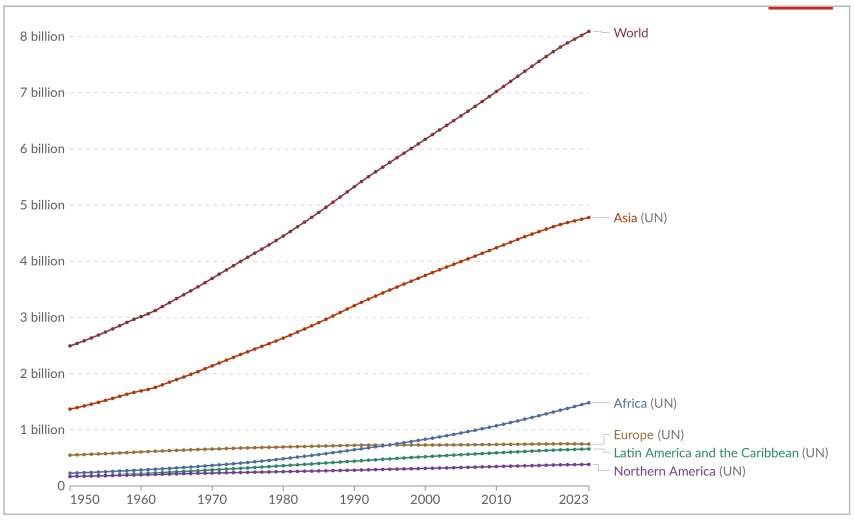
Слика 7. Број становника у свету 1950. године

Извор: https://ourworldindata.org/grapher/population-with-un-projections; United Nations, 2024.

У демографској литератури послератни период се често повезује са појмом ***baby boom***, односно са наглим порастом рађања у годинама после Другог светског рата, нарочито у Сједињеним Америчким Државама, Канади, Аустралији, Новом Зеланду и у више западноевропских земаља. Baby boom није био универзалан у истом облику и интензитету у целом свету, али је у бројним развијенијим друштвима означио привремени преокрет после дужег пада фертилитета. Обично се везује за генерације рођене приближно између 1946. и средине 1960-их, мада се тачан временски оквир може разликовати од земље до земље (Dattani & Rodés-Guirao, 2025; Doepke et al., 2015). Послератни демографски раст (Слика 8), међутим, не може се објаснити само baby boom-ом у развијеним земљама. На глобалном нивоу пресудан утицај имало је истовремено деловање више фактора: релативно висок фертилитет у великом делу света, нагли пад морталитета, ширење вакцинације, антибиотика, боље контроле заразних болести, унапређење снабдевања храном, бољи санитарни услови и општи напредак јавног здравља (United Nations, 2024; Lam, 2025).

Другим речима, baby boom је важан за разумевање демографске историје појединих земаља, али глобална „**демографска експлозија**" после Другог светског рата била је шири феномен. Она је произашла из комбинације високог наталитета и брзог пада морталитета, што је довело до снажног природног прираштаја у великом броју земаља

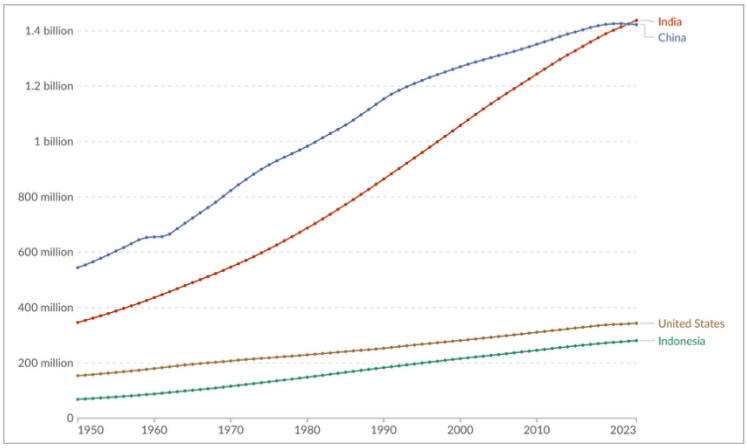
(погледај следеће поглавље за више детаља). Тек касније, како су се фертилитет и репродуктивно понашање мењали, свет је постепено ушао у фазу успоравања раста. Зато се период после 1950. године у демографији посматра као једна од кључних етапа савремене популационе транзиције (United Nations, 2024; Smith et al., 2013).



Слика 8. Промена броја становника у свету 1950-2023. по макрорегионима

Извор: https://ourworldindata.org/grapher/; United Nations, 2024.

Посматрајући макрорегионе (Слика 8), промене су највише уочљиве у Азији и Африци, док остали региони бележе више уравнотежене промене броја становника. Све ово резултат је претходно наведених промена и фактора. Промене у броју становника не одвијају се једнако у свим деловима света. Док поједини региони и државе и даље бележе релативно висок пораст становништва, у другим просторима раст је успорен, заустављен или је већ прешао у стагнацију и опадање. Управо та неравномерност представља једно од главних обележја савремене демографске слике света. Зато број становника треба посматрати не само као апсолутну величину, већ и као показатељ који открива разлике у темпу демографског развоја, фази демографске транзиције и будућим популационим перспективама појединих простора (United Nations, 2024; OECD, 2024).



Слика 9. Промене броја становника четири најмногољудније државе света

Извор: https://ourworldindata.org/grapher/; United Nations, 2024.

Посебну пажњу привлаче најмногољудније државе света. Њихов популациони раст и демографске промене директно утичу на глобалне трендове. Иако је дужи период Кина била најмногољуднија држава

света, након 2021. године долази до промене и примат преузима Индија, која је премашила 1,4 милијарде људи. Осим Индије и Кине, снажан популациони раст бележе Сједињене Америчке Државе, као и Индонезија (Слика 9), што позиционира ове државе на трећу и четврту позицију међу популационо доминантним државама (Табела 1).

Табела 1. Десет најмногољуднијих држава у свету 2023. године

Ранг	Држава	Број становника (у милионима)
1	Индија	1,451
2	Кина	1,419
3	Сједињене Америчке Државе	345
4	Индонезија	284
5	Пакистан	246
6	Нигерија	232
7	Бразил	212
8	Бангладеш	174
9	Русија	144
10	Мексико	131

Извор: United Nations, 2024.

Табела 1 показује изразиту концентрацију светске популације у малом броју држава. Само Индија и Кина заједно чине више од једне трећине укупног светског становништва, док су међу првих десет заступљене државе из Азије, Африке, Северне и Латинске Америке, као и једна европска држава. Оваква расподела упућује на јасну регионалну неуједначеност савремене светске популације. Регионална расподела светске популације 2023. године (Табела 2) показује јасну демографску доминацију Азије, у којој живи око 4,8 милиона становника, односно 58,89% светске популације, док је Африка са преко 1,5 милиона становника други по величини макрорегион света. Европа учествује са 9,13%, Латинска Америка и Кариби са 8,13%, Северна Америка са 4,72%, а Океанија са 0,56% укупне светске популације (United Nations, 2024).

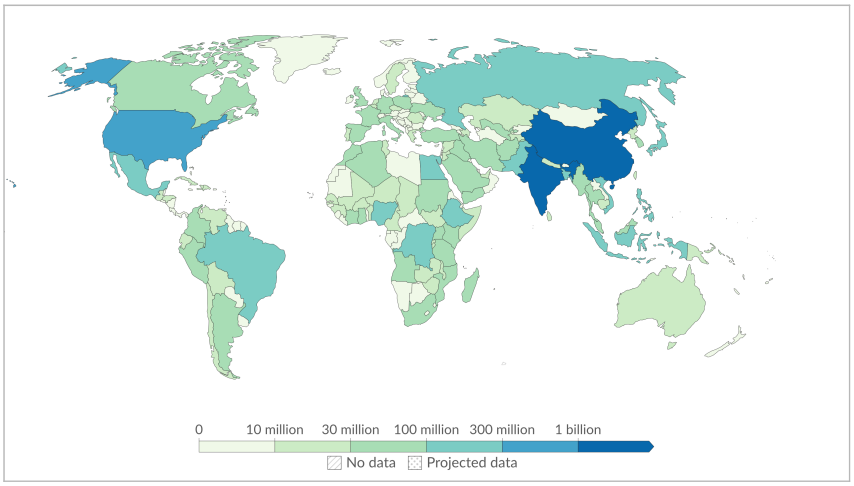
Табела 2. Број становника у свету 2023. године по макрорегионима

Макрорегион	Број становника (у милионима)	Удео у светској популацији
Африка	1,515.141	18.56%
Азија	4,806.898	58.89%
Европа	745.084	9.13%
Латинска Америка и Кариби	663.466	8.13%
Северна Америка	385.295	4.72%
Океанија	46.089	0.56%
Свет	**8,161.973**	**100.00%**

Извор: United Nations, 2024.

Слика 10 показује да је светска популација 2023. године изразито неравномерно распоређена. Највећи демографски центри налазе се у

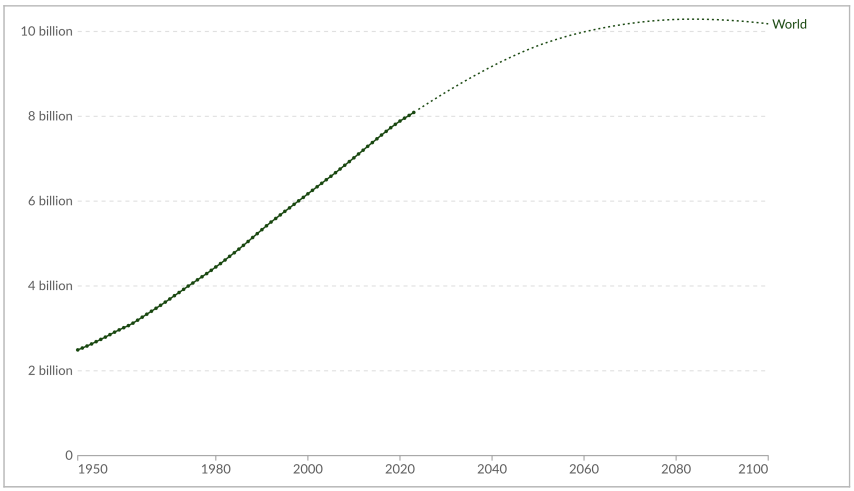
Азији, док се као значајне популационе целине издвајају и Сједињене Америчке Државе, Индонезија, Бразил, Пакистан и Нигерија. У великом броју држава, нарочито у Европи и Океанији, број становника је знатно мањи, што упућује на јасне разлике у демографској тежини појединих делова света. Таква расподела становништва важна је за разумевање глобалних демографских односа, јер показује где су концентрисани највећи популациони потенцијали савременог света.



Слика 10. Број становника у свету 2023. године

Извор: https://ourworldindata.org/grapher/; United Nations, 2024.

У демографији је важно нагласити да број становника није статичан податак, а његове промене утичу на целокупну друштвену и просторну организацију. Раст броја становника може значити јачање демографске базе, ширење радног и репродуктивног контингента и већу укупну популациону масу. С друге стране, стагнација или пад броја становника често упућују на дубље демографске процесе, као што су снижавање фертилитета, старење становништва, депопулација и негативан миграциони салдо. Зато број становника има аналитичку вредност само ако се тумачи заједно са другим демографским показатељима (Smith et al., 2013; Eurostat, 2024).



Слика 11. Пројекције броја становника у свету до краја 21. века

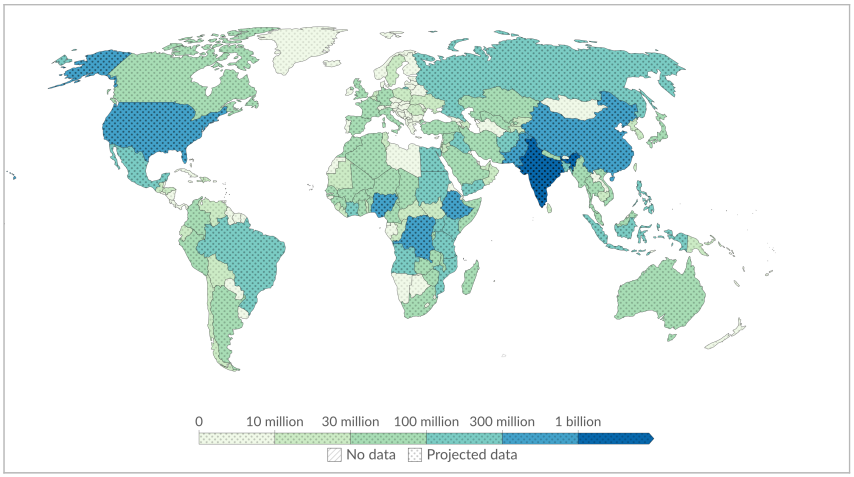
Извор: https://ourworldindata.org/grapher/; United Nations, 2024.

Пројекције броја становника до краја 21. века (Слика 11) показују да свет не улази у период равномерног популационог развоја, већ у фазу све израженијих регионалних разлика. Према World Population Prospects 2024, светска популација ће највероватније достићи врхунац

од око **10,3 милијарди средином 2080-их**, а затим се до 2100. године задржати на приближно истом нивоу или благо опасти. Међутим, иза тог глобалног просека стоје веома различити демографски путеви: у великом делу Европе и Источне Азије очекују се стагнација или смањење броја становника, док ће у више афричких држава раст и даље бити снажан. Зато пројекције за 2100. годину не говоре само о будућој бројности становништва, већ и о различитим фазама демографске транзиције у којима се поједини региони света налазе (United Nations, 2024).

Са становишта демографске анализе, оваква карта је важна јер показује да ће просторна тежина светске популације у наредним деценијама све више зависити од односа између фертилитета, морталитета и миграција. Класична демографска литература наглашава да промене у величини популације увек треба посматрати кроз компоненте раста и њихово дугорочно дејство, а не само као збир становника у одређеном тренутку. У том смислу, очекивани пораст демографског значаја дела Африке и истовремено слабљење популационе динамике у Европи и делу Азије представља последицу дубљих промена у репродуктивном понашању, старосној структури и дужини живота.

Слика 12 пружа синтетички приказ будуће демографске поларизације света и јасно показује да ће крај 21. века бити обележен не само различитим темпом раста, већ и различитим демографским перспективама великих светских региона (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017; United Nations, 2024).



Слика 12. Пројекција светске популације 2100. године према средњем сценарију раста

Извор: https://ourworldindata.org/grapher/; United Nations, 2024.

Пројекција за 2100. годину показује да ће глобална популација остати висока, али да ће њен просторни распоред бити све неуједначенији. Док се у великом делу Европе и Источне Азије очекују стагнација или пад броја становника, више афричких држава улази у фазу даљег раста, што указује на јасно померање демографске тежине света.

У контексту туризма број становника показује величину демографске базе из које се могу формирати туристичка кретања, обим потенцијалног домаћег туристичког тржишта, расположиву радну снагу, али и демографску снагу локалних заједница у којима се туризам

развија. Зато овај показатељ има и емитивни и рецептивни значај: важан је и за просторе из којих туристи полазе и за просторе у којима се туристичка активност дочекује, организује и подржава (Williams, 2009; WTO & ETC, 2010). У најширем смислу, број становника утиче на величину потенцијалне туристичке базе. Земље и региони са већим бројем становника располажу ширим демографским оквиром из кога се, под одређеним економским и социјалним условима, могу развијати домаћа и међународна туристичка кретања. То, наравно, не значи да свака бројна популација аутоматски производи и висок ниво туристичке активности. Између укупне бројности становништва и стварног учешћа у туристичким кретањима стоје бројни посредујући чиниоци: доходак, образовање, старосна структура, степен мобилности, културне навике, политичка стабилност и саобраћајна повезаност. Ипак, без довољно велике демографске базе тешко је очекивати снажније унутрашње туристичко тржиште, а без одређене локалне бројности становништва тешко је одржавати стабилну услужну и кадровску основу за туристички развој (Williams, 2009; Yeoman & Butterfield, 2010).

Светски популациони трендови јасно показују колико је број становника важан као дугорочни оквир туристичких процеса. За туризам је важно и то што број становника није равномерно распоређен. Велике демографске концентрације често значе и већи број потенцијалних путника, већу концентрацију услуга, већу потражњу за превозом и јачу улогу појединих држава и региона као емитивних туристичких тржишта. Насупрот томе, простори са малим бројем становника могу имати ограниченију локалну радну базу, мањи обим домаће тражње и већу зависност од спољних туристичких токова. Ово је посебно важно за мање државе, острвске просторе, планинске регионе и демографски осетљиве области, где је однос између локалне популације и туристичког прилива често веома неуравнотежен и где број становника постаје и показатељ друштвене отпорности простора (WTO & ETC, 2010).

Промене у броју становника временом такође имају велики значај. Раст броја становника у одређеним земљама може значити ширење потенцијалне домаће туристичке базе и већи број корисника туристичких и рекреативних услуга. Са друге стране, стагнација или пад броја становника могу упозоравати на дубље демографске проблеме, као што су депопулација, старење, смањење радно способног становништва и слабљење локалне друштвене и услужне основе. За туризам то може значити и смањење локалног тржишта, мањи број запослених у услужном сектору, слабију функционалну опремљеност простора и већу зависност дестинације од спољних токова посетилаца. У том смислу, број становника је истовремено и тренутни показатељ и индикатор дугорочне демографске динамике (United Nations, 2024; WTO & ETC, 2010).

На нивоу локалне заједнице број становника добија још конкретније значење. У мањим дестинацијама, нарочито у сезонски осетљивим просторима, број становника је важан за разумевање односа између сталне популације и привременог прилива посетилаца. Ако је

локална заједница малобројна, а број туриста висок, оптерећење инфраструктуре, јавног простора, локалних услуга и свакодневног живота може бити знатно веће него у демографски снажнијим срединама. Зато број становника не треба посматрати само као статистички податак, већ и као важан индикатор носивости локалног простора, демографске стабилности и могућности да се туристички развој усклади са потребама становништва (Williams, 2009).

Посматран у целини, број становника не објашњава туризам сам по себи, али без њега није могуће разумети демографску основу туристичких процеса. Он одређује ширину потенцијалне базе из које се обликују туристичка кретања, утиче на величину домаћег тржишта, на друштвену снагу локалних заједница и на демографске капацитете простора у којима се туризам развија. Његово право значење за туризам постаје јасније тек када се повеже са природним кретањем становништва, фертилитетом, густином насељености, структурама становништва и миграционим процесима, што ће бити предмет наредних делова овог поглавља (Williams, 2009; Yeoman & Butterfield, 2010; United Nations, 2024).

3.2 Природно кретање становништва

Кључни појмови

природно кретање становништва; наталитет; морталитет; природни прираштај; фертилитет

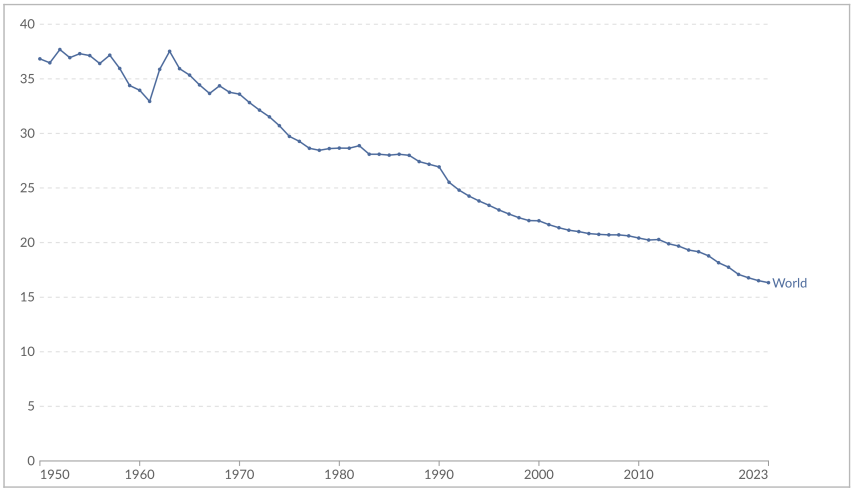
У демографији се кретање становништва најчешће дели на **природно и механичко**. *Природно кретање становништва обухвата промене које настају као резултат рађања и умирања, дакле наталитета и морталитета*. *Механичко кретање становништва односи се на промене које настају услед миграција, односно досељавања и исељавања.* Ако се посматра укупан број становника једног простора, он се мења управо под утицајем ове две групе процеса: природног обнављања становништва и његове просторне прерасподеле путем миграција. Зато је у демографској анализи важно да се ова два типа кретања јасно раздвоје, иако у стварности делују истовремено и међусобно су повезани (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017; United Nations, 2024).

Природно кретање становништва показује у којој мери се нека популација обнавља сопственим биолошким путем. Његове основне компоненте су број живорођених и број умрлих, а најчешће се изражавају преко опште стопе наталитета, опште стопе морталитета и природног прираштаја, односно природног смањења ако је број умрлих већи од броја рођених. У класичној демографској литератури управо се ови показатељи сматрају неопходним полазиштем за разумевање репродукције становништва, популационе динамике и демографске транзиције (Poston & Bouvier, 2017; Девеџић, 2006).

НАТАЛИТЕТ означава учесталост рађања у некој популацији и најчешће се изражава као број живорођених на 1.000 становника у току једне године (стопа наталитета и изражава се у промилима). То је један од најстаријих и најчешће коришћених демографских показатеља, јер омогућава основни увид у обим рађања. Ипак, његова аналитичка

вредност има ограничења: наталитет не зависи само од репродуктивног понашања, већ и од старосне структуре, удела жена у репродуктивном добу, брачности, економских прилика, образовања и културних образаца. Зато висока или ниска стопа наталитета не сме да се тумачи изоловано, већ увек у ширем демографском и друштвеном контексту (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017).

Стопа наталитета је са приближно 37‰[1] почетком педесетих година 20. века опала на око 16–17 промила 2023. године (Слика 13). Иако су током педесетих и почетком шездесетих година забележена краткотрајна колебања, општи тренд је изразито опадајући. Ова промена повезана је са демографском транзицијом, урбанизацијом, вишим нивоом образовања, већом доступношћу контрацепције, каснијим склапањем брака и родитељством, као и променама економског и друштвеног положаја жена. На смањење наталитета утичу и пад смртности деце, раст трошкова њиховог подизања и промена ставова о пожељном броју деце у породици.



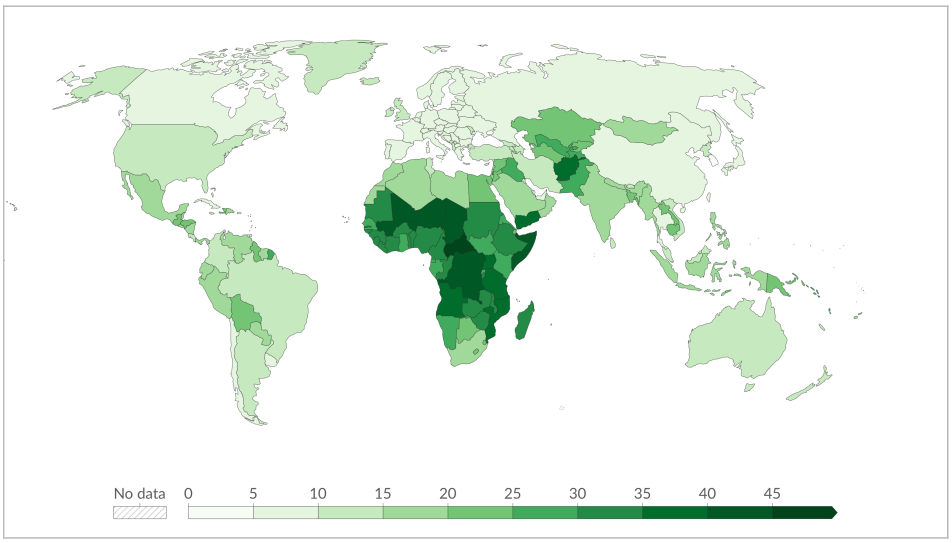
Слика 13. Стопа наталитета у свету, 1950–2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Међутим, глобални пад наталитета није равномерно распоређен, што се јасно уочава на Слици 14. Највише стопе наталитета 2023. године забележене су у државама подсахарске Африке, нарочито у западном, средишњем и источном делу континента. У многим од ових земаља годишње се рађа више од 30, а понегде и више од 40 деце на 1.000 становника. Насупрот томе, најниже стопе присутне су у већем делу Европе, источној Азији, Северној Америци и Аустралији. Умерене вредности карактеристичне су за делове јужне и југоисточне Азије, Латинске Америке, северне Африке и југозападне Азије.

Овакве просторне разлике указују на то да се државе налазе у различитим фазама демографске транзиције. Подручја високог наталитета углавном имају младо становништво и бржи природни прираштај, док се земље ниског наталитета суочавају са старењем становништва и могућим смањењем укупног броја становника. Ове разлике утичу на миграције, тржиште рада, систем јавних услуга, али и на обим и структуру туристичке тражње.

[1] *Промилима се означава број живорођених, умрлих или било која демографска појава у односу на 1.000 становника*

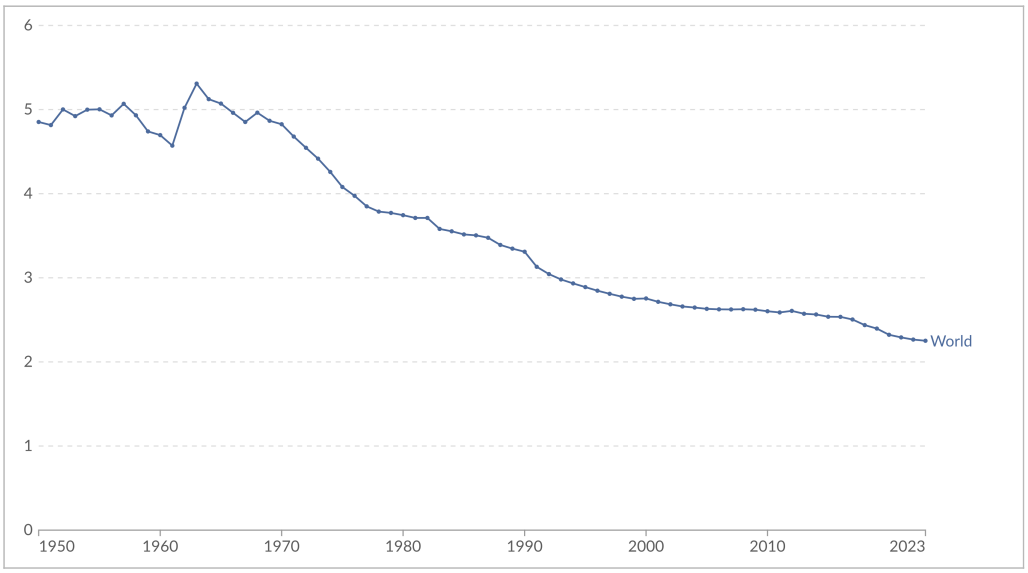


Слика 14. Стопа наталитета у свету по државама, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

У савременој демографији посебно место има **ФЕРТИЛИТЕТ**, јер он прецизније од наталитета показује ниво рађања. Док наталитет доводи број рођених у везу са укупним бројем становника, фертилитет се односи на рађање унутар репродуктивног контингента, односно најчешће на број живорођене деце по жени старости од 15 до 49 година. Зато се у озбиљној демографској анализи фертилитет сматра далеко важнијим показатељем репродукције становништва него општа стопа наталитета. Када се жели разумети да ли се нека популација дугорочно обнавља, да ли улази у старење или у природно смањење, тада је управо укупна стопа фертилитета један од кључних индикатора. **Стопа укупног фертилитета (СУФ)** представља један од најважнијих показатеља у демографији, јер показује колико би деце у просеку родила једна жена током свог репродуктивног периода када би током целог живота била изложена старосно-специфичним стопама фертилитета из посматране године. СУФ даје прецизнију слику нивоа рађања, јер је везан за женско становништво у репродуктивном добу. Зато се у демографској анализи сматра поузданијим показатељем репродукције становништва него општа стопа наталитета (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017; United Nations, 2024).

Значај стопе укупног фертилитета огледа се у томе што она омогућава да се процени да ли се становништво дугорочно обнавља, стагнира или улази у фазу смањивања. У литератури се често наглашава да је за *просту репродукцију становништва у савременим условима потребан СУФ од приближно 2,1 детета по жени*, иако та вредност може благо варирати у зависности од нивоа морталитета и других услова. Када је СУФ дуготрајно испод тог нивоа, становништво временом стари, смањује се број млађих генерација и слаби демографска основа будућег раста. Управо зато је овај показатељ кључан за разумевање савремених популационих трендова, као што су депопулација, старење становништва и промене у структури домаћинстава (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017; Ђурђев, 2001; Đurđev, 2004).



Слика 15. Стопа укупног фертилитета у свету, 1950–2023. године

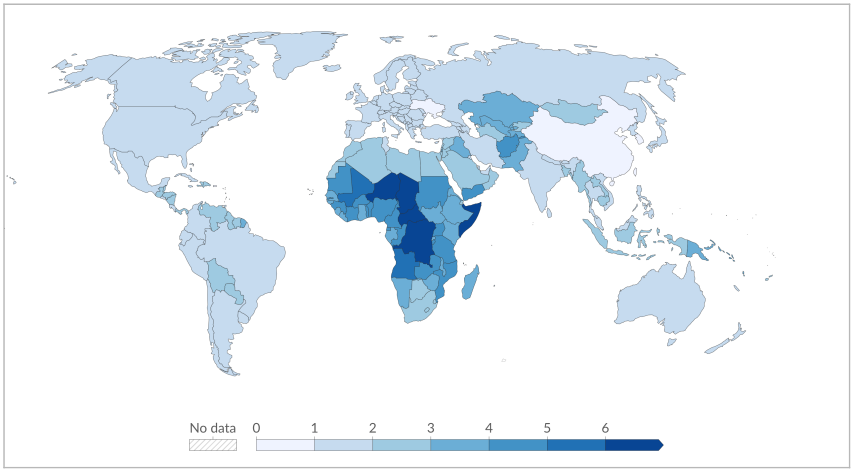
Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Светска стопа укупног фертилитета бележи изразит дугорочни пад — са приближно 5 деце по жени средином 20. века на око 2,3 детета 2023. године (Слика 15). Иако су током 1950-их и почетком 1960-их година постојала краткотрајна колебања, од друге половине 1960-их опадање постаје готово континуирано. Овај тренд одражава глобално напредовање демографске транзиције и повезан је са урбанизацијом, вишим нивоом образовања, већом доступношћу контрацепције, каснијим родитељством и променама положаја жена и породичних образаца. Приближавање светског просека нивоу просте репродукције становништва указује на успоравање природног прираштаја, али се иза просечне вредности и даље крију велике разлике између појединих држава и региона.

Највише вредности, које у појединим земљама прелазе 5 или 6 деце по жени, забележене су у подсахарској Африци, нарочито у њеном средишњем, западном и источном делу. Насупрот томе, најниже стопе фертилитета, углавном испод нивоа просте репродукције од око 2,1 детета по жени, карактеристичне су за већину европских земаља, источну Азију, Северну Америку и Аустралију (Слика 16). Ове разлике одражавају различите фазе демографске транзиције, али и утицај економске развијености, образовања, урбанизације, доступности здравствене заштите и контрацепције, положаја жена и преовлађујућих породичних образаца. Последице се испољавају кроз различиту старосну структуру становништва: земље високог фертилитета имају претежно младо становништво и бржи природни прираштај, док се земље ниског фертилитета суочавају са старењем и могућим смањењем броја становника.

Посматрано по регионима, укупна стопа фертилитета смањена је између 1950. и 2023. године у свим деловима света, али различитим интензитетом (Табела 3). Највећи релативни пад забележен је у Латинској Америци и на Карибима, са 5,79 на 1,81 дете по жени, односно за 69%, као и у Азији, са 5,69 на 1,88, што представља смањење од 67%. У Европи је стопа опала са 2,70 на 1,40, а у Северној Америци са 3,10 на 1,60 детета по жени. Африка је такође забележила пад, са

6,52 на 4,07 деце по жени, али и даље има највишу просечну вредност. У Океанији је стопа остала најближа нивоу просте репродукције.



Слика 16. Стопа укупног фертилитета у свету по државама, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Табела 3. Промена СУФ-а између 1950. и 2023. године

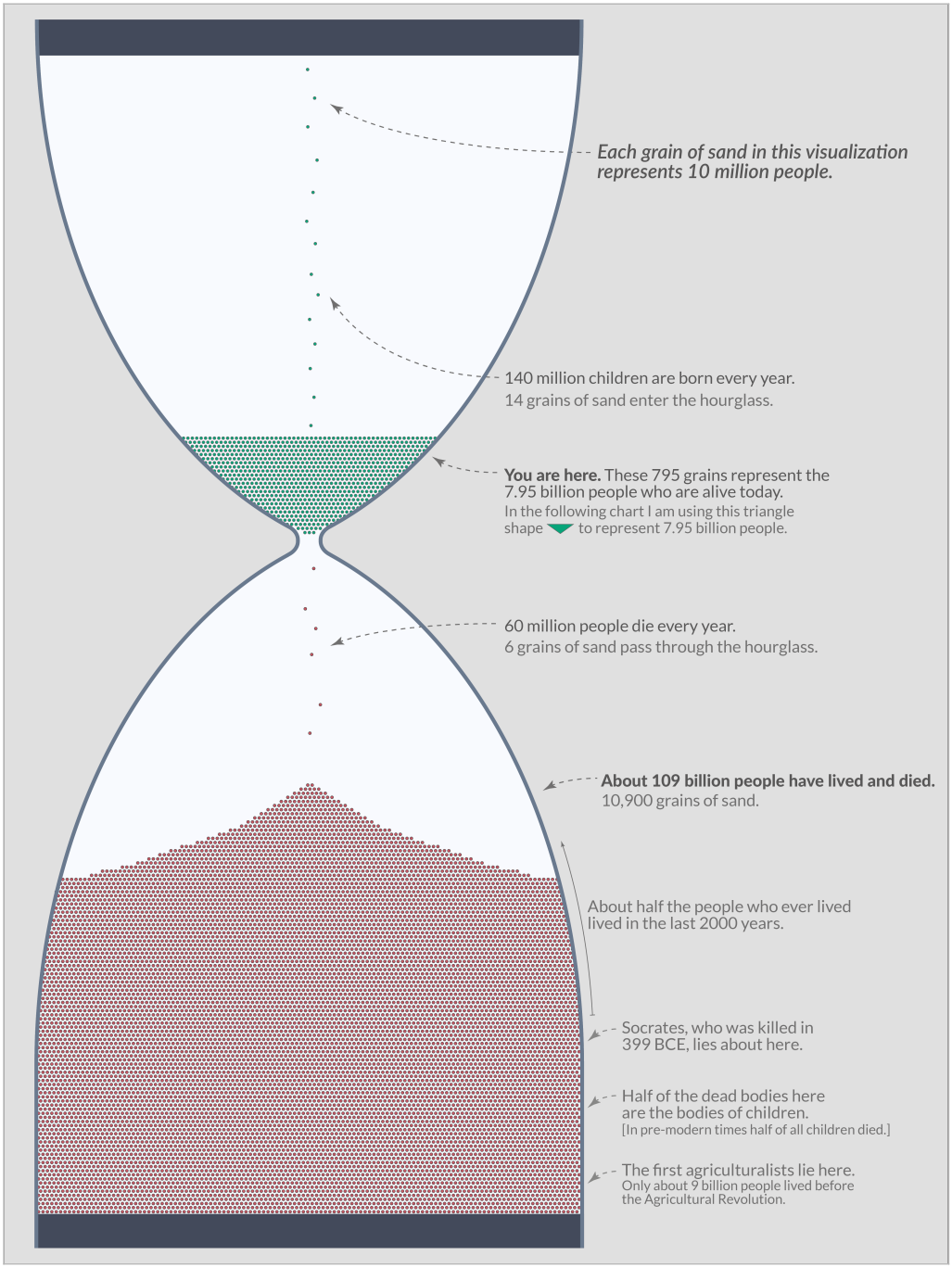
Регион	1950.	2023.	Апсолутна промена	Релативна промена
Африка (УН)	6,52	4,07	−2,44	−38%
Азија (УН)	5,69	1,88	−3,81	−67%
Европа (УН)	2,70	1,40	−1,31	−48%
Латинска Америка и Кариби	5,79	1,81	−3,98	−69%
Северна Америка	3,10	1,60	−1,51	−49%
Океанија	3,69	2,14	−1,54	−42%

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

За туризам је СУФ важан посредно, али дугорочно. Низак фертилитет не мења одмах туристичка кретања, али временом утиче на старосну структуру становништва, величину млађих генерација, структуру породица и обим будуће радне снаге. То значи да промене у фертилитету постепено мењају и демографску основу туристичке тражње и понуде. Зато се стопа укупног фертилитета не посматра само као показатељ рађања, већ и као један од важних индикатора будућег демографског и друштвеног развоја (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010).

Према подацима Уједињених нација, глобална укупна стопа фертилитета спустила се са 4,9 деце по жени у 1950. на око 2,3 у 2024. години, а у великом броју земаља већ је испод нивоа просте репродукције. Our World in Data, ослањајући се на UN WPP, такође показује да је дугорочни пад фертилитета један од главних разлога успоравања светског популационог раста. У демографском смислу то значи да се број становника у све већем броју земаља више не одржава високим нивоом рађања, већ се популације приближавају стабилизацији, старењу или смањењу. Према Our World in Data, до данас је рођено око 117 милијарди људи, од чега је око 109 милијарди

већ живело и умрло, док данас живи око 8 милијарди. То значи да сада жива популација чини само око 6,8% свих људи који су икада живели, што пешчани сат јасно и визуелно приказује (Слика 17).



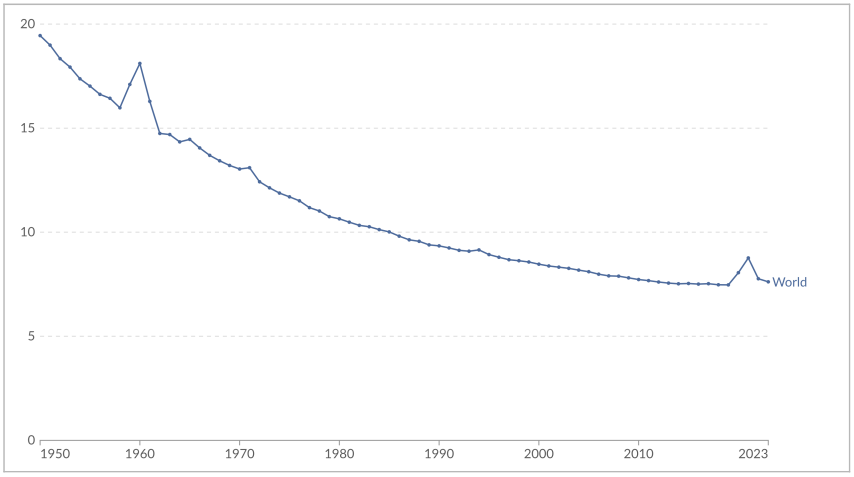
Слика 17. Однос данас живог становништва и свих људи који су икада живели

Извор: Our World in Data према Kaneda & Haub, United Nations, 2024.

МОРТАЛИТЕТ означава учесталост умирања у некој популацији и, као и наталитет, најчешће се исказује као број умрлих на 1.000 становника у току једне године (стопа морталитета и изражава се у промилима, ‰). На њега изузетно утичу старосна структура становништва, здравствене прилике, ниво медицинске заштите, квалитет исхране, животни услови и општи степен друштвеног развоја. Зато једна иста стопа морталитета не мора имати исто значење у две различите популације: у старој популацији она може бити последица високе заступљености старијих узраста, док у младој популацији може указивати на здравствене и социјалне проблеме. Управо због тога демографија морталитет не

посматра само као једноставан број, већ као сложен показатељ стања и структуре становништва (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017).

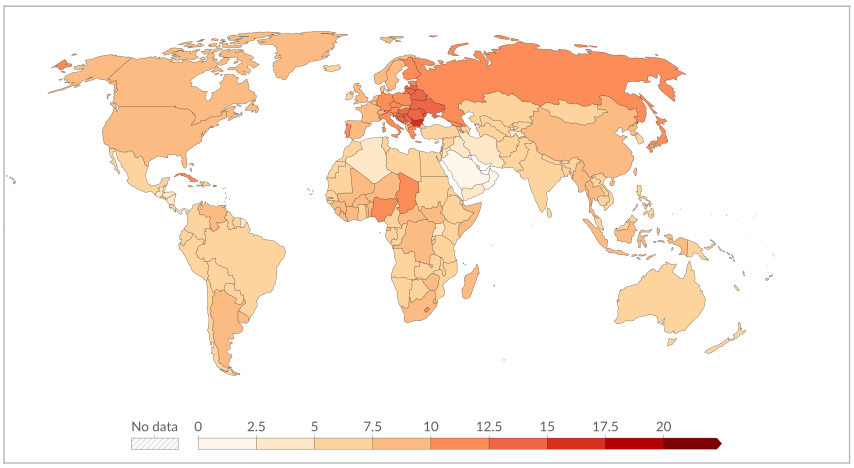
Светска стопа смртности смањена је са приближно 19 умрлих на 1.000 становника 1950. године на око 7–8 промила 2023. године. Дугорочни пад последица је напретка медицине, побољшања животних услова, исхране и санитарне заштите, док је привремени пораст почетком 2020-их повезан са пандемијом Ковида 19 (Слика 18).



Слика 18. Стопа морталитета у свету, 1950–2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Просторни распоред стопе смртности 2023. године показује више вредности у великом делу источне и југоисточне Европе и Русије, као и у појединим афричким државама. Ниже вредности присутне су у деловима Азије, Латинске Америке и на Арабијском полуострву (Слика 19). Ове разлике не одражавају само квалитет здравствене заштите и животне услове већ и старосну структуру становништва, па земље са старијим становништвом могу имати вишу стопу смртности чак и када су економски развијене.

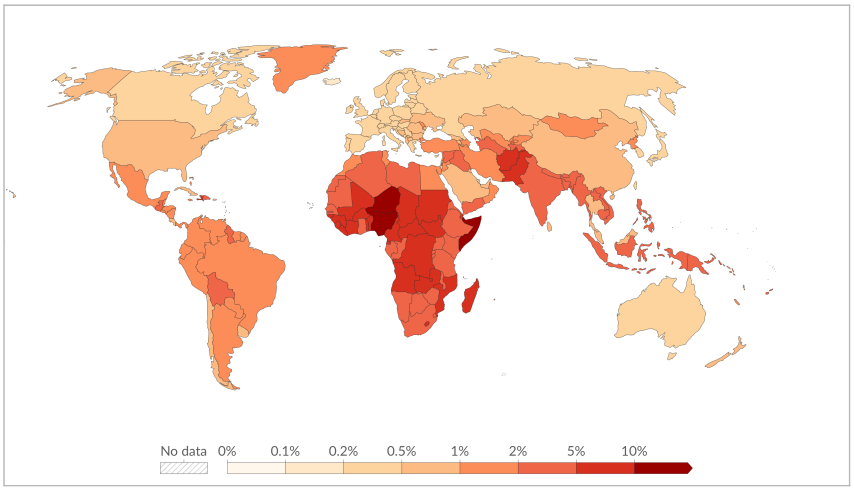


Слика 19. Стопа морталитета у свету по државама, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Изражене просторне неједнакости уочавају се код **смртности деце млађе од 5 година** (Слика 20). Највише вредности 2023. године забележене су у подсахарској Африци, нарочито у земљама Сахела и средишњег дела континента, док су најниже у Европи, Северној Америци, источној Азији и Аустралији. Висока смртност деце најчешће је повезана са сиромаштвом, неухрањеношћу, ограниченом

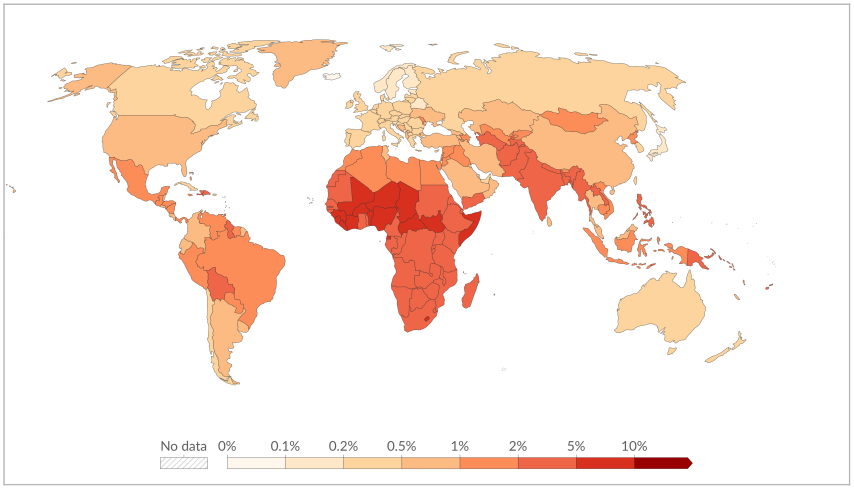
здравственом заштитом, недостатком чисте воде и санитарних услова, заразним болестима и оружаним сукобима.



Слика 20. Стопа смртности деце млађе од пет година у свету, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

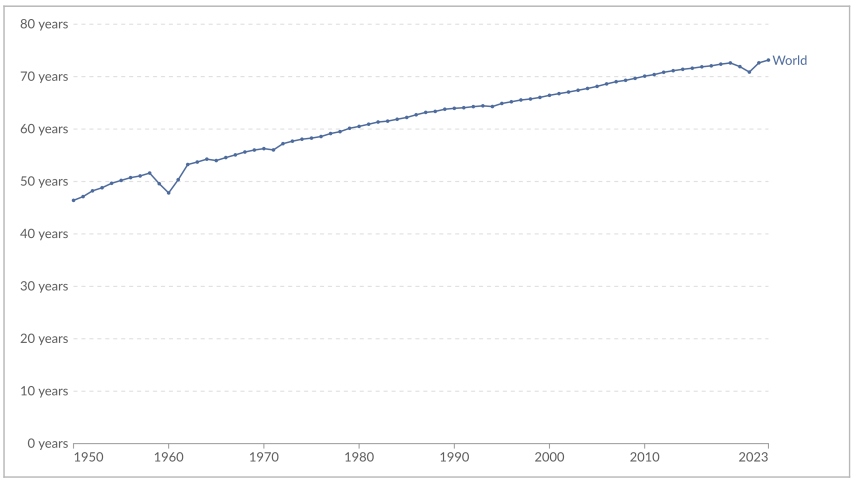
Сличан просторни образац показује и **стопа смртности одојчади**, која обухвата смрт деце пре навршене 1. године живота (Слика 21). Највише вредности забележене су у подсахарској Африци и појединим земљама јужне Азије, док су најниже у Европи, Северној Америци, источној Азији и Аустралији. Овај показатељ непосредно одражава доступност пренаталне и постнаталне здравствене заштите, услове порођаја, исхрану мајке и детета, вакцинацију, санитарне услове и општи ниво друштвено-економског развоја.



Слика 21. Стопа смртности одојчади у свету, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

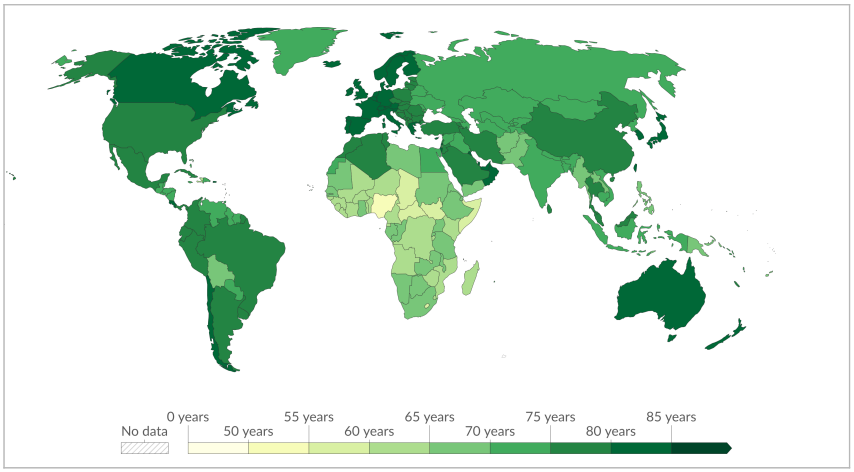
Очекивано трајање живота при рођењу представља просечан број година које би новорођенче могло да проживи уколико би стопе смртности карактеристичне за годину рођења остале непромењене током његовог живота. На светском нивоу овај показатељ је порастао са приближно 46 година 1950. на око **73 године** 2023. године (Слика 22). То је резултат смањења смртности одојчади и деце, напретка медицине, примене вакцина и антибиотика, боље исхране, доступније здравствене заштите и унапређених санитарних и животних услова. Повремени падови, уочљиви око 1960. и почетком 2020-их година, показују утицај великих друштвених, здравствених и економских криза, укључујући пандемије.



Слика 22. Очекивано трајање живота при рођењу у свету, 1950–2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Уколико се просторно прикаже очекивано трајања живота при рођењу, у години 2023. показује велике просторне разлике међу државама света (Слика 23). Највише вредности, које у појединим земљама прелазе 80 година, забележене су у западној, северној и јужној Европи, Канади, Јапану, Јужној Кореји, Аустралији и Новом Зеланду. Насупрот томе, најниже вредности, у појединим случајевима испод 60 година, карактеристичне су за делове подсахарске Африке. Ове разлике одражавају неједнак ниво економског развоја, доступности и квалитета здравствене заштите, исхране, образовања и санитарних услова, али и утицај сиромаштва, заразних болести, оружаних сукоба и високе смртности одојчади и деце. Због тога је очекивано трајање живота један од најзначајнијих показатеља здравствених услова и општег квалитета живота становништва.



Слика 23. Очекивано трајање живота при рођењу у свету по државама, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Разлика између наталитета и морталитета чини **ПРИРОДНИ ПРИРАШТАЈ**, који може бити позитиван, ако је број рођених већи од броја умрлих, односно негативан ако је ситуација обрнута. Овај показатељ има изузетан значај, јер на најсажетији начин показује да ли се становништво једног простора обнавља сопственом репродукцијом или улази у фазу природне депопулације. У другој половини XX века многе земље су бележиле висок природни прираштај услед комбинације релативно високог наталитета и опадајућег морталитета.

Данас је слика знатно сложенија: у великом броју држава, посебно у Европи и делу Источне Азије, природни прираштај је веома низак или негативан, док је у појединим афричким државама и даље висок. После Другог светског рата свет је ушао у раздобље убрзаног демографског раста првенствено зато што је морталитет почео да опада брже него наталитет. Побољшање јавног здравља, вакцинација, антибиотици, напредак медицине, бољи санитарни услови и мања смртност од заразних болести довели су до тога да се број умрлих, нарочито у млађим узрастима, релативно брзо смањивао. Пошто су стопе рађања у многим деловима света још дуго остале високе, природни прираштај је у том периоду био изразито снажан. Управо се на том односу заснива класично тумачење демографске транзиције: најпре опада морталитет, а тек потом, са временским заостатком, и фертилитет, што производи фазу брзог раста становништва (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017; United Nations, 2024).

Подаци показују да је између 1950. и 2023. године стопа природног прираштаја смањена у готово свим светским регионима (Табела 4). Највећи релативни пад забележен је у Северној Америци, са 1,5% на 0,2%, затим у Латинској Америци и на Карибима, са 2,6% на 0,8%, и у Азији, са 1,9% на 0,7%. Европа је прешла у негативан природни прираштај од −0,3%, што значи да број умрлих премашује број рођених. Африка је једини регион у којем је забележено повећање, са 2,1% на 2,3%, па и даље има најбржи природни раст становништва. Ове разлике одражавају различите фазе демографске транзиције, нивое фертилитета и старосну структуру становништва. Пошто миграције нису обухваћене, стопа природног прираштаја не мора одговарати укупној промени броја становника.

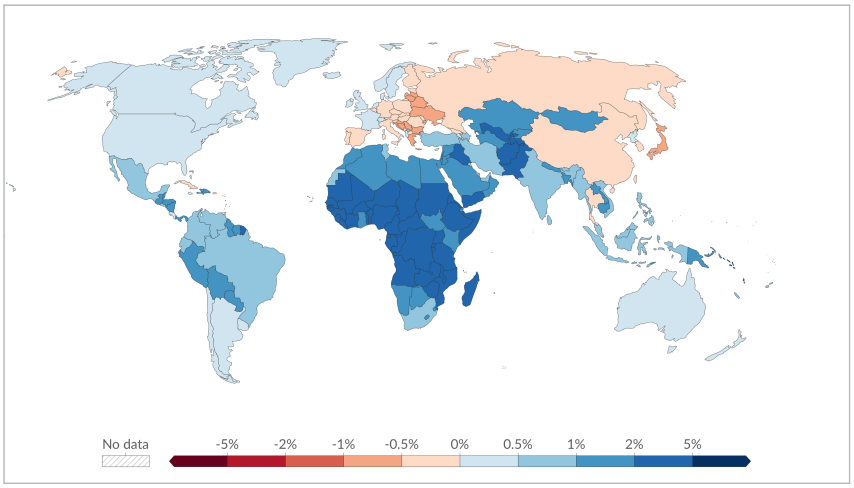
Табела 4. Стопа природног прираштаја по регионима света, 1950. и 2023. године

Регион	1950.	2023.	Апсолутна промена	Релативна промена
Африка	2,1%	2,3%	+0,3	+12%
Азија	1,9%	0,7%	−1,2	−65%
Европа	1,0%	−0,3%	−1,3	−125%
Латинска Америка и Кариби	2,6%	0,8%	−1,9	−71%
Северна Америка	1,5%	0,2%	−1,3	−87%
Океанија	1,6%	0,8%	−0,8	−48%

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Просторни распоред стопе природног прираштаја 2023. године (Слика 24) потврђује изражене разлике међу државама света. Највише позитивне вредности забележене су у подсахарској Африци и појединим земљама јужне и југозападне Азије, где високе стопе наталитета и младо становништво условљавају брз природни раст. Насупрот томе, негативан природни прираштај присутан је у већем делу источне и југоисточне Европе, Русији, Кини, Јапану и појединим другим државама са ниским фертилитетом и старењем становништва. Пошто карта не обухвата миграције, она приказује искључиво промену

броја становника насталу односом рођених и умрлих, а не укупну популациону динамику.



Слика 24. Стопа природног прираштаја у свету по државама, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

За туризам су ови процеси важни из неколико разлога. Пре свега, дуготрајно низак фертилитет и мањи природни прираштај временом мењају старосну структуру становништва, а тиме и будућу структуру потражње за путовањима. Друго, природно смањење становништва у појединим просторима може утицати на слабљење локалне демографске базе, доступност радне снаге и одрживост мањих заједница. Треће, разлике у природном кретању становништва између светских региона дугорочно утичу и на промену глобалне демографске тежине појединих делова света, што касније мења и однос између емитивних и рецептивних подручја. У том смислу, природно кретање становништва треба посматрати као један од темељних демографских процеса. Наталитет, морталитет, природни прираштај и фертилитет не описују само текуће стање популације, већ откривају њену дугорочну репродуктивну снагу, фазу демографске транзиције и правац будућих промена. Без разумевања тих показатеља није могуће правилно тумачити ни шире популационе трендове, ни демографску основу савремених друштвених процеса, укључујући и оне који се касније одражавају на туризам.

3.3 Структуре становништва и њихов значај за туризам

Под структурама становништва подразумева се састав, односно структура популације према одређеним обележјима, као што су **старост, пол, економска активност, образовање, етничка или национална припадност, раса и језик**. У демографији се управо преко структура становништва најбоље уочава какво је неко становништво, у којој се фази развоја налази и какве се промене у њему могу очекивати. Зато структуре становништва не представљају само опис популације, већ један од основних аналитичких оквира демографске науке, пружајући истовремену често пресудну

Кључни појмови

полно-старосна структура; популациона пирамида; медијална старост; старење становништва; демографска зависност; образовна структура; економска структура; верска структура; етничка структура; језичка структура; расна структура

основу економског развоја (Poston & Bouvier, 2017; (United Nations Statistics Division, 2024). У класичној демографској литератури старосна и полна структура издвајају се као темељне, јер су са њима непосредно повезани фертилитет, морталитет, миграције, економска активност и укупна репродукција становништва. Економска и образовна структура показују друштвене и развојне могућности популације, док етничка, национална, расна и језичка структура упућују на културну разноликост, историјску слојевитост и различите облике просторне и друштвене организације становништва (United Nations Statistics Division, 2023; United Nations Statistics, 2024).

За туризам су структуре становништва важне зато што не показују само каква је нека популација у демографском смислу, већ и какве су њене могућности, навике, ограничења и потенцијали. Старосна структура утиче на ритам и врсте путовања; полна структура може бити повезана са различитим обрасцима мобилности и учешћа у туристичким активностима; економска и образовна структура утичу на платежну способност, стил живота и културне склоности; а етничка, национална и језичка структура значајне су за разумевање културне разноликости простора, идентитета локалних заједница и комуникацијских услова у туристичким дестинацијама (WTO & ETC, 2010; United Nations, 2024).

3.3.1 Полно-старосна структура

Полно-старосна структура становништва показује како је укупна популација распоређена истовремено према полу и старости. У демографији се ова структура сматра основном, јер су управо пол и старост променљиве са којима су непосредно повезани рађање, умирање, миграције, економска активност и укупан демографски развој. Зато полно-старосна структура не представља само статистички опис становништва, већ синтетички показатељ његове прошлости, садашњег стања и будућих демографских могућности (Poston & Bouvier, 2017; Preston et al., 2001).

Најчешћи начин њеног приказивања јесте **полно-старосна пирамида**. Она омогућава да се на једном месту уочи однос између млађих, средовечних и старијих генерација, као и разлике између мушког и женског становништва. Облик пирамиде није случајан: широка основа најчешће указује на високо рађање и младу популацију, док сужење у основи и ширење средњих и старијих узраста упућују на пад фертилитета и старење становништва. Због тога је полно-старосна пирамида један од најупотребљивијих инструмената демографске анализе, јер визуелно сажима последице природног кретања становништва и миграција у једном графичком приказу. Полно-старосна структура се обично тумачи преко удела младог, зрелог и старог становништва. У појединим узрастима могу се уочити веће разлике између мушкараца и жена, што је често последица *различитих пропорција рађања мушке и женске деце (глобално, пропорција рађања женске деце је минимално већа), морталитета, миграција или*

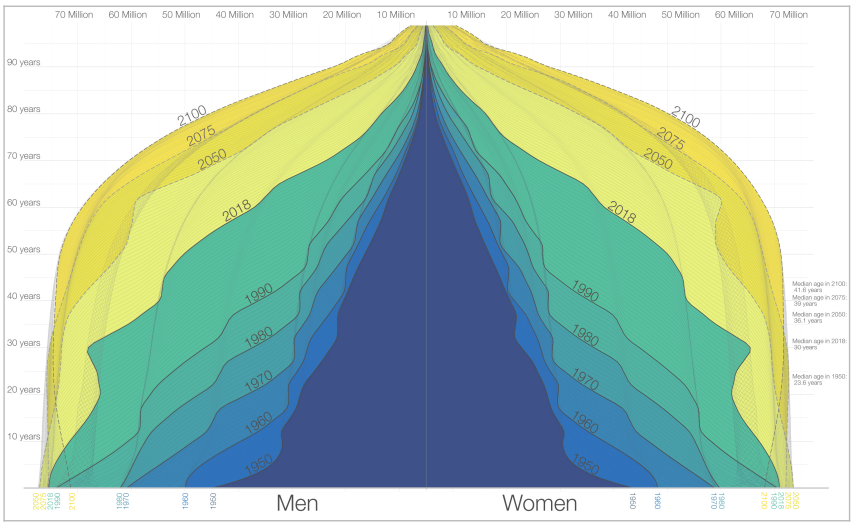
историјских поремећаја, као што су ратови и велике економске кризе. Зато полно-старосна структура омогућава да се становништво не посматра као збир, већ као сложен систем генерација и полова чији се односи мењају током времена (Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017).

У савременом свету полно-старосне пирамиде веома јасно показују различите фазе *демографске транзиције*. У земљама са високим фертилитетом и релативно млађом популацијом пирамида задржава класичан троугласти облик, са широком основом и брзим сужавањем ка вишим узрастима. Насупрот томе, у земљама са дуготрајно ниским фертилитетом, дужим животним веком и старом популацијом, пирамиде постају уже у основи, шире у средњим и старијим узрастима и често више не личе на класичну пирамиду, већ на стуб или чак обрнути облик. Дакле, ова структура указује истовремено на биолошки и друштвени састав популације, однос генерација и правце будућег популационог развоја.

За туризам је полно-старосна структура важна јер различите старосне и полне групе не учествују подједнако у туристичким кретањима. Млади, лица средњих година и старије становништво имају различите мотиве путовања, различита временска ограничења, приходе и обрасце потрошње. Истовремено, полне разлике могу бити повезане са различитим облицима мобилности, самосталним путовањима, безбедносним перцепцијама и учешћем у појединим туристичким активностима. Зато полно-старосна структура има велики значај за разумевање туристичке тражње, а у локалним заједницама и за разумевање демографске основе радне снаге и услуга (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010).

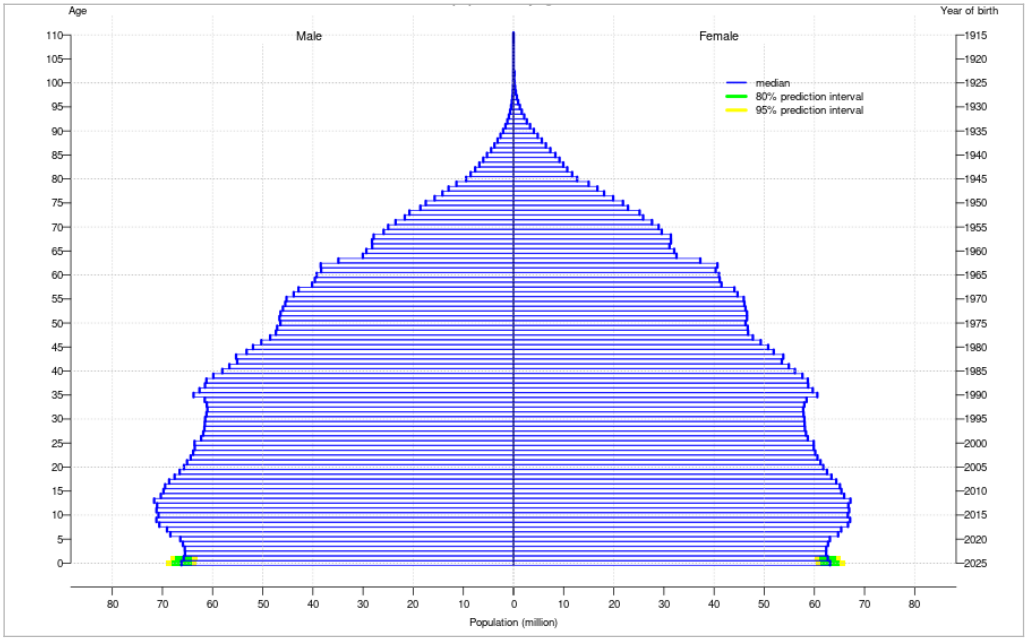
Our World in Data и Уједињене Нације показују да је глобална популациона пирамида 1950. године имала изразито широку основу и нагло сужавање ка вишим узрастима (Слика 25). Такав облик био је последица два истовремена процеса: високог броја рођења, који је ширио доњи део пирамиде, и високог ризика умирања током живота, који је условљавао брзо смањивање бројности старијих генерација. Посебно је уочљиво снажно сужење непосредно изнад најмлађих узраста, што је одраз знатно више смртности деце у прошлости. У каснијим деценијама тај облик се мењао: пирамида је постајала шира у средњим и старијим узрастима, а сужавала се у основи, што упућује на пад фертилитета и продужавање живота (Roser, 2019; (Ritchie & Roser, 2024).

Полно-старосна пирамида светског становништва 2026. године сведочи о опадању фертилитета и успоравању популационог раста. Са повећањем старости број становника се постепено смањује, док је у најстаријим групама уочљив већи удео жена, пре свега због њиховог дужег очекиваног трајања живота. Ова структура указује и на постепено старење светског становништва, мада су разлике између развијених и мање развијених региона и даље веома изражене (Слика 26).



Слика 25. Глобална популациона пирамида 1950-2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.



Слика 26. Светска популациона пирамида 2026. године

Извор: United Nations, World Population Prospects 2024.

Савремени свет се налази на прекретници у демографској историји. Имајући у виду пројекције за крај 21. века, као и изглед полно-старосне пирамиде у 2026. години, закључује се да будући раст више неће бити условљен ширењем основе пирамиде. Напротив, очекује се да ће број рођене деце стагнирати, а затим и опадати, док ће број људи у средњим и старијим узрастима наставити да расте. То значи да ће будућа старосна структура света бити све мање „пирамидална“, а све више обележена старењем становништва (Ritchie & Roser, 2024).

Старење становништва *представља дугорочан демографски процес у коме расте удео старијих лица у укупној популацији, док се удео младих и, у многим случајевима, радно способних генерација смањује*. Уједињене нације указују да је старење становништва данас глобалан процес, иако није свуда подједнако изражен. Према World Population Prospects (United Nations, 2024), број лица старих 65 и више година на светском нивоу премашио је број деце млађе од 5 година, а у наредним деценијама наставиће да расте и њихов апсолутни број и њихов удео у

укупној популацији. World Population Ageing (United Nations DESA, 2023) наглашава да је старење посебно изражено у популацијама са ниским фертилитетом и дужим животним веком, али да се све више шири и на земље које су до скоро имале младу старосну структуру.

Демографска суштина старења становништва лежи у промени односа између генерација. Последица је повећање удела становништва старог 60 или 65 и више година, али и промена читаве структуре популације: повећава се старосна зависност старог становништва, мења се однос између радно способних и издржаваних група, а демографска будућност све више зависи од малобројнијих млађих генерација. Старење становништва се не посматра само као биолошко или медицинско питање, већ као структурна промена са широким друштвеним последицама. Оно утиче на тржиште рада, пензионе системе, здравствену заштиту, социјалне услуге, структуру домаћинстава и просторну организацију живота. Зато је старење један од најважнијих савремених изазова глобалног друштва. У том смислу, старење становништва треба разумети као процес који истовремено показује успех друштва у продужавању живота, цивилизацијски тријумф, али и велики друштвени изазов.

У туризму је овај процес посебно значајан. Извештај Demographic Change and Tourism (WTO & ETC, 2010) наглашава да старење утиче на величину и структуру туристичке тражње, на ритам путовања, дужину боравка, сезоналност и типове услуга које се траже. Yeoman и Butterfield (2010) такође указују да је старење становништва један од главних покретача будућих промена у туризму, јер старије генерације све чешће остају активне, дуже су здраве, дуже располажу слободним временом и у већој мери учествују у различитим облицима рекреативних, културних, здравствених и вансезонских путовања. Од почетка 21. века старење становништва је доминантан демографски процес у Европи, која је континент с највећим процентом старих људи, а пројекције указују да ће то и наставити да буде (Eurostat, 2017). Старење становништва европских земаља има широко распрострањене импликације за садашњу и будућу друштвену и економску политику широм региона. Главни одговор политике на демографско старење, који се појавио током протеклих 15 година, назива се *активно старење*, али у пракси има доста нејасноћа око тога шта овај појам значи за појединца и друштво, изван граница његовог простог економског поимања у контексту продужења радног века (Walker & Maltby, 2012; Cantarero-Prieto et al., 2018). Недостатак политика, мера и акција за ефикасно активирање старије популације је у оштром контрасту са демографским старењем које се већ десило и чије се убрзање очекује у наредних 50 година. Концепт активног старења је одговор на повећање дуговечности и променама перцепције и очекивања према старима и њиховој улози у друштву. Овај концепт произлази из уверења да старији људи треба да уживају у активном животу, било да је то кроз продужење радног века за оне који су вољни да раде и буду продуктивни након пензионисања, или с друге стране, кроз различите

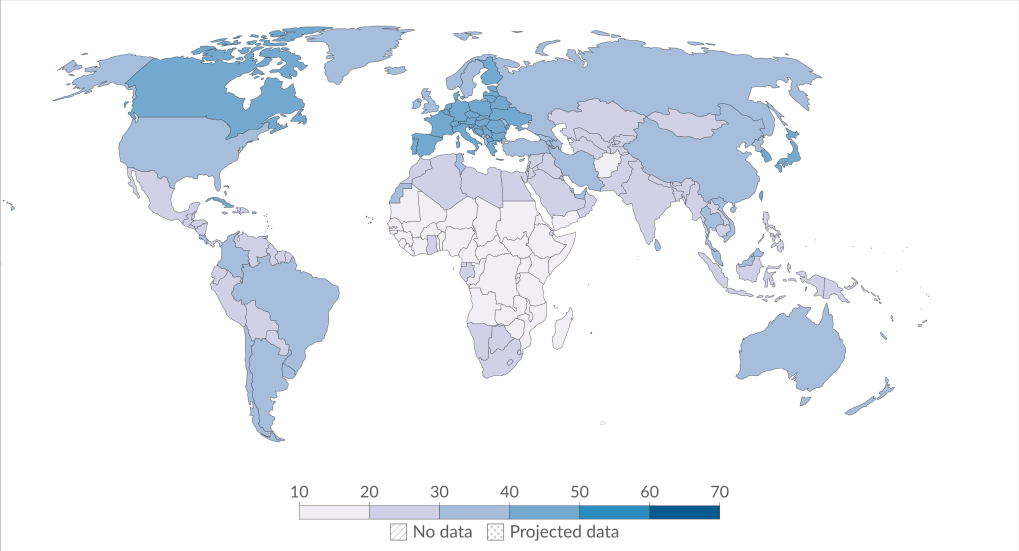
друштвене или културне активности (Божић et al., 2018; Walker & Maltby, 2012).

Иако не постоји консензус око дефинисања појма активног старења, он се обично односи на стратегије за оптимизацију економског, социјалног и културног учешћа старијег становништва током целог живота (Walker, 2009; World Health Organisation, 2002; Lassen & Moreira, 2014). Светска здравствена организација (World Health Organization – WHO) усвојила је термин активно старење крајем деведесетих година и одиграла главну улогу у његовој брзој дифузији (World Health Organisation, 2002). WHO [2002] предвиђа процес „оптимизације могућности за здравље, учешће и сигурност како би се побољшао квалитет живота старијих људи". Према њиховом поимању, овај темин се не односи само на оне који су физички или радно активни већ на све оне који настављају да учествују у разним облицима економског, друштвеног, културног и духовног живота. У литератури се такође препознају три струје у дефинисању појма активног старења. Први је поимање активног старења као једнодимензионалног концепта. Посебно је заступљено тумачење појма у економским оквирима, а многе државе управо овакав вид активног старења стављају у центар својих популационих политика (Clarke & Warren, 2007; Perek-Białas et al., 2006; Walker, 2009). С друге стране, постоје и аутори попут који сматрају да активно старење подразумева редовно учешће старијих особа у физичким активностима. Друга струја поима активно старење као мултидимензионални концепт према коме активно старење подразумева континуирано учешће старијих у различитим доменима живота – културном, социјалном, економском али и у домену провођења слободног времена (McKenna, 2008; Oxley, 2009). Трећа струја ставља нагласак на понашање и економске и здравствене околности.

Важно је, међутим, нагласити да старије становништво није хомогена група. Савремена истраживања показују да су међу старијим туристима велике разлике у здравственом стању, приходима, навикама, мотивацији и степену мобилности. Зато старење становништва не значи само пораст броја старијих лица, већ и ширење унутрашње разноврсности ове популације. Истраживања о понашању старијих туриста указују да су за ову групу нарочито важни приступачност, безбедност, здравствена сигурност, удобност, јасна организација путовања и прилагођеност дестинације различитим нивоима физичке и социјалне активности. У друштвима у којима старији узрасти постају све бројнији, а млађе радне генерације малобројније, туристички сектор се може суочити са променама у расположивости радне снаге, у трошковима рада и у потреби за новим организационим и услужним моделима. Yeoman и сарадници (2013) наглашавају да старење становништва не треба посматрати само као тржишну прилику у сегменту „сениор туризма", већ и као процес који дубински мења услове функционисања читавог туристичког система. У том смислу, **старење становништва је један од најважнијих дугорочних фактора који ће обликовати будући развој туризма.** Мења генерацијску

структуру друштва, ритам живота, обрасце потрошње, структуру слободног времена и услове пружања услуга. Зато се старење становништва данас с правом посматра као једна од централних веза између демографије и туризма.

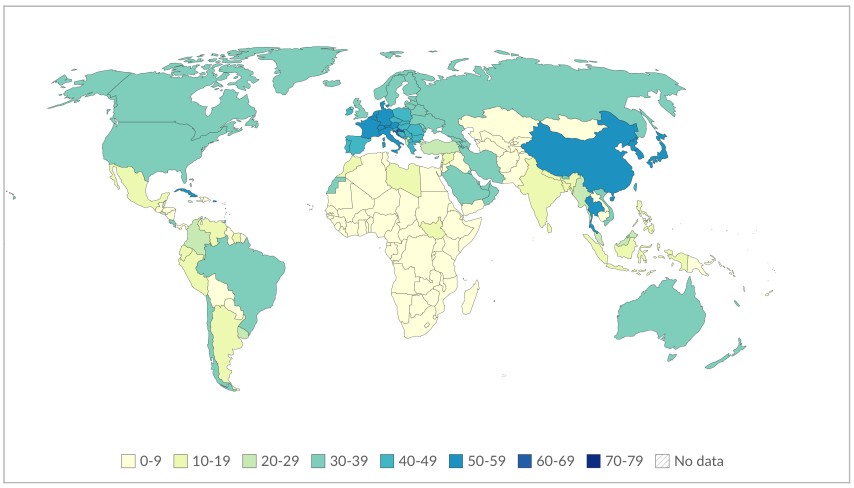
Још један важан показатељ старосне структуре јесте **медијална старост**. Она представља старост која дели укупну популацију на два једнака дела: млађе и старије од те вредности. Our World in Data указује да су земље вишег дохотка, посебно у Европи, Северној Америци и Источној Азији, углавном обележене вишом медијалном старошћу, док земље нижег дохотка имају млађу популацију. Разлог томе лежи у нижем фертилитету и дужем животном веку у развијенијим земљама, наспрам вишег фертилитета и млађе старосне структуре у сиромашнијим регионима света (Ritchie & Roser, 2024). Највишу медијалну старост имају државе Европе, Јапан, Јужна Кореја и поједине друге развијене земље, што је последица ниског фертилитета, дужег очекиваног трајања живота и дуготрајног процеса старења становништва (Слика 27). Најниже вредности присутне су у подсахарској Африци, где високе стопе наталитета условљавају веома младо становништво.



Слика 27. Медијална старост у свету 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

У већини држава подсахарске Африке најбројнија су деца узраста од 0 до 9 година, што одражава висок наталитет и брз природни прираштај. У деловима Азије и Латинске Америке најбројније су групе младог и млађег радно способног становништва, док у Европи, источној Азији и појединим развијеним земљама преовлађују групе од 40 до 59 година. Овакав распоред одражава различите фазе демографске транзиције и указује на различите потребе држава — од улагања у образовање и запошљавање младих до развоја здравствене и социјалне заштите за старије становништво (Слика 28).

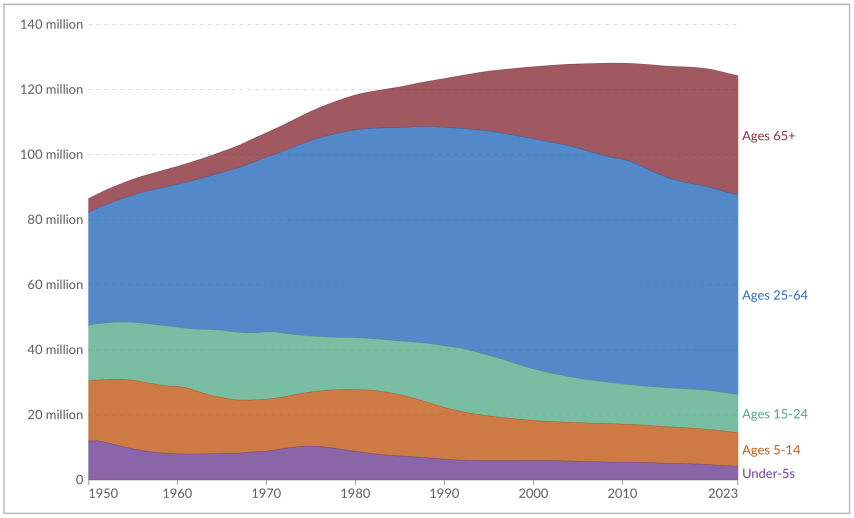


Слика 28. Просторни размештај најбројнијих популационих група

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Број становника узраста 25-64 године у Европи растао је до почетка 21. века, након чега започиње континуирано смањење. Истовремено, број становника старијих од 65 година снажно расте и могао би средином века премашити 200 милиона. Број деце узраста од 0 до 14 година и младих од 15 до 24 године дугорочно опада, као последица ниског фертилитета.

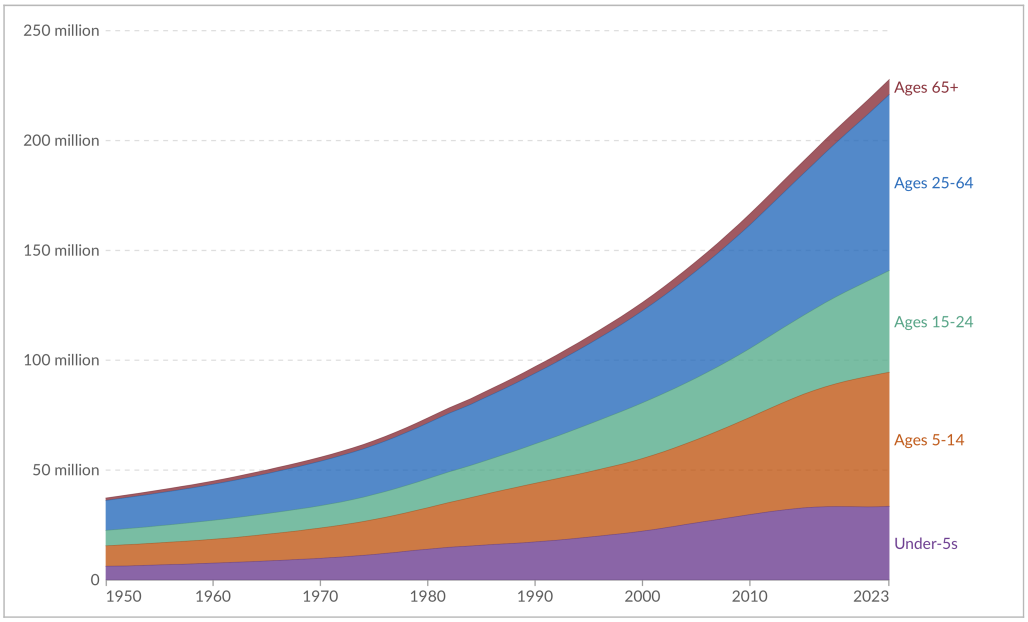
Старосна структура има и непосредан значај за разумевање старосне зависности. У демографији се становништво често дели на три велике групе: млађе од 15 година, радно способно становништво од 15 до 64 године и старије од 65 година. Однос зависних група према радно способном становништву изражава се кроз коефицијент старосне зависности. Our World in Data показује да се овај однос значајно разликује међу земљама: у многим државама Подсахарске Африке зависно становништво је бројчано веома велико због високог удела младих, док у Европи, Северној Америци и Источној Азији све већи значај добија старосна зависност старог становништва. Ове разлике су важне јер показују да исто укупно демографско оптерећење може имати сасвим различиту унутрашњу структуру и различите друштвене последице (Ritchie & Roser, 2024).



Слика 29. Становништво Јапана по старосним групама, 1950–2023.

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Старосна структура становништва може се знатно разликовати између земаља. Нигерија (Слика 30) има изразито младу популацију, са великим уделом деце и младих, док је Јапан (Слика 29) пример демографски старе популације, у којој је удео старијих од 65 година веома висок. Истовремено, на примеру Јапана јасно се види колико се старосна структура може променити током неколико деценија: од популације у којој су после 1950. доминирали млађи узрасти до популације у којој старији чине веома значајан део укупног становништва. Ово поређење добро илуструје различите фазе демографске транзиције и савремени процес старења становништва (Ritchie & Roser, 2024; United Nations, 2024).



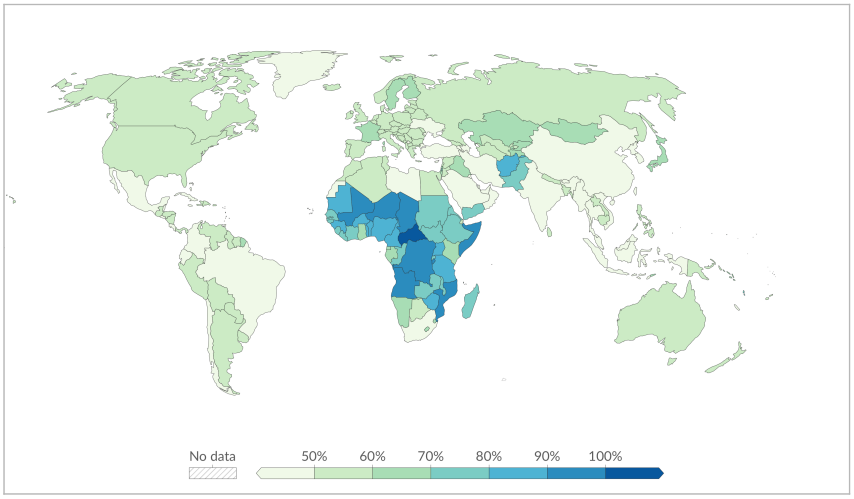
Слика 30. Становништво Нигерије по старосним групама, 1950–2023.

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Коефицијент старосне зависности је још један важан демографски показатељ. Показује однос између зависног становништва — младих и старих — и радно способног становништва старог од 15 до 64 године, односно представља број становника млађих од 15 и старијих од 65 година на сваких 100 становника радног узраста, од 15 до 64 године. Ова подела је важна јер омогућава да се сагледа однос између оних који најчешће носе економску активност и оних који се у демографским анализама посматрају као зависне групе. Највише вредности 2023. године забележене су у подсахарској Африци, пре свега због великог удела деце, док у европским и другим развијеним земљама оптерећење све више потиче од раста броја старијих лица. Ниже вредности карактеристичне су за државе са великим уделом радно способног становништва (Слика 31).

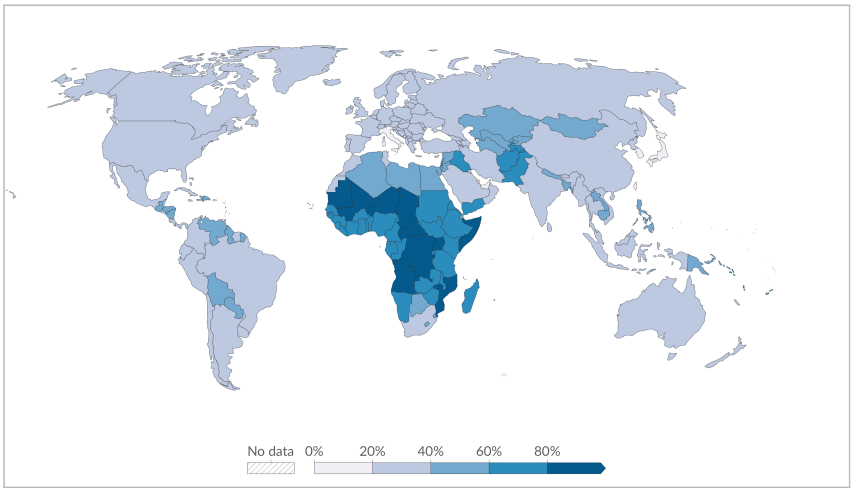
Већи удео радно способног становништва сматра се важним условом економске и социјалне стабилности, јер управо овај део популације у највећој мери учествује у раду, производњи и одржавању социјалних система. Насупрот томе, већи удео младог и старог становништва повећава демографско оптерећење радног контингента. Осим као јединствена категорија, однос између младог и старог зависног становништва знатно се разликује од земље до земље.

Коефицијент зависности младих односи се на број лица узраста 0–14 година на 100 лица радно способног узраста (Слика 32), док *коефицијент зависности старог становништва* показује број лица старих 65 и више година на 100 лица узраста 15–64 године (Слика 33) (Ritchie & Roser, 2024; United Nations, 2024). Овакво раздвајање је важно, јер младо и старо зависно становништво имају различите потребе, различите облике друштвеног оптерећења и различите развојне последице. Док висока зависност младих најчешће упућује на потребу за већим улагањима у образовање, здравствену заштиту деце и будуће запошљавање, висока зависност старих више је повезана са пензионим системом, здравственом и социјалном заштитом и дугорочним старењем становништва (Ritchie & Roser, 2024; United Nations, 2024).



Слика 31. Коефицијент укупне старосне зависности у свету, 2023. године

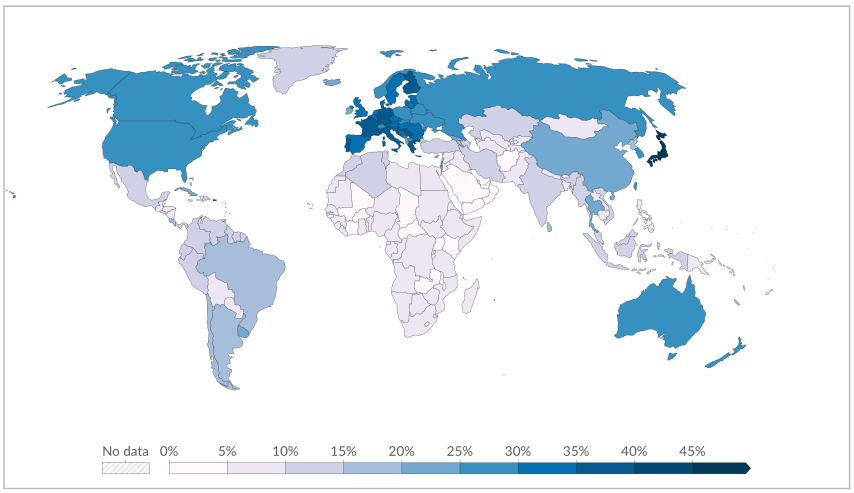
Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.



Слика 32. Коефицијент зависности младих у свету, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Највише вредности коефицијента зависности младих присутне у деловима света са веома младом популацијом и високим фертилитетом. Насупрот томе, у земљама са дуготрајно ниским фертилитетом зависност младих је знатно нижа, јер је удео деце у укупној популацији мањи.



Слика 33. Коефицијент зависности старих у свету, 2023. године

Извор: Our World in Data, према United Nations, World Population Prospects 2024.

Са друге стране, зависност старог становништва показује готово обрнут образац: највише вредности јављају се у демографски старим популацијама, у којима су ниска рађања и дужи животни век довели до раста удела старијих лица. Зато ова два показатеља, посматрана заједно, веома јасно показују различите фазе демографске транзиције и различите облике старосног оптерећења у савременом свету (Ritchie & Roser, 2024; Preston et al., 2001; Poston & Bouvier, 2017). Ако се анализирају различите земље, уочавају се прилично доследни обрасци: економски развијеније земље, са ниским стопама фертилитета и дужим животним веком, обично имају висок удео старог становништва и израженију старосну зависност старих. Насупрот томе, земље нижег дохотка, са вишим фертилитетом, карактерише велики удео младих и висока зависност младог становништва. Зато исти укупан коефицијент старосне зависности може имати различито демографско значење, у зависности од тога да ли у њему преовлађују млади или стари зависни контингенти. (Ritchie & Roser, 2024; United Nations, 2024).

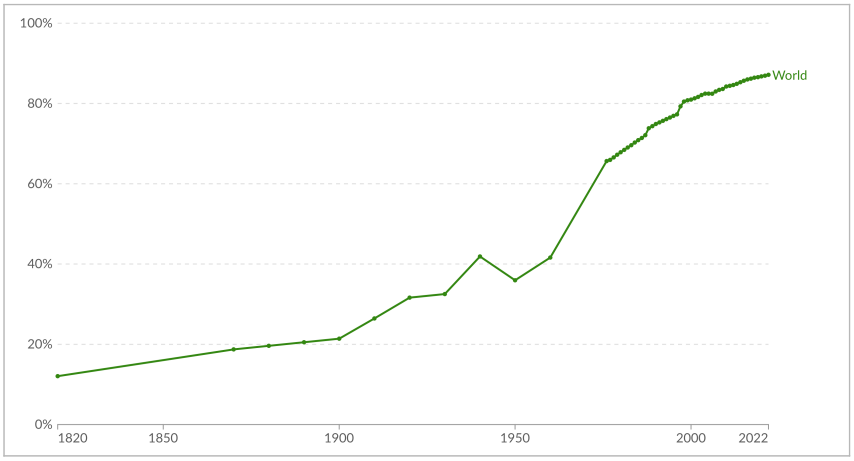
За туризам су ови увиди важни, јер *полно-старосна структура утиче на обим, ритам и облике туристичких кретања*. Млађе популације, са већим уделом деце и младих, стварају другачију основу туристичке тражње од старих популација у којима расте број лица старијих од 65 година. Истовремено, старење становништва све више мења структуру потрошње, сезоналност путовања и развој услуга прилагођених старијим узрастима. (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010).

3.3.2 Образовна структура

Образовна структура становништва показује како је популација распоређена према нивоу стеченог образовања и представља један од најважнијих показатеља квалитативних обележја једног друштва. За разлику од полно-старосне структуре, која одсликава биолошки и генерацијски састав становништва, образовна структура указује на његове стечене способности, знања и вештине. Најчешће се мери преко степена писмености, највишег завршеног нивоа образовања и

просечног броја година школовања, при чему ови показатељи заједно осликавају развојни потенцијал, продуктивност и укупну друштвену динамику једне популације (Ritchie & Roser, 2024; Poston & Bouvier, 2017).

Из историјске перспективе, образовна структура светског становништва драматично се променила током последња два века (Слика 34). Док је почетком 19. века тек око једне десетине светске популације било писмено, данас је тај однос обрнут, па мање од једне десетине одраслих остаје неписмено, а глобалне стопе писмености и обухвата школовањем прелазе 80% (Ritchie & Roser, 2024). Експанзија образовања најпре се одвијала кроз ширење основног, а потом средњег и високог образовања. Стопа писмености младих на светском нивоу порасла је са око 81% средином осамдесетих на преко 90% у новијем периоду, што показује да се основна образованост становништва континуирано побољшава (Ritchie et al., 2023; Barro & Lee, 2013; Lutz et al., 2014; Ritchie & Roser, 2024).



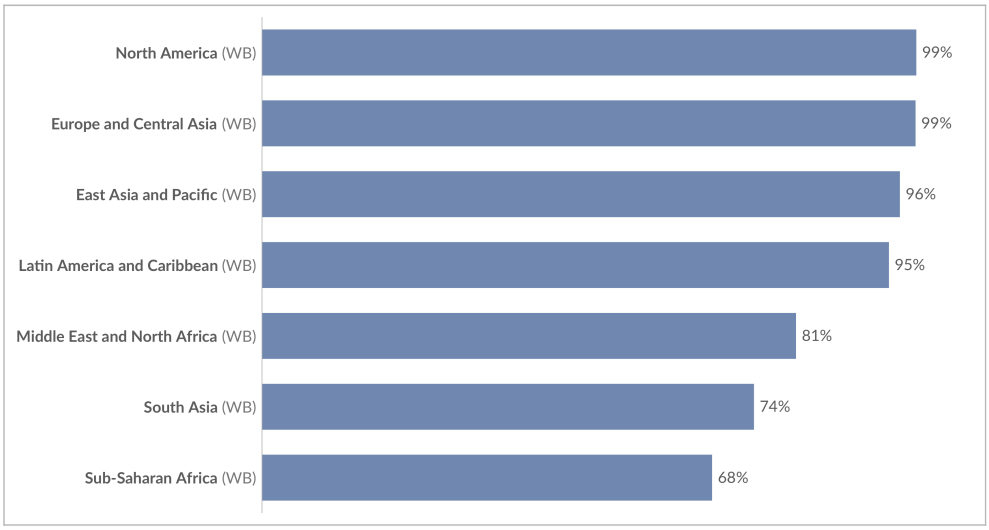
Слика 34. Кретање стопе писмености становништва у свету, 1820–2022. године

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Разлике у образовној структури између светских региона су изражене. Земље вишег дохотка, посебно у Европи, Северној Америци и Источној Азији, карактерише висок удео становништва са завршеним средњим и високим образовањем, док у најсиромашнијим деловима света, нарочито у појединим државама Подсахарске Африке, велики део становништва још увек нема приступ основном образовању. Поред регионалних, значајне су и родне разлике: у земљама нижег дохотка дечаци се у просеку дуже школују од девојчица, у земљама средњег дохотка тај јаз се затвара, док се у развијеним земљама образац обрће, јер су младе жене данас чешће укључене у високо образовање од мушкараца (Ritchie & Roser, 2024). Смањивање родних разлика у образовању представља једну од најзначајнијих друштвених промена савременог доба, са дугорочним последицама и по демографске и по економске процесе.

Регионалне разлике јасно се уочавају и на приказу стопе писмености по великим регионима света (Слика 35). Док Северна Америка и Европа бележе готово универзалну писменост, на нивоу од око 99%, а Источна Азија и Пацифик и Латинска Америка такође високе вредности изнад 95%, дотле су стопе писмености знатно ниже у Јужној

Азији и на Блиском истоку и Северној Африци, где се крећу око 74–81%. Најниже вредности забележене су у Подсахарској Африци, где је писмено тек око две трећине одраслог становништва. Овакав распоред показује да основна образованост, упркос глобалном напретку, и даље остаје неравномерно распоређена, што има директне последице по развојне могућности и по структуру туристичке тражње у различитим деловима света (Ritchie et al., 2023; United Nations, 2024).

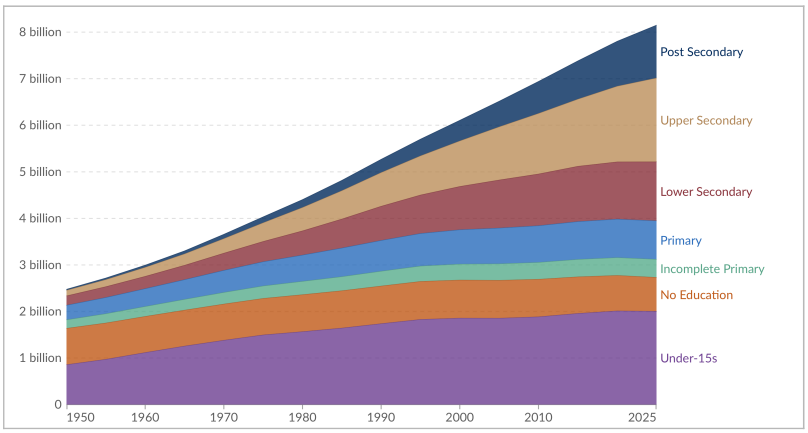


Слика 35. Стопа писмености становништва по регионима света, 2022. године

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

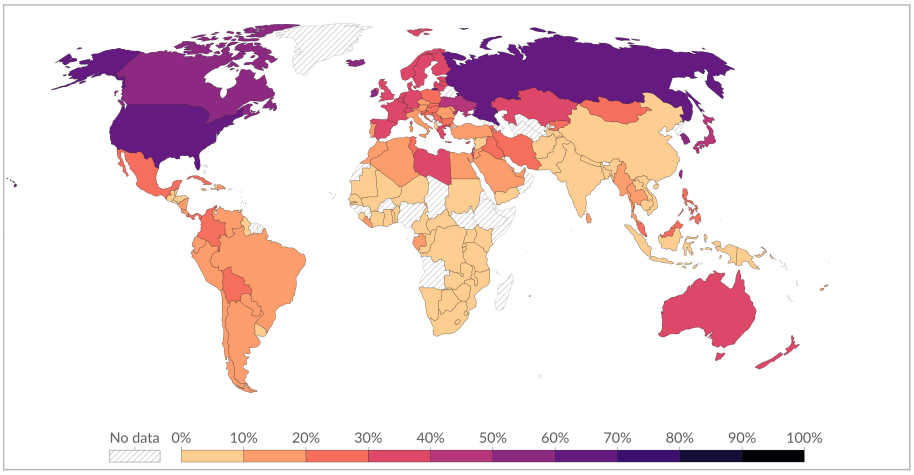
Структура светског становништва према највишем достигнутом нивоу образовања кроз време показује дубоку трансформацију образовне основе човечанства (Слика 36). Током друге половине 20. и почетком 21. века нагло је растао број људи са завршеним основним, средњим и вишим образовањем, док се удео становништва без икаквог образовања постепено смањивао. Истовремено је видљив и пораст најобразованијих категорија. Ова промена не значи само квантитативни раст становништва, већ и његово квалитативно сазревање, са дугорочним последицама по тржиште рада, привреду и обрасце потрошње, укључујући и тражњу за разноврснијим и захтевнијим облицима туризма (Lutz et al., 2014; Ritchie et al., 2023).

Просторни распоред удела становништва са терцијарним образовањем додатно потврђује изражене регионалне разлике у образовној структури света (Слика 37). Највиши удео високообразованог становништва бележе развијене земље Северне Америке, Европе, делови Источне Азије и Русија, док су вредности знатно ниже у већем делу Африке и Јужне Азије. Овакав распоред показује да је терцијарно образовање, као најзахтевнији ниво, и даље концентрисано у економски развијенијим деловима света. За туризам је ова разлика значајна, јер подручја са вишим уделом високообразованог становништва по правилу чине и снажнија емитивна тржишта, са израженијом тражњом за културним, едукативним и специјализованим облицима путовања (Ritchie et al., 2023; Barro & Lee, 2013).



Слика 36. Светско становништво према највишем достигнутом нивоу образовања, 1950–2025. године

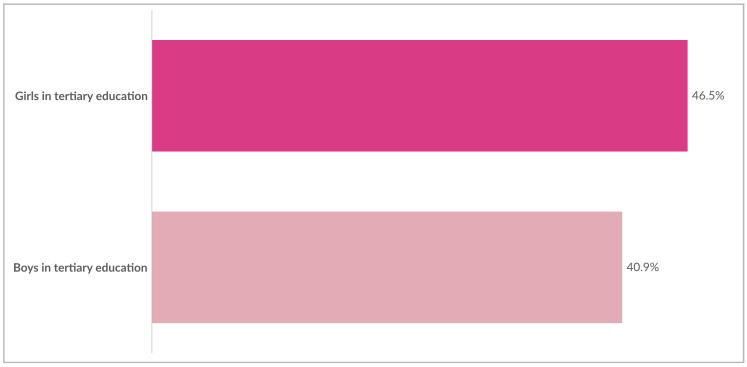
Извор: Wittgenstein Centre, 2024; United Nations, 2024.



Слика 37. Удео становништва са терцијарним образовањем у свету по државама, 2020. године

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Родне разлике у образовању посебно су видљиве на нивоу терцијарног образовања (Слика 38). Док су у прошлости мушкарци по правилу имали виши обухват високим образовањем, данас је у већем делу света тај однос обрнут, па су младе жене у просеку чешће укључене у терцијарно образовање од мушкараца. Овакав преокрет представља једну од најзначајнијих друштвених промена савременог доба и има вишеструке последице, од промена на тржишту рада до промена у обрасцима потрошње и слободног времена. За туризам је ова појава важна јер високообразоване жене чине све значајнији сегмент туристичке тражње, са израженом склоношћу ка културним, едукативним и самосталним облицима путовања (Ritchie et al., 2023; United Nations, 2024).



Слика 38. Родни јаз у терцијарном образовању у свету, 2024. године

Извор: Ritchie, Samborska, Ortiz-Ospina, & Roser, 2023; United Nations, 2024.

Образовна структура не сме се посматрати изоловано, јер је уско повезана са осталим демографским структурама и процесима. Раст образовног нивоа, посебно код жена, један је од најважнијих фактора опадања фертилитета, јер образованије жене обично касније ступају у брак, имају мање деце и активније учествују на тржишту рада (Caldwell, 1982; Becker, 1991). На тај начин образовна структура посредно утиче и на природно кретање становништва, на промене у полно-старосној структури и на укупну динамику демографске транзиције. Истовремено, образовни ниво становништва тесно је повезан и са економском структуром, јер виши степен образовања по правилу прати већа економска активност, виши приходи и сложенија професионална структура (Ritchie & Roser, 2024; Poston & Bouvier, 2017; United Nations, 2024).

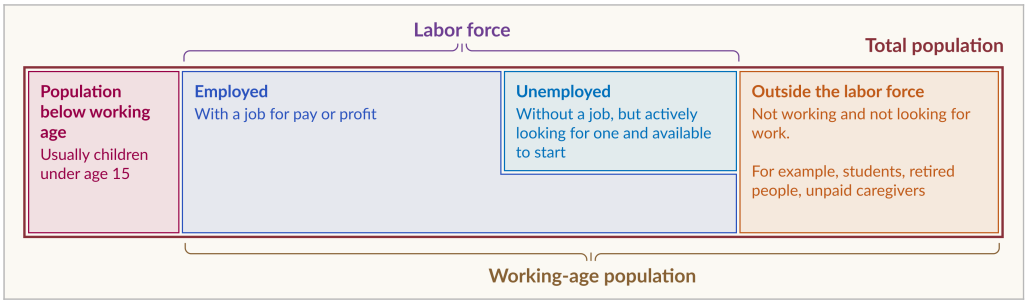
ПОЈАМ У ФОКУСУ: Образовна транзиција

Образовна транзиција означава дугорочни процес повећања просечног нивоа образовања становништва, аналоган демографској транзицији. Одвија се у неколико фаза: прво расте удео становништва с основним образовањем и писменошћу, затим се шири средње образовање, а у каснијим фазама доминира раст терцијарног образовања. Lutz, Butz и KC (2014) образовну транзицију анализирају као покретач демографских промена: образованије популације имају нижи фертилитет, дужи животни век и другачије обрасце миграција. Wittgenstein Centre за демографска истраживања развио је пројекције образовне структуре светске популације до 2100. године, показујући да ће удео становништва без икаквог образовања постепено нестати, а висококвалификоване категорије постати доминантне у укупној структури светске популације (Lutz et al., 2014).

За туризам је образовна структура становништва изузетно значајна, јер образовни ниво спада међу најважније чиниоце туристичке тражње. Истраживања показују да образованије особе путују чешће и да испољавају другачије обрасце путовања: израженију склоност ка путовањима уопште, већу заинтересованост за упознавање других култура и већу спремност на самостално организовање путовања. Управо су образованији слојеви становништва покренули развој такозваног туризма посебних интересовања, као и културног, едукативног и еколошки одговорног туризма, у којима је нагласак на учењу, доживљају и аутентичности, а не само на одмору (Ritchie, 2003; Stone & Petrick, 2013). Код образованијих туриста уочава се и већа еколошка и друштвена свест, што обликује тражњу за одрживим облицима туризма (WTO & ETC, 2010; Yeoman & Butterfield, 2010). Поред тога, образовна структура локалног становништва важна је и са становишта понуде, јер квалитет туристичких услуга у великој мери зависи од образованости и оспособљености радне снаге у туристичком сектору.

3.3.3 Економска структура

Економска структура становништва обухвата класификацију становника према положају у процесу привредне активности. Основно разграничење успоставља се између **економски активног становништва** — које чине запослена лица и незапослена лица у активној потрази за послом — и **економски неактивног становништва**, у које спадају деца, пензионери, особе на редовном школовању, домаћице и особе са трајном неспособношћу за рад, односно лица ван радне снаге (ILO, 2024a). Радна снага, дакле, обухвата лица радног узраста која су економски активна, односно радну снагу чине запослена лица радног узраста, и незапослена лица која активно траже посао. Радна снага не обухвата лица која нису радног узраста, нити лица радног узраста која нису запослена и не траже активно посао. Група ван радне снаге обухвата студенте, пензионере, неплаћене неговатеље и лица која не траже активно посао, на пример због дуготрајне болести или других разлога (Rohenkohl et al., 2026) (Слика 39).



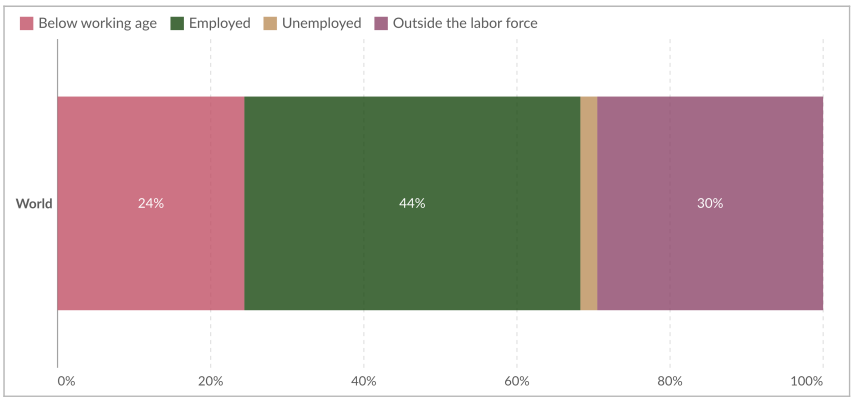
Слика 39. Графичко објашњење радне снаге и категорија економске структуре

Извор: Rohenkohl et al., 2026; UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

У 2025. години највећи део светске популације био је у статусу запослених лица, али знатан удео представљају и лица изван радне снаге, што је последица старења становништва у великој мери (Слика 40).

Најважнији извор података о запослености и незапослености представљају анкете о радној снази. Оне се спроводе на репрезентативном узорку домаћинстава, а питања се односе на радни положај испитаника током кратког и прецизно одређеног референтног периода, најчешће током претходне седмице. Према савременим међународним статистичким стандардима, запосленим се сматра лице које је током референтног периода обављало најмање један сат посла ради зараде или стицања добити. Ова дефиниција обухвата запослене код послодавца, самозапослене, послодавце, као и помажуће чланове породице који без непосредне накнаде раде у породичном предузећу или на породичном газдинству. Запосленима се могу сматрати и лица која привремено нису радила због годишњег одмора, боловања, породиљског одсуства, сменског распореда или другог облика привременог одсуства, уколико и даље имају везу са радним местом. Критеријум од најмање једног сата рада омогућава да се обухвате различити облици рада, укључујући повремене, краткотрајне и неформалне послове. Међутим, он истовремено показује зашто број запослених није довољан за процену квалитета запослености. Особа

која је радила само неколико сати током седмице статистички се сматра запосленом, иако јој такав рад можда не обезбеђује довољан приход и социјалну сигурност (Rohenkohl et al., 2026).



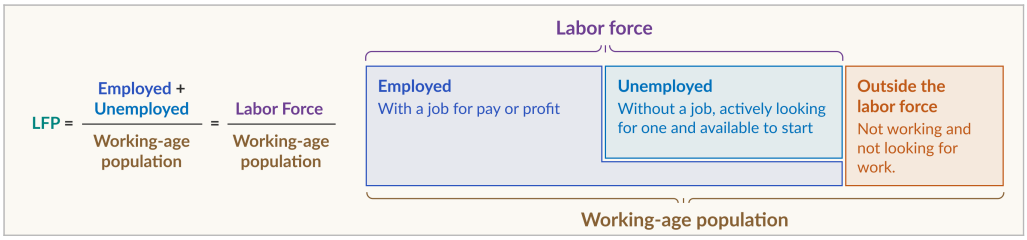
Слика 40. Подела становништва према положају на тржишту рада 2025. године

Извор: UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

Неплаћени послови у сопственом домаћинству, попут припремања хране, одржавања домаћинства, бриге о деци, старим или болесним члановима породице, према статистичким дефиницијама не сматрају се запосленошћу. Иако имају велики друштвени и економски значај, ове активности нису рад за плату или добит и зато се не укључују у званичну запосленост. Незапосленим се сматра лице које током референтног периода није било запослено, активно је предузимало кораке да пронађе посао и било је расположиво да почне да ради. Према смерницама усвојеним на 19. Међународној конференцији статистичара рада, тражење посла се обично посматра током претходне 4 недеље, док расположивост подразумева могућност започињања рада у року од приближно 2 недеље. Активно тражење посла може обухватити пријављивање на конкурсе, непосредно обраћање послодавцима, регистрацију код службе запошљавања, одговарање на огласе или предузимање корака за покретање сопственог посла (Rohenkohl et al., 2026).

Најчешће коришћени показатељи економске активности становништва јесу стопа активности, стопа запослености, стопа незапослености и стопа неактивности.

Стопа економске активности, или стопа учешћа у радној снази, мери удео активног становништва у укупном радно способном становништву, односно у контингенту радне снаге, и један је од кључних показатеља демографске и економске виталности друштва (Слика 41).



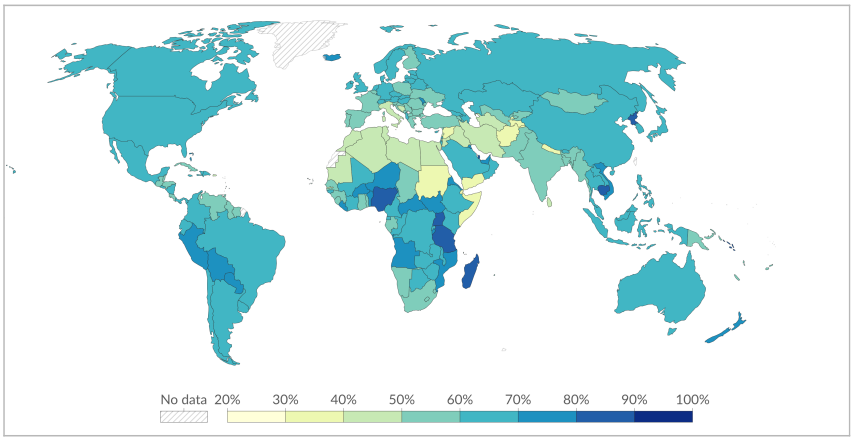
Слика 41. Графичко појашњење стопе активности

Извор: Rohenkohl et al., 2026; UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-

Висока стопа активности указује на то да велики део становништва

радног узраста ради или активно тражи посао. На њену висину утичу старосна структура, дужина школовања, услови пензионисања, положај жена, породичне обавезе, здравствено стање становништва, могућности запошљавања и миграције (Rohenkohl et al., 2026). Више вредности бележе бројне државе источне и југоисточне Азије, Океаније, подсахарске Африке и Латинске Америке, док су ниже стопе присутне у деловима северне Африке, Блиског истока и јужне Азије (Слика 42). На ове разлике утичу старосна и полна структура становништва, могућности запошљавања, трајање школовања, услови пензионисања, миграције и друштвени положај жена.

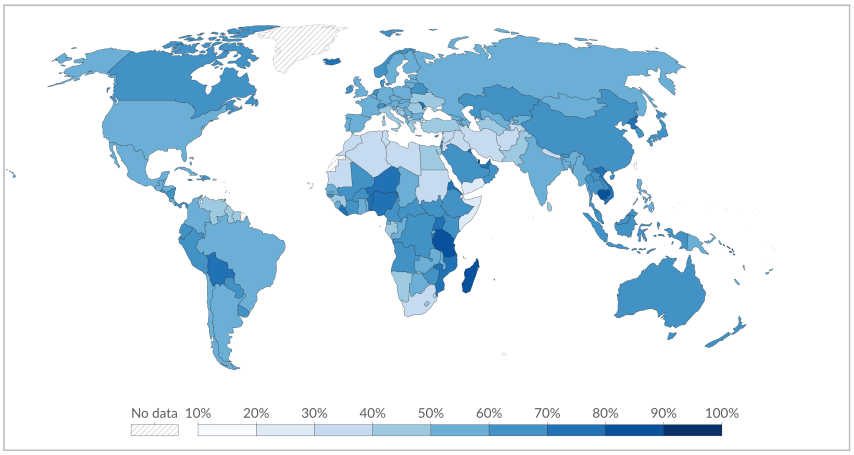
employment



Слика 42. Стопа економске активности у свету 2025. године

Извор: Rohenkohl et al., 2026; UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

Стопа запослености показује удео запослених у становништву радног узраста. Она непосредније од стопе незапослености показује колики део становништва радног узраста стварно ради. Међутим, ни ова стопа не показује колико сати људи раде, колику зараду остварују, да ли имају уговор и социјално осигурање или колико су њихова радна места сигурна (Rohenkohl et al., 2026). Више стопе запослености имају делови источне и југоисточне Азије, Океаније, подсахарске Африке и Јужне Америке, док су ниже вредности изражене у северној Африци, на Блиском истоку и у јужној Азији (Слика 43). Просторне разлике зависе од старосне структуре, учешћа жена на тржишту рада, могућности запошљавања и заступљености неформалних и пољопривредних послова.



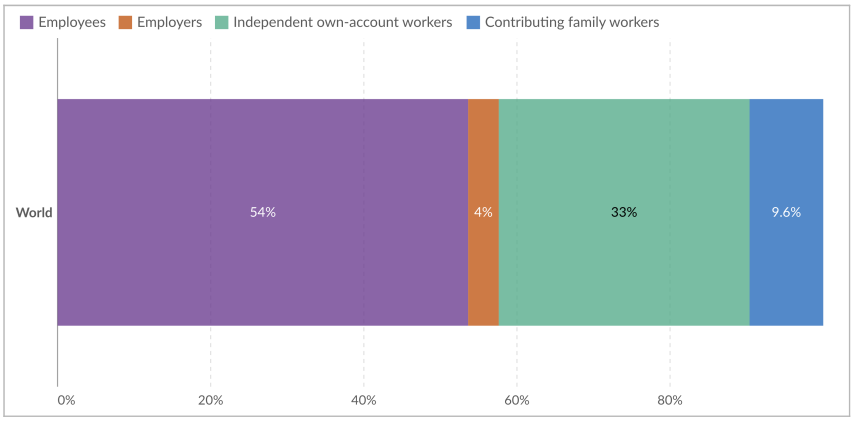
Слика 43. Стопа запослености у свету 2025. године

Извор: Rohenkohl et al., 2026; UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

Запослена лица могу се разликовати према њиховом положају у процесу рада. Основне категорије су (Rohenkohl et al., 2026):

- запослени код послодавца — раде за друго лице или организацију и примају зараду;
- послодавци — обављају сопствену делатност и запошљавају једно или више лица;
- самостални радници без запослених — раде за сопствени рачун, али немају запослене;
- помажући чланови домаћинства — без непосредне новчане накнаде помажу у породичном предузећу или на породичном газдинству.

У свету су 2024. године више од половине запослених чинили запослени код послодавца (54%), док су самостални радници и помажући чланови породице заједно чинили више од 40% укупне запослености (Слика 44).

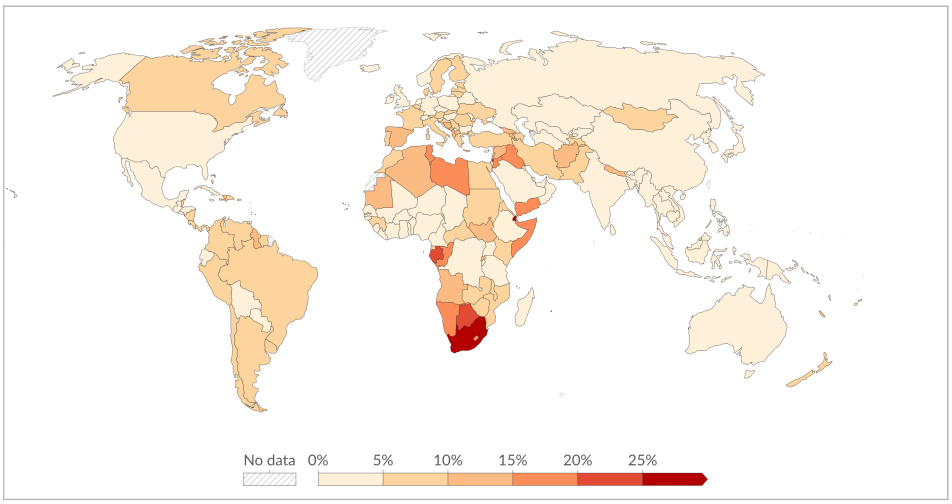


Слика 44. Категорије запослених лица у свету 2024. године

Извор: Rohenkohl et al., 2026; International Labour Organization, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

Стопа незапослености показује удео незапослених у укупној радној снази. Важно је нагласити да именилац није целокупно становништво нити целокупно становништво радног узраста, већ само радна снага. Стога особе које немају посао, али га активно не траже или нису расположиве да одмах почну да раде, не улазе у број незапослених. Стопа незапослености 2025. године највиша је у појединим државама јужне Африке, док у већем делу света износи мање од 10%. Ипак, ниска незапосленост не мора означавати и висок квалитет запослења (Слика 45). **Стопа неактивности** представља удео лица ван радне снаге у становништву радног узраста (Rohenkohl et al., 2026).

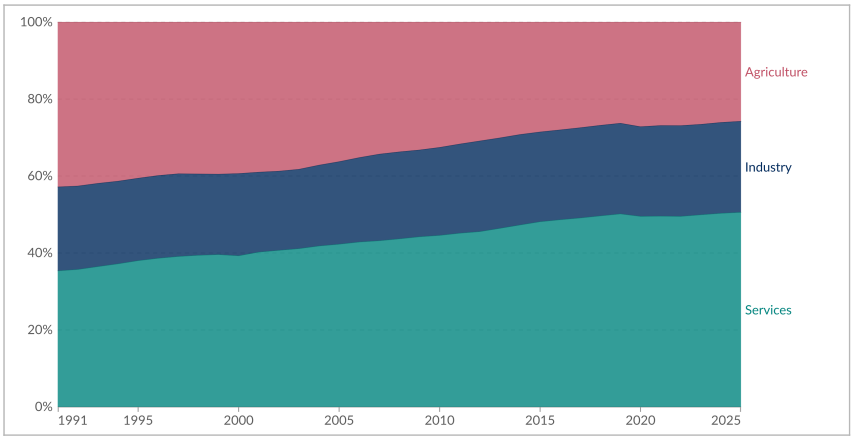
Стопа незапослености један је од најважнијих показатеља тржишта рада, али се не сме тумачити изоловано. Ниска стопа незапослености не мора увек означавати повољне услове рада. У сиромашнијим државама, у којима не постоје развијена социјална заштита и накнаде за незапослене, многи људи не могу себи да дозволе да дуже буду без икаквог рада. Они прихватају повремене, ниско плаћене, несигурне или неформалне послове и статистички се воде као запослени. Зато поједине земље са веома различитим нивоом развијености могу имати сличну стопу незапослености, иако се структура и квалитет њихове запослености знатно разликују (Rohenkohl et al., 2026).



Слика 45. Стопа незапослености у свету 2025. године

Извор: Rohenkohl et al., 2026; UN, World Population Prospects (2024); ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

Активно запослено становништво даље се рашчлањује према привредном сектору у коме је запослено. ***Примарни сектор*** обухвата делатности непосредног искоришћавања природних ресурса — пољопривреду, шумарство, рибарство и рударство. ***Секундарни сектор*** чине прерађивачка индустрија, грађевинарство и енергетика. ***Терцијарни сектор*** обједињује услужне делатности: трговину, саобраћај, финансије, образовање, здравство и туризам. Британски економисти Алан Фишер (Fisher, 1939) и Колин Кларк (Clark, 1940) независно су утврдили законитост по којој економски развој прати систематично пребацивање радне снаге из примарног ка секундарном, а затим ка терцијарном сектору. Ова Кларк-Фишерова хипотеза постала је темељни аналитички оквир за разумевање структурних промена у запослености током индустријализације и постиндустријализације.



Слика 46. Удео запослених у примарном, секундарном и терцијарном сектору, 2023. године

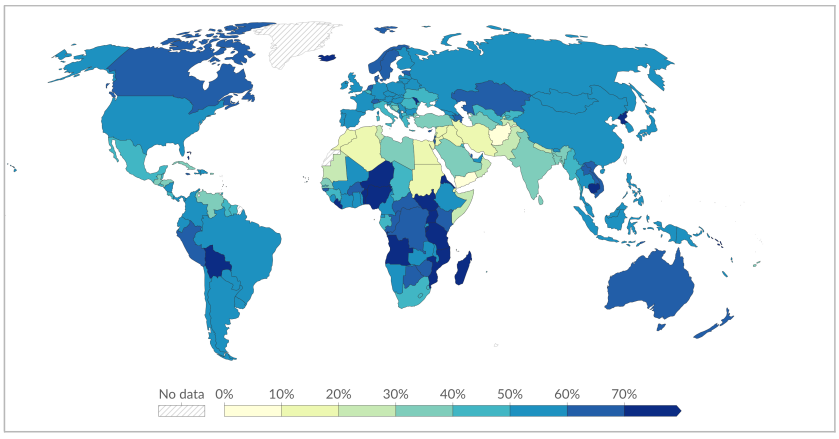
Извор: ILO, 2024; Our World in Data, https://ourworldindata.org/grapher

На глобалном нивоу, Међународна организација рада бележи да терцијарни сектор у 2023. години запошљава преко 50% светске радне снаге, при чему у земљама са високим дохотком тај удео прелази 70% (ILO, 2024b). Примарни сектор задржава доминантну улогу у земљама ниског и нижег средњег дохотка Субсахарске Африке и Јужне Азије, где и даље запошљава преко 60% активног становништва. Ова дихотомија одражава различите фазе терцијаризације у којима се налазе поједини

регионски блокови: Северна Америка и Западна Европа налазе се у поодмаклој постиндустријској фази, Источна Азија у фази убрзане транзиције, а велики делови Субсахарске Африке тек на почетку структурне трансформације (ILO, 2024b).

Промене удела запослених у овим секторима одражавају процес структурне трансформације привреде. У ранијим фазама развоја велики део становништва ради у пољопривреди. Са индустријализацијом расте запосленост у индустрији и грађевинарству, док у развијенијим привредама највећи број запослених прелази у услужне делатности. Прелазак становништва из пољопривреде у индустрију и услуге често је повезан са растом продуктивности, урбанизацијом, већим приходима и ширењем образовања. Међутим, раст услужног сектора не значи аутоматски и раст квалитетне формалне запослености. Услуге обухватају веома различите послове — од високостручних финансијских, научних и информационих услуга до ниско плаћених повремених послова у трговини, угоститељству, кућним и личним услугама.

Стопа учешћа у радној снази показује значајне *разлике по полу*. На светском нивоу, 2023. године стопа економске активности мушкараца износила је око 72%, а жена око 47%, при чему је родни јаз нарочито изражен у земљама Северне Африке и Блиског истока (ILO, 2024b). Стопа активности жена 2025. године највиша је у деловима Европе, подсахарске Африке, Океаније и Северне Америке, а најнижа у северној Африци, на Блиском истоку и у јужној Азији. Разлике одражавају економске услове, друштвене норме и положај жена (Слика 47).



Слика 47. Стопа економске активности жена у свету 2025. године

Извор: Rohenkohl et al., 2026; ILO Modelled Estimates, via World Bank, 2026; OurWorldinData.org/work-employment

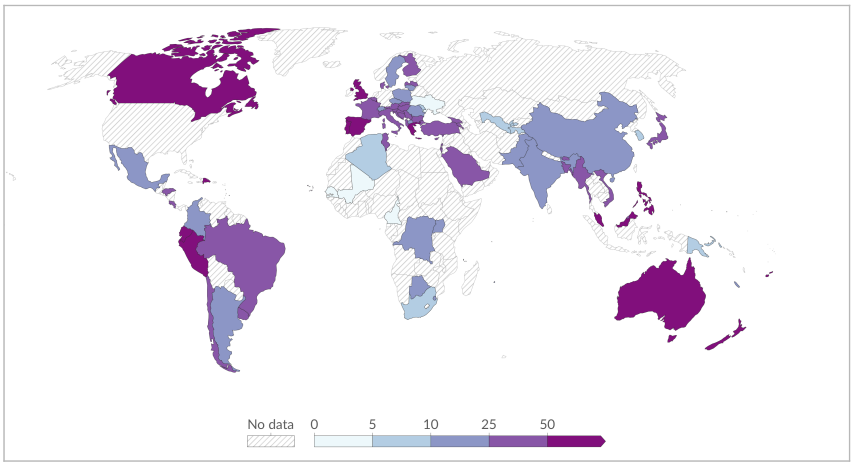
Поред родног, значајан је и старосни јаз: млади узраста 15–24 године суочавају се са знатно вишим стопама незапослености у поређењу са одраслим становништвом. Светска банка бележи да глобална стопа незапослености младих у 2023. години износи око 13%, наспрам укупне стопе незапослености од око 5,1% (ILO, 2024c). За анализу туристичких кретања посебно је релевантан концепт дискреционо расположивог дохотка. Реч је о делу личног или породичног прихода који остаје на располагању након измирења нужних трошкова живота — становања, хране, комуналних услуга и основних здравствених потреба — а намењен је слободном трошењу, укључујући путовања и рекреацију

(Smeral, 1998). Земље са развијеним терцијарним сектором и снажном средњом класом генерисаће по правилу и виши ниво дискреционо расположивог дохотка, чиме се стварају повољни демографско-економски услови за раст туристичке потражње (Smeral, 1998).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Кларк-Фишерова хипотеза

Кларк-Фишерова хипотеза описује закономерну промену структуре запослености током економског развоја. Алан Фишер (Fisher, 1939) и Колин Кларк (Clark, 1940) независно су уочили да са порастом националног дохотка опада удео запослених у примарном сектору, прво расте запосленост у секундарном, а затим нагло расте удео терцијарног, услужног сектора. Овај процес — терцијаризација привреде — одраз је пораста продуктивности, раста животног стандарда и повећања потражње за услугама. За туризам је терцијаризација кључна: туризам је по дефиницији услужна делатност, а постиндустријска привреда ствара истовремено и туристичку понуду (кроз раст услужног сектора) и туристичку потражњу (кроз пораст дохотка и слободног времена запослених).

Туризам је данас један од највећих послодаваца на свету. Према подацима Светског савета за путовања и туризам, сектор путовања и туризма је 2025. године подржавао 366 милиона радних места, односно приближно једно од девет радних места на свету (WTTC, 2026).



Слика 48. Број запослених у туристичким делатностима на 1.000 становника по државама

Извор: UN Tourism, 2025; Our World in Data, https://ourworldindata.org/tourism

За туризам је економска структура становништва вишеструко значајна. Удео терцијарног сектора у запослености директно одређује и димензије туристичке привреде, будући да туризам по дефиницији припада услужним делатностима. Ниво дохотка и стопа запослености становништва дефинишу туристичку потражњу — економски активно становништво са стабилним приходима и дискреционо расположивим дохотком главни је генератор туристичких кретања (United Nations & UN Tourism, 2024). Структура запослености такође обликује обрасце слободног времена: терцијарни радници имају по правилу другачије распореде годишњих одмора и краћих путовања него радници у примарном сектору, а то посредно утиче на сезонску расподелу туристичких токова.

Повезаност становништва, запослености и туризма може се посматрати са стране **туристичке тражње и туристичке понуде**. Са стране тражње, запосленост обезбеђује приходе који омогућавају издвајање средстава за путовања. Међутим, није важна само чињеница да је лице запослено већ и стабилност прихода, висина зараде, број радних сати, право на плаћени годишњи одмор и сигурност радног места. Лице које формално јесте запослено, али остварује низак и нестабилан приход, има знатно мање могућности за туристичка путовања од лица са стабилном зарадом и плаћеним одсуством. Са стране понуде, туризам је радно интензивна делатност која непосредно и посредно запошљава велики број људи. Туристичка запосленост обухвата рад у смештају, угоститељству, саобраћају, туристичким агенцијама, вођењу туриста, култури, трговини, рекреацији, забави и другим повезаним делатностима (United Nations & UN Tourism, 2024).

Запошљавање у туризму често је изразито сезонско. Током главне сезоне нагло расте потреба за радницима, док се након њеног завршетка број радних места смањује. Зато годишњи просек може прикрити велике месечне разлике у обиму запослености, незапослености и радном времену. Сезоналност може довести и до временске недовољне запослености, када радници ван сезоне раде мање него што желе. У туризму су заступљени млади, жене, студенти, мигранти, самозапослени, породични радници и лица ангажована на привременим и повременим пословима. Ова делатност може пружити прву прилику за запошљавање, допунски извор прихода и могућност покретања малог предузећа. Истовремено, постоје ризици ниских зарада, нестабилног радног времена, непријављеног рада, ограничене социјалне заштите и несигурних уговора. Због тога утицај туризма на запосленост не треба оцењивати само бројем отворених радних места. Потребно је испитати и (United Nations & UN Tourism, 2024):

- трајање радног односа;
- сезоналност запослења;
- висину и редовност зараде;
- број и распоред радних сати;
- заступљеност формалних и неформалних послова;
- полну и старосну структуру запослених;
- ниво образовања и квалификација;
- могућности стручног усавршавања и напредовања;
- безбедност и услове рада;
- обухваћеност здравственим, пензијским и другим облицима социјалног осигурања.

Посебно је важно анализирати да ли развој туризма ствара целогодишња и квалитетна радна места или претежно краткотрајне и несигурне послове. Тек повезивањем квантитативних и квалитативних показатеља може се оценити стварни допринос туризма локалном економском и друштвеном развоју.

3.3.4 Верска структура становништва

Верска структура становништва описује расподелу становника неке територије према верској припадности или идентификацији с одређеним религијским системом. Религија (лат. religio — побожност; religare — повезаност с неким врховним начелом) одувек је представљала један од најмоћнијих чинилаца обликовања друштвеног живота, простора и културног идентитета. Грчић (2011) истиче да религија у друштву обавља вишеструке функције: духовну (даје одговоре на питања о пореклу и смислу живота), психолошку (пружа утеху и унутрашњи мир), етичку (чува људско достојанство и моралне норме), социјалну (повезује чланове заједнице и упућује на хуманизам), геополитичку (религије су историјски биле кохезивна снага великих империја) и културну (преноси традиције и шири одређену цивилизацијску парадигму).

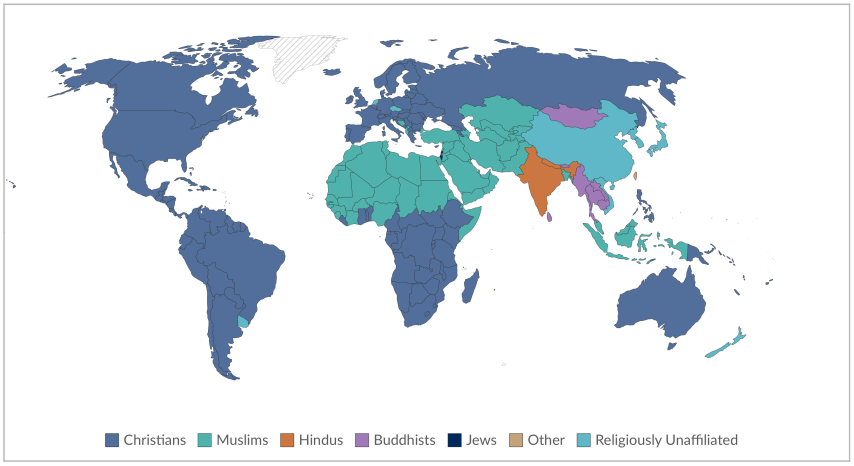
У систему класификације религија, Грчић (2011) разликује:

- **светске религије** — хришћанство, ислам и будизам — које се одликују универзалним карактером, мисионарском усмереношћу и глобалним просторним распростирањем;
- **регионалне (националне) религије** — јудаизам, хиндуизам, шинтоизам, сикхизам, конфучијанство и таоизам — које су претежно везане за одређену нацију или цивилизацију;
- **народне (анимистичке и традиционалне) религије**, које су карактеристичне за племенска друштва субсахарске Африке, Океаније и делова Азије.

По критеријуму теистичности, религије се деле на *монотеистичке* (јудаизам, хришћанство, ислам), *пантеистичке* (будизам, таоизам, шинтоизам) и *политеистичке* (хиндуизам, древне грчке и римске религије). Према проценама истраживачког центра Pew Research (2025), хришћанство је највећа светска религија са 2,4 милијарде верника (31,0% светске популације), а обухвата католицизам, православље и протестантизам. Следи ислам с 1,9 милијарди (24,9%), затим хиндуизам с 1,2 милијарди (15,1%) и будизам с 506 милиона (6,9%). Јудаизам исповеда око 15 милиона људи (0,2%). Без верске припадности је око 15,6% светске популације — група „нерелигиозних" обухвата атеисте, агностике и оне који се не идентификују ни с једном вером. Мањи удео становништва исповеда народне религије, анимизам и друге традиционалне верске системе, посебно у субсахарској Африци и Океанији.

Верска структура становништва испољава изражену просторну диференцираност у глобалним размерама. Хришћанство доминира у Западној и Источној Европи, обема Америкама, субсахарској Африци и Аустралији; ислам је водећа религија у Северној Африци, на Блиском истоку и у Централној и делу Југоисточне Азије; хиндуизам је претежно везан за Индијски потконтинент; будизам — за Источну и Југоисточну Азију. Регионалне религије попут шинтоизма (Јапан), конфучијанства и таоизма (Кина, Кореја, Вијетнам) задржале су снажан утицај на културни

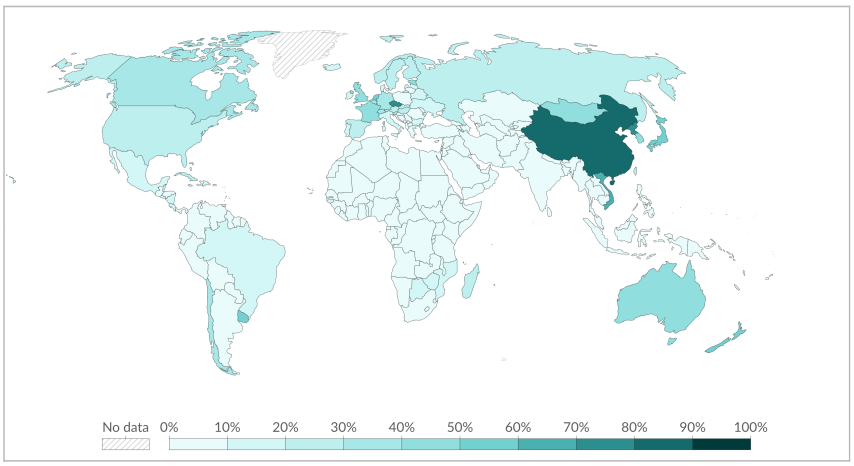
и свакодневном животу упркос секуларизацији (Слика 49). Процес секуларизације — постепеног смањивања значаја религије у јавном и приватном животу — најизраженији је у западноевропским земљама, Канади и Аустралији, где удео верски неопредељених бележи стабилан раст. Истовремено, субсахарска Африка и Блиски исток остају региони с највишим степеном религиозности становништва, а очекује се да ће до 2050. године глобалан удео муслимана достићи удео хришћана или га надмашити (Pew Research Center, 2015).



Слика 49. Удео светске популације према верској припадности (водећој религији), 2020. година

Извор: Pew Research Center, 2025; Our World in Data, https://ourworldindata.org/religion

Удео становништва без формалне верске припадности највећи је у источној Азији и појединим деловима Европе, док је знатно нижи у Африци, јужној Азији и на Блиском истоку (Слика 50). При томе, неприпадање одређеној религији не мора нужно значити одсуство духовних веровања или праксе.



Слика 50. Удео нерелигиозног становништва у земљама света у 2020. години

Извор: Pew Research Center, 2025; Our World in Data, https://ourworldindata.org/religion

Верска структура становништва је вишеструко значајна за туризам. Верска припадност снажно обликује туристичке обрасце: религиозна ограничења у исхрани (халал, кошер), верски празници и слободни дани, правила облачења и родне норме директно утичу на избор дестинације и структуру туристичке потражње. Тржиште муслиманских путника представља један од најбрже растућих сегмената глобалног туризма, а за 2028. годину пројектовано је око 230 милиона међународних долазака и 225 милијарди долара потрошње (Mastercard & CrescentRating, 2023). Дестинације које прилагоде своју

понуду потребама верски осетљивих туриста стичу значајну конкурентску предност. Религиозни туризам истовремено генерише приходе за локалне заједнице и подстиче очување верске архитектуре и нематеријалног верског наслеђа — бројни сакрални локалитети уврштени су на Унескову листу светске баштине управо захваљујући туристичким посетама.

3.3.5 Етничка структура становништва

Етничка структура становништва означава расподелу популације према етничкој идентификацији — скупу субјективно доживљених и друштвено препознатих обележја која појединца везују за одређену културну заједницу. Етнос (грч. ethnos — народ, племе) означава групни идентитет заснован на природним (соматским) и културним (језичким, верским, територијалним) критеријумима. Грчић (2000) указује да еволуција етничких заједница следи путању: родови → племена → народи → нације. На најнижем нивоу налазе се родови, засновани на крвним везама и заједничком пореклу; скуп родова чини племе — прву територијално компактну заједницу. Консолидацијом племенских заједница настаје народ, у коме крвне везе уступају место територијалним, језичким и културним. На врху еволутивне лествице стоји нација — политичка заједница грађана у оквиру државне организације.

Народ и нација нису истозначни појмови. **Народ** означава групу коју одликују заједничка географска (територија), генеалошка (порекло) и културна (језик, обичаји, традиција, вера) обележја. **Нација** је новији концепт, везан за период модерних националних држава и просветитељства. У науци се разликују две концепције: етничка (етнонација), која полази од историјског развоја заједнице пре настанка државе, и грађанска (државна нација), која нацију гради на основу грађанског друштва без обзира на етницитет (Грчић, 2000). Бенедикт Андерсон (1983) увео је кључни концепт: нација је „замишљена заједница" (енг. imagined community) — њени чланови се углавном никад лично не сретају, али у свести сваког од њих живи слика заједништва. Ентони Смит (1991) показао је да модерне нације настају из предмодерних етничких заједница (енг. ethnies) које карактеришу: заједничко властито име, мит о заједничком пореклу, дељена историјска сећања, елементи заједничке културе и осећај солидарности.

Етничка мањина је етничка група која по броју или положају одступа од доминантне групе; разликује се по етничким, језичким, верским или културним обележјима и по правилу ужива посебна законска права. Дијаспора (грч. расејање) означава етничке заједнице које живе изван своје матичне територије — према подацима УН ДЕСА (2020), у свету живи преко 281 милиона међународних миграната.

Етнодемографска слика света изузетно је разноврсна. Субсахарска Африка карактерише се највећом етничком шароликошћу — на тој територији обитава преко 2.000 различитих народа и етничких

скупина, што је у великој мери последица колонијалног разграничавања које је пресецало традиционалне етничке teritorije. Азија бележи, поред великих хомогених етничких простора (Хан Кинези, Јапанци, Корејци), и изузетно сложене вишенационалне заједнице (Индија с преко 2.000 етничких скупина). Европа се претежно одликује консолидованим националним државама, мада унутар њих постоје бројне етничке мањине. Оба америчка континента обележена су дугом историјом миграција — у Латинској Америци настале су нове синтетичке етничке групе (местици, мулати), док је Северна Америка снажан пример мултиетничког грађанског друштва.

На основу односа између етничке и државне структуре, Грчић (2000), ослањајући се на Нелсонову (1981) типологију, разликује пет типова држава према етнонационалном саставу: (1) *једнонационалне* (хомогене) државе, у којима један народ чини апсолутну или доминантну већину (Јапан, Исланд, Португалија); (2) *државе с једном значајном мањином* (Белгија — Фламанци и Валонци, Финска — Финци и Швеђани); (3) *вишенационалне* државе с неколико етничких заједница с једном доминантном групом (Шпанија, Индија, Кина); (4) *мултинационалне* државе без доминантне групе (ДР Конго, Папуа Нова Гвинеја, Нигерија с преко 250 етничких заједница); и (5) државе *с расцепканом етничком структуром* у којима се етницитет преплеће с племенским и верским идентитетима. У правом смислу не постоји потпуно етнички хомогена држава — миграције, глобализација и дијаспора непрестано доприносе сложености етничке структуре свуда у свету.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Дијаспорни туризам

Дијаспорни туризам (diaspora tourism) означава путовања чланова дијаспорских заједница у матичну земљу или регион порекла предака, мотивисана потрагом за коренима, културним идентитетом и емотивном везом с домовином. Тимоти (2011) сврстава дијаспорни туризам у категорију наследног туризма (heritage tourism), будући да дијаспора посећује предеоне и културне локалитете непосредно везане за идентитет породице или етничке групе. Истраживања показују да дијаспорски туристи троше више, остају дуже и имају виши степен лојалности дестинацији од просечних туриста. Италија је 2023. покренула програм Italea, намењен потомцима италијанских емиграната (у дијаспори живи око 80 милиона особа с италијанским коренима); Гана је 2019. организовала иницијативу „Beyond the Return" поводом 400 година од почетка трансатлантског ропства, привукавши хиљаде посетилаца афричке дијаспоре. Шкотска годишње организује фестивал Homecoming Scotland — програм за шкотску дијаспору расејану по свим континентима.

Етничка структура становништва вишеструко утиче на туризам. Мултиетнична друштва с богатим културним наслеђем развијају специфичну туристичку понуду — етно-села, фестивале, гастрономске руте и музеје који интерпретирају етничка обележја простора. Региони са израженим мањинским културама (Тибетанци у Кини, Маје у Мексику, домородачки народи у Аустралији) постају привлачне

дестинације за културни и етнографски туризам. Насупрот томе, етнички сукоби, дискриминација и нестабилност негативно делују на туризам — угрожавају сигурност путника и нарушавају имиџ дестинације. Дијаспора као посебан сегмент туристичке тражње има стратешки значај за земље с израженим емиграционим искуством — попут Србије, Ирске, Италије или Филипина.

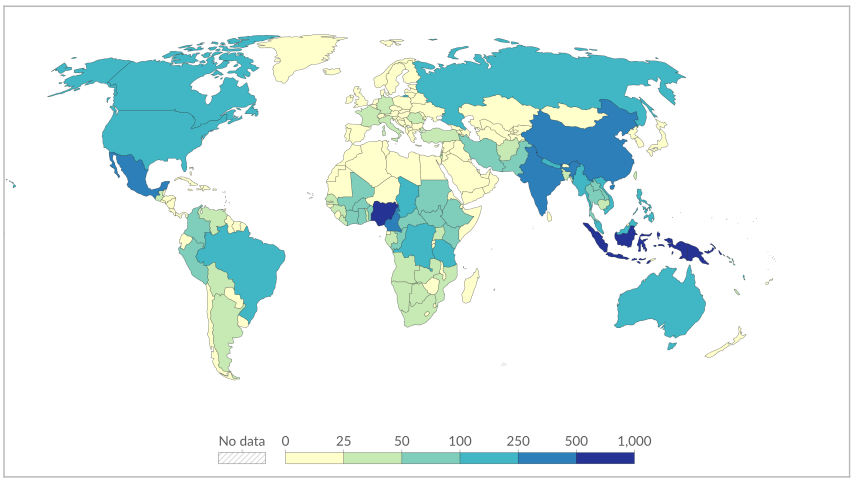
3.3.6 Језичка структура становништва

Језичка структура становништва обухвата расподелу становника неке територије према матерњем језику или говорном идентитету. Језик је истовремено најважније средство комуникације у људском друштву и кључни маркер етничког и културног идентитета. Грчић (2011) истиче да сваки језик представља призму кроз коју се одражава поглед на свет, етничка осећања, начин расуђивања и мишљења — те да је географија језика у суштини екологија етничких заједница и њихових животних средина. Геолингвистика, као посебна грана културне географије, проучава просторни размештај језика, лингвистичке ареале и динамику ширења, повлачења и нестанка језичких система на глобалном нивоу. Основни аналитички нивои су: језичке породице, језичке групе, језици, дијалекти и наречја.

Тачан број живих језика у свету тешко је прецизно утврдити. Ethnologue (2023), највеће светско лингвистичко издање, бележи **7.168 живих језика**. Грчић (2011) напомиње да је тај број историјски варирао — у доба највећег језичког диверзитета говорило се између 10.000 и 15.000 језика, а данас је преко половине тих језика нестало. Генетска класификација је најважнији аналитички приступ: језици се групишу у сродне породице настале из заједничког прајезика. Индоевропска породица данас обухвата 43,5% становништва света (преко 2,6 милијарди људи) и дели се на десет грана — индоаријску, иранску, германску, романску, словенску, балтичку, хеленску, албанску, јерменску и келтску. Сино-тибетска породица (кинески, тибетски, бурмански) заузима друго место по броју говорника, а следе афроазијска (арапски, хебрејски, берберски, амхарски), нигер-конго (банту и суданski језици), аустронезијска и дравидска породица (тамилски, телугу, канада, малајалам).

Међу живим језицима постоје огромне разлике у броју говорника. Према Грчићу (2011), светски лингвистички простор одликује дубока неравномерност: мандарински кинески је матерњи језик приближно 920 милиона људи; следе шпански (475 мил.), енглески (373 мил. матерњих говорника, али преко 1,5 милијарди укупно), хиндски, арапски, бенгалски, португалски, руски, јапански, немачки и француски. Дванаест од двадесет најбројнијих језика у свету припада индоевропској породици, која обухвата половину светске популације. На другом крају спектра, преко 40% свих живих језика броји мање од 1.000 говорника, а многи постоје само у усменој традицији без писаног облика.

Највећа језичка разноврсност присутна је у деловима Африке, јужне и југоисточне Азије и Океаније, где на релативно малом простору живе бројне језичке заједнице. Ниже вредности индекса карактеристичне су за државе у којима један матерњи језик изразито преовлађује (Слика 51).



Слика 51. Број живих језика по земљама света у 2025. години

Извор: Summer Institute of Linguistics International, 2025; Our World in Data.Our World in Data, https://ourworldindata.org/linguistic-diversity

Језичка разноврсност света под снажним је притиском. УНЕСКО-ов Атлас угрожених језика (2010) процењује да је данас угрожено око 2.500 језика, а око 230 језика је изумрло само у 20. веку. Грчић (2011) наводи да је између 1490. и 2000. године изумрло око половине свих језика у свету. Главни узроци нестајања језика су акултурација (прихватање језика доминантне заједнице), глотофагија (територијална експанзија једног језика на рачун других), колонизација и глобализација масовних комуникација — посебно енглеског језика. Политичка репресија над мањинским језицима доводи до лингвацида — потпуног искорењивања језика наметањем државне језичке политике. Примери укључују гушење велшког у Француској, каталонског под Франком, курдског у Турској и бројних домородачких језика у обема Америкама. Насупрот томе, неки језици доживљавају препород: иврит је након два миленијума као „мртав" језик оживљен у Израелу захваљујући реформи Елиезера Бен-Јехуде, а велшки, маерски и хавајски бележе увећан број говорника захваљујући активним институционалним напорима.

На глобалном нивоу издвајају се међународни језици — језици савремене комуникације (лат. lingua franca). Енглески је данас de facto глобални језик науке, дипломатије, ваздушног саобраћаја, интернета и популарне културе — са преко 1,5 милијарди говорника укупно. Француски, шпански и арапски имају званични статус у УН; мандарински кинески доминира у источноазијском простору; шпански је lingua franca Латинске Америке. Грчић (2011) истиче да питање језичке политике одражава однос снага између култура и цивилизација: принцип cujus regio, ejus lingua (чија је земља, његов је и језик) историјски је водио многе државе да намећу јединствен језик на уштрб језичних мањина. Најуспешнији примери вишејезичке политике — Швајцарска са четири службена језика, Сингапур са четири, Финска са два — показују да лингвистичка различитост може бити предност, а не препрека.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Језички туризам

Језички туризам (енг. language tourism или educational language travel) означава путовања мотивисана учењем страног језика у земљи у којој се тај језик говори као матерњи. Реч је о једном од најбрже растућих сегмената образовног и културног туризма. Програми језичког туризма комбинују наставу језика у акредитованим школама са културним активностима, смештајем у породицама домаћина (homestay) и екскурзијама. Водеће дестинације су: Велика Британија и Ирска (енглески), Шпанија и Мексико (шпански), Француска (француски), Немачка и Аустрија (немачки), Италија (италијански), Јапан (јапански) и Малта (енглески у средоземном окружењу). Према British Council (2022), више од 1,5 милиона студената годишње путује у иностранство искључиво ради учења језика. Језик је такође кључни посредник културног туризма у ширем смислу — језичка баријера остаје један од најважнијих фактора који ограничавају туристичка кретања и подижу трошак путовања.

Језичка структура становништва има вишеструки значај за туризам. Језичка баријера представља једну од кључних препрека у развоју туризма — дестинације и објекти који не пружају услуге на језицима циљних емитивних тржишта бележе мањи број посетилаца. Глобална lingua franca туристичке индустрије је енглески, али у специјализованим сегментима (нпр. туризам из Кине, Русије, арапских земаља) јавља се растуће тражиште за вишејезичким туристичким садржајима. Доступност водича, сигнализације, јеловника и дигиталног садржаја на матерњем језику туристе директно унапређује туристичко искуство. Насупрот томе, просторна разноликост језика чини основу богате културнотуристичке понуде — језичке мањине, домородачки језици и регионални дијалекти сведоче о културној разноврсности која привлачи истраживачке и културне туристе. Језички туризам као посебна ниша има стратешки значај за дестинације попут Малте, Ирске или Шпаније, где језичке школе годишње привлаче стотине хиљада страних студената.

3.3.7 Расна структура становништва

Расна структура становништва традиционално означава расподелу становништва према наследним спољашњим обележјима, као што су пигментација коже, боја и облик косе, грађа лица и друга видљива својства. Ова обележја развијала су се током дугог периода под утицајем порекла, миграција и прилагођавања различитим природним условима. Сви савремени људи припадају истој врсти — Homo sapiens — а разлике међу популацијама су постепене и не образују оштре биолошке границе (Грчић, 2000; American Association of Physical Anthropologists [AAPA], 2019).

Раса је антрополошки појам — група људи међу којима преовладава одређени физички тип (фенотип), настао прилагођавањем географској средини и поднебљу. Homo sapiens несумњиво представља један вид са истим бројем хромозома, а представници свих раса могу се

слободно укрштати међу собом (Грчић, 2014). Моногенетска хипотеза, данас широко прихваћена у науци, тврди да људски род представља јединствену врсту Homo sapiens чије су расе настале под утицајем природних чинилаца у различитим географским срединама. Молекуларна генетика потврђује ову тезу: два насумично изабрана човека деле 99,9% идентичног ДНК, а видљиве расне разлике у боји коже, форми косе и облику лица представљају адаптације на климатске услове, а не суштинске биолошке разлике. Данас је у антропологији прихваћено становиште да су „расе биолошке категорије, које се разликују квалитативно од социјалних заједница — етничких, лингвистичких, економских, културних и конфесионалних" (Брук, 1996, цитирано у Грчић, 2014).

Класификација раса кроз историју науке прошла је кроз неколико фаза. Карл Лине (1758) издвојио је четири расе према географским ареалима: американоидну, европску, азијску и афричку. Блуменбах (18. век) додао је малајску расу, а Деникер описао 29 расних типова на основу соматских обележја. Савремена антропологија препознаје три основне расне групе са гранама (Грчић, 2014): **европеидну** (или caucasoid) расу, **монголоидну** расу и **екваторијалну или негроидно-аустралоидну** расу, уз бројне мешовите расне форме. Европеидна раса настала је у Средоземљу и данас обухвата становништво Европе, Блиског истока, јужне Азије и Северне Африке; дели се на јужну (медитеранску), средишњу и северну (нордијску) грану. Монголоидна раса, прилагођена хладној и сувој клими Централне и Северне Азије, обухвата азијску и америчку грану — потоња укључује домородачко становништво Америке (американоиди). Екваторијална раса обухвата афричку грану (суп-сахарска Африка) и аустралоидну грану (аустралијски Аборицини, Папуанци, Меланежани).

Просторни размештај расних група на Земљи уско је повезан са историјом насељавања планете. Европеиди данас чине релативну већину у Европи, Северној Америци, Аустралији, Новом Зеланду и деловима Латинске Америке. Монголоиди су доминантна расна група у источној, централној и југоисточној Азији, као и међу домородачким народима Американога. Екваторијална раса присутна је претежно у Субсахарској Африци. Значајан удео светске популације чине мешовите расне форме, посебно у Латинској Америци — где је Грчић (2014) описао становништво као „мешавину раса, народа и језика" — и у Карибима. Глобализација, масовне миграције и урбанизација убрзавају процес расног мешања на свим континентима, тако да је расна хомогеност постала реткост у великим мултикултурним метрополама. Ова подела не може се непосредно претворити у једноставну карту савременог света. Миграције, колонизација и мешање становништва значајно су изменили првобитни просторни распоред, нарочито у Северној и Јужној Америци, Аустралији, на Карибима и у великим светским градовима (Грчић, 2000).

У традиционалној антропогеографској терминологији за потомке родитеља који припадају различитим великим расним групама употребљава се заједнички назив **мелези**. У савременом тексту

прикладније је употребљавати израз *становништво мешовитог порекла*, док назив „мелези“ треба објаснити као традиционални стручни термин (Грчић, 2000; AAPA, 2019). Према пореклу, традиционално се разликују 3 основне групе:

- *местици* — потомци европеидног и староседелачког америчког становништва; најбројнији су у Мексику, Централној Америци и великом делу Јужне Америке;
- *мулати* — потомци европеидног и афричког становништва; бројни су у Бразилу, на Карибима и у другим областима које су биле обухваћене колонизацијом и трансатлантском трговином робљем ;
- *замбоси* — потомци афричког и староседелачког америчког становништва; заступљени су првенствено у појединим приобалним областима Централне и Јужне Америке и Кариба (Грчић, 2000).

Поред ових група, постоје и бројне друге комбинације мешовитог порекла, укључујући потомке европског и азијског становништва, као и популације у чијем пореклу учествују 3 или више различитих група. За њих не постоји јединствен, општеприхваћен заједнички назив, па је најпрецизније говорити о *становништву вишеструког мешовитог порекла* (Грчић, 2000). Латинска Америка и Кариби представљају најизразитије примере вишевековног мешања староседелачког, европског и афричког становништва. Ипак, називи местици, мулати и замбоси настали су у колонијалном периоду, а њихово значење и употреба разликују се од државе до државе. Због тога се не смеју изједначавати са савременим националним, етничким или пописним категоријама (Грчић, 2000; AAPA, 2019).

Важно је и да се појам *креоли* не сврстава аутоматски међу наведене групе. Креолима су се првобитно називали потомци Европљана рођени у колонијама, док се назив касније проширио на различите локалне културне и језичке заједнице. Он, према томе, не означава једну одређену комбинацију порекла.

Концепт расе кроз историју је злоупотребљаван у политичке и економске сврхе, дајући основу за расизам — доктрину о хијерархији раса и постојању „виших" и „нижих". Грчић (2014) детаљно прати историју расизма — од Аристотелове одбране ропства, преко јудео-хришћанских предрасуда о „богоизабраном народу", до колонијалне идеологије која је служила за оправдавање истребљивања домородаца у Америкама и трговине робљем. Научни расизам 19. века, чији је оснивач француски социолог Артур де Гобино са делом „Оглед о неједнакости људских раса" (1854), достигао је свој историјски врхунац у нацистичкој расној идеологији и холокаусту, те апартхејду у Јужноафричкој Републици. После Другог светског рата Универзална декларација о људским правима (1948) унела је принцип расне равноправности у темеље међународног права. Укидање апартхејда у ЈАР (1991) и законска забрана расне сегрегације у САД (1964) означили су кључне прекретнице у борби против расне дискриминације. Савремена генетика је коначно подрила биолошке основе расизма: разлике у геному међу расним групама мање су него разлике унутар исте расне групе (Lewontin, 1972).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Инклузивни туризам

Инклузивни туризам означава концепт развоја туристичких дестинација и услуга на начин који осигурава равноправан приступ, добродошлицу и достојанствено искуство за све путнике — без обзира на расно, етничко или национално порекло. Настао је из ширег покрета за инклузију особа са инвалидитетом, али је данас проширен и на димензије расне и културне инклузивности. Кључни елементи инклузивног туризма су: антидискриминаторна политика туристичких предузећа, различитост особља, мултикултурна осетљивост у дизајну услуга, видљивост разноврсних туристичких група у маркетиншким материјалима и активно сузбијање расне стереотипизације у туристичком наративу о дестинацијама. Студије UNWTO показују да туристи припадници мањинских расних и етничких група избегавају дестинације са познатом историјом дискриминације — расна клима дестинације тако постаје конкурентски фактор у савременом туризму.

3.4 Домаћинства и породице

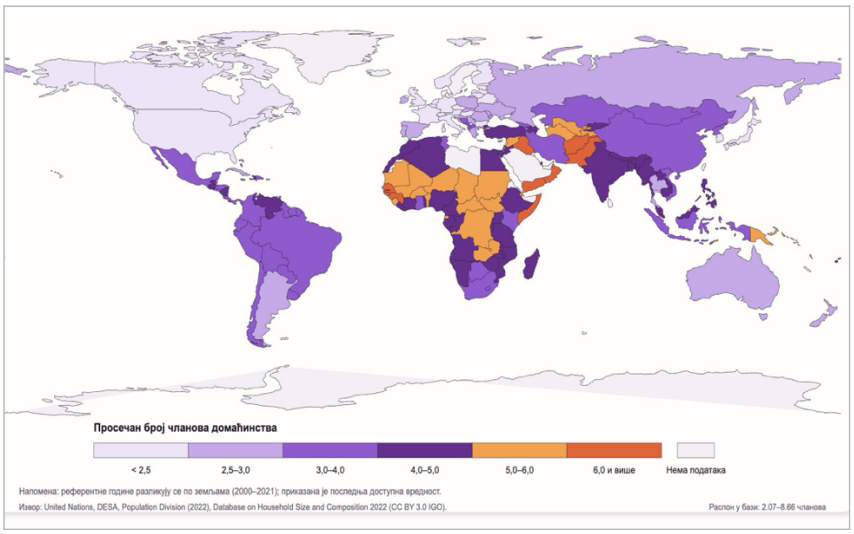
Кључни појмови

домаћинство; нуклеарна породица; проширена породица; самачко домаћинство; вишегенерацијско домаћинство; просечна величина домаћинства; соло туризам; вишегенерацијски туризам

Домаћинство представља **основну друштвено-економску јединицу** у коју се свако становништво може рашчланити. Уједињене нације дефинишу домаћинство као групу лица која заједно станују и деле заједнички буџет, независно од тога да ли су у сродству (United Nations Statistics Division, 2024). Структура домаћинстава описује квантитативну и квалитативну расподелу домаћинстава према типу, величини и саставу. Основни типови домаћинстава у савременој демографији су:

- самачка домаћинства — једна особа;
- нуклеарна (проста) домаћинства — двоје одраслих са или без деце;
- непотпуна домаћинства — један родитељ са децом;
- проширена или вишегенерацијска домаћинства — нуклеарна породица са баком, деком или другим сродницима;
- вишепородична домаћинства — два или више нуклеуса под истим кровом. Задруга — традиционални облик проширене породице карактеристичан за балканске народе — представља историјски важну форму вишепородичног домаћинства (Грчић, 2014).

Просечна величина домаћинства — **број чланова по домаћинству** — један је од кључних демографских показатеља. У већини земаља просечна величина домаћинства током последњих деценија опада, при чему су домаћинства у просеку мања за око 0,5 чланова по деценији (Esteve et al., 2024). Овај тренд резултат је интеракције неколико процеса — пада стопе фертилитета, урбанизације, раста нивоа образовања (нарочито жена), дужег живота и промена у вредносним оријентацијама становника. Подаци по регионима (Слика 52) показују велике разлике: у Субсахарској Африци просечно домаћинство броји преко 5 чланова, у Северној Африци и Блиском истоку око 4, у Северној Америци и Источној Европи око 2,5, а у скандинавским земљама испод 2,2 члана по домаћинству (Eurostat, 2024; Esteve et al., 2024).



Слика 52. Просечна величина домаћинства по земљама света

Извор: United Nations, Population Division, 2022.

Удео самачких домаћинстава нагло расте у развијеним земљама. У Европској унији, самачка домаћинства чинила су 2022. године 33,6% свих домаћинстава, у Шведској и Норвешкој преко 40% (Eurostat, 2024). Раст самачких домаћинстава повезан је са продуженим животним веком, овдовљавањем старијих, одлагањем ступања у брак међу млађим генерацијама и порастом стопа развода. Истовремено опада удео проширених вишегенерацијских домаћинстава у Европи и Северној Америци, иако остају доминантни образац у деловима јужне и источне Азије (нарочито Индија, Кина, Вијетнам, Иран), суп-сахарској Африци и деловима Латинске Америке. Грчић (2014) помиње специфичан кинески образац домаћинства — систем „4+2+1" — где четири деде и баке и двоје родитеља живе окупљени око јединог детета, последица политике „једно дете" из периода 1979—2015. године.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Породични туризам и соло туризам

Породични туризам подразумева туристичка путовања нуклеарних или проширених породица са децом, организована око потреба и интереса свих генерација. Представља најважнији тржишни сегмент туристичке индустрије по обиму — по проценама UNWTO, породична путовања чине око 30% свих туристичких кретања у свету. Туристичка понуда прилагођена породицама обухвата: „all-inclusive" хотелска насеља са дечјим клубовима, тематске паркове, образовни и авантуристички туризам за децу, вишегенерацијске пакете. Соло туризам (индивидуални путници) у сталном је порасту захваљујући расту удела самачких домаћинстава у развијеном свету. Извештај Booking.com (2023) бележи да 25% путовања широм света чине соло путовања, при чему жене чине растућу већину соло путника. Вишегенерацијски туризам — „grandtravel" — у коме баке и деде путују са унуцима без посредних родитеља, брзо расте као посебна тржишна ниша у старећим европским и северноамеричким друштвима.

Структура домаћинстава директно детерминише обрасце туристичких кретања и тражења. Величина домаћинства одређује величину туристичке јединице — а тиме и врсту смештаја, превоза, одредишта и

буџета. Нуклеарна домаћинства са децом траже безбедне, добро осмишљене породичне дестинације са богатим програмом за децу; самачка домаћинства усмерена су ка соло путовањима, хостелима и туристичком умрежавању; проширена домаћинства потражују просторно и буџетски прилагодљиве аранжмане за групу. Старење становништва и раст удела двочланих домаћинстава „празног гнезда" (енг. empty nesters — парови чија су деца напустила родитељски дом) ствара посебно тржиште путника са широм слободом избора и вишим расположивим доходком. Истраживања доследно показују да је туристичка потрошња по особи виша у самачким и двочланим него у вишечланим домаћинствима, што опадање просечне величине домаћинства у развијеним земљама чини значајним трендом за туристичку индустрију.

3.5 Миграције и мобилност

3.5.1 Појам, типологија и обрасци миграција

Кључни појмови

миграција; емиграција; имиграција; унутрашње миграције; спољне миграције; добровољне миграције; принудне миграције; избеглице

Миграција (лат. migratio — сеоба, пресељење) означава просторно кретање становништва. Сматра се да је миграција стара колико и само људско друштво — неолитско ширење човечанства по планети, велике сеобе народа, колонизација Новог света и индустријализација 19. и 20. века само су неки од историјских таласа миграција који су дубоко обликовали данашњу расподелу светске популације. Два основна и међусобно повезана концепта у проучавању миграција су емиграција и имиграција. **Емиграција** (лат. emigrare — исељавање) означава напуштање земље или региона порекла са намером трајног или дуготрајног настањивања на другом месту; особа која се исељава назива се емигрант. **Имиграција** (лат. immigrare — усељавање) означава долазак и настањивање у новој земљи или
региону; особа која се усељава назива се имигрант. Исти човек је истовремено емигрант из перспективе земље коју напушта и имигрант из перспективе земље у коју долази — Србин који одлази да живи у Немачку јесте емигрант из Србије и имигрант у Немачкој. Миграција се принципијелно разликује од туризма: туриста путује привремено са намером повратка, ради одмора, забаве или доживљаја (Solarević & Božić, 2018; Kadušić et al., 2018). Граница између туристе и мигранта није увек оштра: дигитални номади, сезонски радници и студенти у иностранству заузимају простор између ова два концепта.

Миграције се класификују по неколико критеријума. Према простору кретања разликују се **унутрашње миграције** — унутар граница исте државе — и **спољне или међународне миграције**, које подразумевају прелазак државне границе. Посебан облик унутрашњих миграција је руралноурбана миграција, масовно исељавање са села у градове, које је обележило индустријализацију 20. века и које се данас наставља у Азији, Африци и Латинској Америци. Према карактеру покретача, миграције могу бити **добровољне**, покренуте економским, образовним или породичним мотивима, и **принудне**, узроковане ратом,

прогоном, природним катастрофама или еколошком деградацијом. У оквиру принудних миграција разликује се статус *избеглице* — особе која је прешла државну границу бежећи од прогона или оружаног сукоба, заштићене Женевском конвенцијом из 1951. године — и статус интерно расељеног лица (IDP), особе која је напустила дом, али остала унутар граница своје земље. Према трајању разликујемо **привремене миграције** — сезонске раднике, студенте, упућене раднике — и **трајне**. **Дневне миграције** — свакодневно кретање радника, ученика и студената између места становања и места рада или школовања, без промене места боравка — по неким ауторима стоје на граници миграцијских токова. У оквиру принудних миграција разликује се статус избеглице — особе која је прешла државну границу бежећи од прогона или оружаног сукоба, заштићене Женевском конвенцијом из 1951. године — и статус интерно расељеног лица (IDP), особе која је напустила дом, али остала унутар граница своје земље (UNHCR, 2023).

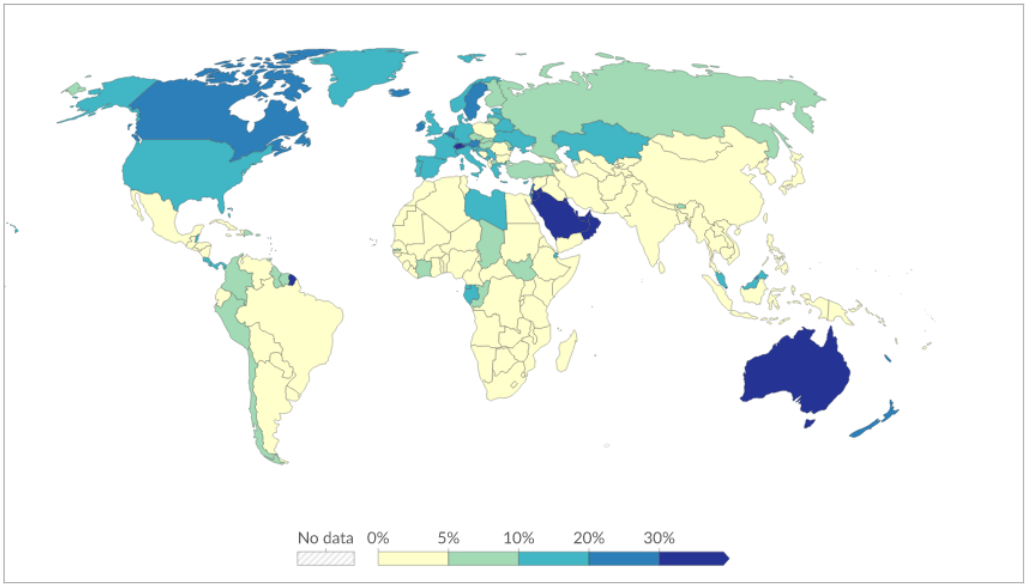
Међународни мигрант је, у статистичком смислу, лице које је прешло међународну границу и променило земљу уобичајеног боравишта, најчешће у трајању од најмање 12 месеци. Миграциони фонд представља број међународних миграната који у одређеном тренутку живе у некој земљи и не треба га поистовећивати са миграционим током, односно бројем досељених и одсељених лица током одређеног периода. Према најновијој процени Уједињених нација, у свету је 2024. године живело око *304 милиона међународних миграната*. Они су чинили 3,7% светске популације, што значи да је приближно свака 27. особа на планети живела изван земље свог рођења или држављанства (United Nations DESA, 2025c).

Највеће **земље порекла** међународних миграната 2024. године биле су *Индија*, са око 18,5 милиона лица, *Кина* са 11,7 милиона, *Мексико* са 11,6 милиона, *Украјина* са 9,8 милиона и *Руска Федерација* са 9,1 милион. Најважније **земље одредишта** биле су *Сједињене Америчке Државе*, у којима је живело око 52,4 милиона међународних миграната, *Немачка* са 16,8 милиона, *Саудијска Арабија* са 13,7 милиона, *Уједињено Краљевство* са 11,8 милиона и *Француска* са 9,2 милиона (United Nations DESA, 2025c). Европа је 2024. године примала највећи број међународних миграната — око 94 милиона, док их је у Северној Америци живело око 61 милион.

Историјски посматрано, Solarević и Božić (2018) наводе да су Европа, Северна Америка, Аустралија и Океанија у периоду 1950–2015. примиле готово целокупан нето миграциони прираштај у свету. Ипак, савремене миграције нису једносмерно кретање са Глобалног Југа ка Глобалном Северу. Око 45% међународних миграната 2024. године живело је унутар ширег региона свог порекла. Тако је 74% миграната пореклом из Европе живело у другој европској земљи, док је 64% миграната из Субсахарске Африке боравило у некој другој земљи истог региона (United Nations DESA, 2025c).

Право човека на слободу кретања једно је од основних људски права и слобода и број људи који свакодневно, сезонски или трајно мигрирају је све већи. На тај начин удео мигрантске популације у

државама је све већи, односно удео алохтоног становништва је све већи. Становништво неке државе које је рођено у другој држави назива се алохтоно или мигрантско становништво. Становништво које је рођено у тој држави у којој и живи назива се аутохтоно становништво. Имајући у виду претходно поменуте трендове, просторни приказ удела мигрантског становништва по држава је очекиван и јасно издваја Северну Америку, Европу и Аустралију као глобалне регионе имиграције (Слика 53).



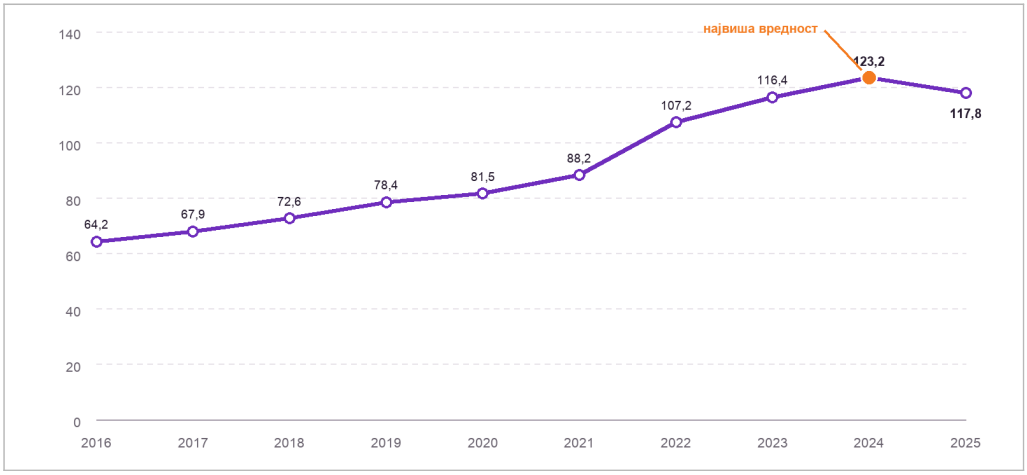
Слика 53. Удео мигрантског становништва у државама света у 2024. години

Извор: United nations, 2024; Our World in Data, OurWorldinData.org/migration

Највећи међурегионални миграциони коридори водили су из Латинске Америке и Кариба ка Северној Америци, са око 27 милиона миграната, из Централне и Јужне Азије ка Северној Африци и Западној Азији, са око 20 милиона, као и из Северне Африке и Западне Азије ка Европи, са око 13 милиона миграната. Посебно место заузимају радне миграције ка земљама Персијског залива. Међународни мигранти су 2024. чинили око 77% становништва Катара, 74% становништва Уједињених Арапских Емирата, 67% становништва Кувајта и 40% становништва Саудијске Арабије. Већину чине привремени радни мигранти из земаља Јужне и Југоисточне Азије и Африке (United Nations DESA, 2025c).

Принудне миграције представљају посебно осетљив облик миграционих кретања. Према Конвенцији о статусу избеглица из 1951. године и Протоколу из 1967. године, избеглица је лице које се, услед основаног страха од прогона због расе, вере, националности, припадности одређеној друштвеној групи или политичког мишљења, налази изван земље свог држављанства и не може или, због тог страха, не жели да користи заштиту те земље. Појам принудно расељених лица шири је од појма избеглице јер обухвата и тражиоце азила, друга лица којима је потребна међународна заштита и интерно расељена лица, која нису прешла међународну границу. На крају 2015. године у свету је било око 65 милиона принудно расељених лица, док је на крају 2025. њихов број достигао 117,8 милиона (Слика 54). То значи да је приближно свака 70. особа на свету била принудно расељена. Међу

њима је било око 41,6 милиона избеглица, док је 68,7 милиона лица било расељено унутар граница сопствене државе. Иако је укупан број био нешто мањи од рекордних 123,2 милиона забележених на крају 2024, принудно расељавање и даље представља један од највећих светских хуманитарних проблема (UNHCR, 2025).



Слика 54. Принудно расељена лица у свету 2016-2025. године

Извор: UNHCR, 2026; Global Trends, 2025.

Највеће избегличке кризе у 21. веку проузроковани су сукобима у Сирији, Авганистану, Демократској Републици Конго, Мјанмару и Украјини. Solarević и Božić (2018) детаљно анализирају велики миграцијски талас из Блиског истока и Африке ка Европи 2015—2016. и главне руте кретања ка ЕУ: Западнобалканску руту (преко Грчке, Северне Македоније, Србије ка средњој Европи), Централну медитеранску руту (преко Либије ка Италији) и Источносредоземну руту (преко Турске ка Грчкој). У периоду септембар 2015 — март 2016. преко Србије прешло је преко 700.000 миграната, услед чега је Балканска рута постала синоним за европску миграциону кризу.

Миграције имају дубоке демографске последице и по земље порекла и по земље пријема. Земље порекла губитком млађег и образованог становништва суочавају се са одливом мозгова (енг. *brain drain*) — феноменом при коме квалификована радна снага одлази у земље са вишим примањима и бољим могућностима развоја. Одлив стручњака нарочито погађа земље Субсахарске Африке и Балкана: само у периоду 2010—2020. Србија је изгубила процењено 13% своје радно активне снаге вишег образовања исељавањем у западну Европу и Северну Америку. Исељавање убрзава старење становништва и депопулацију, нарочито у руралним подручјима. Земље пријема добијају млађе, радно активно становништво које помаже одржавању пензијских система и привредном расту, али се истовремено суочавају са изазовима интеграције и социјалне кохезије. Повратне миграције — исељеника који се враћају у матичну земљу — доносе знање, капитал и мреже контаката стечене у иностранству, чиме се остварује ефекат *brain gain* и компензује претходни *brain drain* (World Bank, 2023).

3.5.2 Миграције и туризам

Миграције и туризам нису независни друштвени феномени — они се преплићу, условљавају и заједнички обликују просторне токове људи и капитала на глобалној скали. Миграциони процеси директно генеришу специфичне форме туристичке тражње, мењају профил туристичких дестинација и стварају нове облике просторне мобилности чија природа лежи на граници туризма и миграције. Разумевање ових веза неопходно је за потпуну анализу туристичке мобилности у савременом свету (Kadušić et al., 2018).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Дијаспора туризам

Дијаспора туризам означава туристичка путовања чланова исељеничких заједница у земљу порекла ради посете породици, пријатељима, местима детињства и породичним коренима. Класификује се у оквиру ширег сегмента VFR туризма (Visiting Friends and Relatives). Дијаспора туризам представља важан и релативно стабилан сегмент туристичке тражње, с обзиром на то да га покреће снажна емотивна и социјална мотивација, а не дискреционе одлуке о одмору. Земље са великом дијаспором — Португалија, Ирска, Грчка, Балканске државе, Мексико, Индија, Филипини — препознале су дијаспору туризам као стратешки туристички ресурс. Посебан облик је туризам порекла или туризам корена (roots tourism, heritage tourism), у коме туристи истражују породичну историју и идентитет на простору земље из које потичу њихови преци.

Директна веза између миграција и туризма огледа се у туризму пријатеља и родбине (Visiting Friends and Relatives — VFR туризам). Исељеници редовно посећују своје матичне земље, породицу и пријатеље; у исто време, сродници из земаља порекла посећују исељенике у земљама пријема. VFR туризам представља значајан и мерљив туристички ток: процене Светске туристичке организације указују да VFR туристи чине 25 до 40% свих међународних путника, с тим да се ни не евидентирају у хотелским статистикама јер бораве код домаћина. Ови туристи троше у ресторанима, превозу, куповини и локалним атракцијама, остварујући тако значајан економски ефекат на дестинацији, иако не плаћају смештај (Грчић, 2014).

Шири феномен туризма дијаспоре обухвата путовања исељеника и потомака исељеника ка земљи порекла мотивисана жељом за повезивањем са коренима, посетом породичним местима, присуством верским светковинама или учешћем у догађајима националне заједнице. Многе државе свесно развијају програме за привлачење дијаспоре: Ирска организује програм "Ireland Reaching Out", Израел нуди програм "Birthright Israel" за младе јеврејске дијаспоре, а Јерменија промовише "Homeland Visits" за потомке јерменских избеглица. Дијаспора туризам истовремено ојачава осећај националне припадности и доноси девизни прилив у матичну земљу. За Србију и остале земље западног Балкана са великом дијаспором у западноевропским земљама, летња путовања исељеника ка матичним

крајевима представљају значајну туристичку и економску категорију (Грчић, 2014).

Миграцијски коридори — устаљени путеви кретања миграната међу земљама порекла и дестинације — постају и туристички коридори. Успостављене транспортне везе, вишегодишња присутност исељеничких заједница и познавање дестинације снижавају прагове и трошкове путовања, олакшавајући туристичка путовања у обоим смеровима. Ефекат миграција на туризам мери се и кроз транснационалне праксе исељеника: они преносе информације о туристичким могућностима матичне земље, препоручују дестинације својим пријатељима и послодавцима у земљи пријема, те тако постају неформални промотери туристичке понуде своје земље порекла. Са социолошке стране, транснационализам — одржавање трајних веза са матичном земљом кроз куповину некретнина, упис деце у летне школе у земљи порекла, учешће у локалним изборима путем дијаспорских гласачких места — осигурава да везе исељеника са матичном земљом остају живе и просторно активне деценијама (Грчић, 2014; Solarević & Božić, 2018).

Миграционе кризе и принудне миграције имају сложенији и вишесмерни однос са туризмом. Активне миграционе руте по правилу одвраћају туристе из безбедносних разлога, снижавајући туристичку тражњу на читавим регионима. Одређене туристичке дестинације на Медитерану посебно су забележиле пад доласка туриста у периодима интензивних миграцијских притисака. Ипак, са временским одмаком, места везана за велике миграцијске догађаје постају туристичке атракције: Лампедуза у Италији, острво Лезбос у Грчкој и поједине тачке Балканске руте привлаче туристе заинтересоване за разумевање мигрантске кризе, учешће у волонтерским активностима или посету меморијалима — облик познат под именом хуманитарни туризам или туризам сведочанства (Грчић, 2014; Solarević & Božić, 2018).

3.5.3 Туристичка мобилност и нове форме кретања

Савремено друштво карактерише наглашена мобилност — физичко кретање људи постало је свакодневна пракса, а не изузетак. Британски социолог Џон Ари (John Urry) увео је концепт "парадигме мобилности" (mobilities paradigm), наглашавајући да је мобилност — кретање људи, идеја, добара и информација — темељни организациони принцип савременог друштва. Туристичка мобилност је један централни израз ове парадигме, али се данас испреплела са другим облицима просторног кретања на начин који доводи у питање класичну дистинкцију туриста и мигранта (Kadušić et al., 2018).

Дигитални номади представљају можда најупечатљивији нови облик мобилности на граници туризма и рада. То су особе које захваљујући дигиталним технологијама — laptop рачунару, интернет вези и облачним сервисима — обављају свој рад удаљено, без фиксне географске локације, а своје боравиште мењају по личним и животним преференцијама. Према истраживању MBO Partners, 16,9 милиона

америчких радника описало се као дигитални номади 2022. године (MBO Partners, 2022). Дигитални номади бирају дестинације по ценама живота, квалитету интернета, климатским условима и заједницама других номада. Дестинације попут Балија (Индонезија), Медељина (Колумбија), Тбилисија (Грузија) и Лисабона (Португалија) постале су глобалне номадске дестинације.

Сезонска мобилност радне снаге стоји такође на граници рада и туристичке мобилности. Сезонски радници у туризму и пољопривреди — нарочито у земљама ЕУ које привлаче раднике из источне и централне Европе — задржавају туристичке праксе: посећују локалне атракције, бораве дуже од просечних туриста, упознају локалне заједнице и доносе знање о дестинацији у земљу порекла. Слично томе, студенти у оквиру програма Еразмус и сродних размена остварују комбиновану образовну и туристичку мобилност: паралелно са студијским обавезама истражују нову земљу и регион (Грчић, 2014).

Хуманитарни туризам и туризам волонтирања (енг. voluntourism) представља облик мобилности у коме путник комбинује туристичко искуство са волонтерским радом или хуманитарним деловањем — у школама, болницама, у областима погођеним природним катастрофама или у мигрантским камповима. Иако је хвале вредан по намери, волонтуризам је предмет критике у академским круговима: кратак боравак и недостатак специфичних вештина код волонтера понекад може бити мање ефикасан од финансијске донације, а "спасилачки" наратив посете мање развијеним заједницама може репродуковати асиметричне моћне односе (Guttentag, 2009).

Прекогранична мобилност у пограничним регионима представља специфичан облик кретања у коме становници граничних подручја свакодневно прелазе државну границу ради куповине, услуга, рекреације или посете. Ова мобилност је истовремено свакодневна рутина и туристичка активност, а нарочито је значајна у еврорегионима ЕУ у којима Шенгенски простор омогућава неометано кретање. За регион западног Балкана, прекогранична мобилност је нарочито изражена у купопродајном туризму — кретање ради куповине јефтиније робе и услуга преко границе — и у рекреационом туризму у планинским и приобалним подручјима суседних земаља.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Дигитални номади

Дигитални номади су особе које раде удаљено путем дигиталних технологија и при том мењају место боравка у складу са личним преференцијама, а не захтевима послодавца. Не бораве трајно на једном месту нити се исељавају у класичном смислу — налазе се у простору између туристе и мигранта. Дигитални номади стварају специфичну тражњу за смештајем са добром интернет везом, коворкинг просторима и флексибилним облицима боравка (месечни закуп, сервисни апартмани).

3.6 Савремени популациони трендови у туризму

Кључни појмови

старење становништва, урбанизација, депопулација, младе генерације, одрживост

Туристичка тражња и туристичке дестинације нису статичне категорије — оне се мењају заједно са демографским структурама друштва. Три велика демографска тренда обликују светски туризам у 21. веку: *старење становништва* у развијеним земљама, *убрзана урбанизација* у глобалном Југу и *демографски раст* у одређеним регионима света уз истовремену депопулацију у другима. Ови процеси мењају ко путује, куда путује, шта тражи на одредишту и колики су његови платежни капацитети (United Nations, 2024; WTO & ETC, 2010).

Демографско старење — процес у коме се повећава удео старијих старосних кохорти у укупном становништву — представља најдоминантнији демографски тренд у развијеним земљама света. У Европи, удео становништва старијег од 65 година достигао је 21% у 2023. години, а пројекције за 2050. указују на чак 30% (Eurostat, 2024). Последице демографског старења за туризам су вишестране и значајне. Старија популација (особе 55+, и нарочито 65+) развијеног света располаже комбинацијом коју туристичка индустрија посебно цени: слободним временом и акумулираним финансијским средствима. Тзв. сребрна економија (silver economy) — економска активност оријентисана ка потребама старије популације — постала је кључни сегмент светске туристичке индустрије. UNWTO процењује да ће особе старије од 60 година до 2050. чинити трећину свих туристичких путовања на свету. Сениорски туристи имају специфичне преференције: дужи боравак на дестинацији, путовање ван сезоне (чиме помажу равномернијем распореду туристичке тражње), виши ниво комфора у смештају, мањи интензитет активности али веће интересовање за културне, историјске и гастрономске садржаје (Kadušić et al., 2018).

Посебан изазов који старење поставља туристичкој индустрији је питање приступачности. Особе с ограниченом покретљивошћу, хроничним болестима или посебним потребама захтевају прилагођене смештајне и саобраћајне капацитете: приступне рампе, лифтове, прилагођене туше и WC јединице, оловни и антиклизни подови. Концепт универзалног дизајна у туризму — инфраструктуре и услуга доступних свима, без обзира на физичке способности — постаје стандард квалитетне туристичке понуде. Здравствени туризам (медицински туризам, туризам за опоравак, туризам у бањама и СПА центрима) такође бележи убрзан раст захваљујући старењу главних емитивних тржишта (Грчић, 2014).

Урбанизација — концентрација становништва у градовима — представља демографски процес који паралелно трансформише и страну понуде и страну тражње у туризму. У 2008. години, по први пут у историји, већи број људи живео је у градовима него на селу; у 2024. удео урбаног становништва прешао је 57%, а пројекције за 2050. указују на 68% (United Nations DESA, 2025a). Урбанизација је нарочито убрзана у Азији и Африци, где настају мегаградови са преко 10 милиона становника — Токио, Делхи, Шангај, Дакар, Лагос, Кинкиназа и Каиро. Раст урбаног становништва значи и раст потенцијалних туриста, јер

градска популација има виши доходак и лакши приступ ваздушном превозу у поређењу с руралним становништвом (Kadušić et al., 2018). Градови су истовремено главне туристичке дестинације и главна емитивна тржишта. Феномен градског туризма (urban tourism) развио се у XX веку у тесној вези с растом урбане средње класе, ширењем ваздушног транспорта и развојем ниско-трошковних авио-компанија. Градови као Париз, Барселона, Амстердам, Рим, Праг, Дубровник и Венеција постали су примери хиперпосећених дестинација чији туристички притисак премашује капацитет носивости. Overtourism — превелики број туриста у односу на капацитет и идентитет дестинације — постао је централни туристички проблем XXI века, са директним социолошким последицама по локалну заједницу: растом цена станарине (гентрификацијом), истискивањем резидентног становништва, деградацијом јавног простора и нарушавањем квалитета живота (Грчић, 2014).

Са друге стране, **депопулација руралних подручја** — која прати урбанизацију — отвара нове могућности за руралне туристичке дестинације. Места која су изгубила радно-способно становништво исељавањем у градове суочавају се с притиском да преусмере привредну активност: туризам постаје стратегија ревитализације руралних крајева. Агротуризам, еко-туризам, авантуристички туризам у планинским подручјима и кулинарски туризам везан за локалне прехрамбене традиције представљају облике туристичке валоризације руралног простора осиромашеног депопулацијом. Парадоксално, туризам постаје оруђе демографске одрживости руралних заједница — задржавањем локалног становништва и привлачењем нових становника заинтересованих за квалитет живота ван града.

Туристичка тражња не обликује се само бројем путника — обликују је вредности, очекивања и стилови живота различитих генерација. Социолошка анализа туризма данас не може заобићи **генерацијску перспективу**: бумери (рођени 1946—1964), Генерација Икс (енг. Gen X) (1965—1980), миленијалци (1981—1996) и Генерација Зет (енг. Gen Z) (1997—2012) имају значајно различите мотивације, понашање и очекивања у туризму, а ове разлике директно утичу на формирање туристичке понуде (WTO & ETC, 2010). Миленијалци, данас бројно највећа активна потрошачка кохорта, снажно су обликовали туристичку индустрију. Они преферирају искуствени туризам (енг. experience tourism) над класичним одмором — путују да доживе, науче, учествују, а не само да одморе. Аутентичност и локална укљученост централне су вредности: миленијали бирају станове у стамбеним четвртима радије него хотеле у туристичким зонама, посећују тргове и ресторане намењене локалном становништву, а путовање документују и деле путем друштвених мрежа. Ова пракса дигиталног дељења искустава постала је кључни промотивни канал туристичких дестинација — концепт познат као туризам вођен друштвеним мрежама или Instagram ефекат (Kadušić et al., 2018).

Генерација Зет, прва кохорта одрасла у свету паметних телефона и климатских промена, уноси нове вредносне приоритете у туризам.

Свест о еколошком отиску путовања нарочито је изражена у овој кохорти: Генерација Зет учесталије бира одрживе облике превоза, вегетаријанску и веганску исхрану у иностранству, еколошки одговоран смештај и дестинације са добром животном средином. Истовремено, ова генерација прихвата концепт slow travel — дужи боравак на мање дестинација, дубљи контакт с локалном заједницом и мањи еколошки отисак. Авионски саобраћај постаје предмет критике (flight shaming), а железница и спори видови превоза доживљавају ренесансу нарочито у Европи (Грчић, 2014).

У земљама Глобалног Југа с израженим **демографским растом**, туристичка тражња такође расте — но с другачијом структуром. Нарастајуће средње класе Кине, Индије, Бразила и Индонезије постале су нове масовне емитивне туристичке популације. Кина је до 2019. постала највећа светска емитивна туристичка земља по потрошњи: кинески туристи потрошили су 255 милијарди долара у иностранству у 2019. (World Tourism Organization, 2020a). Пандемија КОВИД-19 привремено је зауставила ове токове, али су прогнозе за период 2025—2030. указивале на снажан повратак азијске туристичке тражње са новим карактеристикама: кратким, учесталим путовањима, преференцијом индивидуалног над групним туризмом и интензивном употребом дигиталних алата за планирање и резервацију.

Климатске промене унеле су нову димензију у везу демографије и туризма кроз концепт **климатских миграција** (енг. climate migration). Становништво приобалних подручја угрожених порастом нивоа мора, пустиња погођених ширењем суве зоне или подручја учесталих природних катастрофа суочено је с принудним пресељавањем. Истовремено, туристичке дестинације осетљиве на климатске услове — скијалишта у планинама, приобалне дестинације, арктичка туристичка подручја — суочавају се са нестабилношћу производа. Алпска скијалишта испод 1500m висине губе снег и у потпуности мењају туристички профил; малдивска острва и делте Бангладеша суочавају се с потапањем, губећи истовремено туристичку привлачност и становништво (Scott et al., 2019).

Концепт одрживог туризма — туризма који уважава еколошке, социокултурне и економске капацитете дестинације — директно произилази из демографских и климатских изазова описаних у овом поглављу. Одрживост у туризму значи поштовање капацитета носивости дестинације, укључивање локалне заједнице у планирање туристичке понуде, очување природног и културног наслеђа за будуће генерације и праведну расподелу економских користи од туризма. Агенда одрживог развоја Уједињених нација издваја туризам у контексту Циља 8 (достојанствен рад), Циља 11 (одрживи градови) и Циља 17 (партнерства за остварење циљева), потврђујући централни положај туризма у глобалном развојном дискурсу (United Nations, 2015).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Капацитет носивости дестинације

Капацитет носивости туристичке дестинације означава максималан број туриста које дестинација може примити у одређеном периоду без негативних последица по природну средину, друштвени живот локалне заједнице и квалитет туристичког доживљаја. Разликује се физички (простор и инфраструктура), еколошки (природни системи), психолошки (толеранција туриста на гужву) и социокултурни (толеранција локалне заједнице на туристички утицај) капацитет носивости. Управљање капацитетом кључно је оруђе одрживог туризма.

4 ЕТНОСОЦИЈАЛНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА

Туризам није само кретање људи између места већ и сусрет различитих начина живота, вредности, језика, веровања и пракси. Туриста простор не доживљава искључиво кроз природне и изграђене атракције: он га тумачи и кроз понашање домаћина, употребу јавног простора, храну, празнике, музику, свакодневне ритмове и представе о локалном идентитету. Зато су етносоцијалне одлике становништва важан део друштвено-географског проучавања туризма. Етносоцијалне основе туризма обухватају просторне изразе културе и идентитета, односе посетилаца и локалних заједница и начине на које се културни садржаји претварају у туристичке ресурсе. Њихово проучавање захтева опрез: културне групе нису затворене и непроменљиве целине, а националност, језик или религија не одређују аутоматски понашање појединца. Савремена културна географија зато наглашава историјске промене, унутрашњу разноврсност, миграције, дијаспоре, мешовите идентитете и неједнаке односе моћи у представљању културе (Грчић, 2014; Urry & Larsen, 2011).

4.1 Појам и значај етносоцијалних вредности у туризму

Кључни појмови
етносоцијалне вредности; култура; цивилизација; културни пејзаж; аутентичност; интеркултурни сусрет

Култура се у друштвеним наукама схвата као научен и друштвено преношен систем знања, вредности, веровања, правила, симбола и пракси. Још је Едвард Тајлор културу одредио као сложену целину која обухвата знање, веровање, уметност, морал, право и обичаје стечене животом у друштву (Tylor, 1871). Савремено разумевање овој дефиницији додаје динамику: култура се не наслеђује као непроменљив пакет, него се стално тумачи, преговара и мења у додиру генерација, друштвених група и простора.

Етносоцијалне вредности су *друштвено обликоване представе о пожељном понашању, припадности и начину живота које се испољавају унутар одређених заједница*. Видљиве су у језику, верованима, породичним и суседским односима, обичајима, исхрани, одевању, стваралаштву и односу према простору. Придев етносоцијални указује да су етнички идентитет и друштвена организација повезани, али не и истоветни: припадници исте етничке групе могу имати различит друштвени положај, стил живота и однос према традицији, док различите групе могу делити исте градске, професионалне или генерацијске културе. Култура добија географску димензију када се материјализује у пејзажу. Облик насеља, распоред сакралних објеката, начин коришћења земљишта, називи места, архитектура, пијаце и јавни тргови показују како је заједница током времена уређивала и

означавала простор. Грчић (2014) наглашава да културно-географски приступ повезује материјалне облике, друштвене установе и системе значења. У туризму се зато не посматра само појединачни споменик већ и шири културни пејзаж у коме је настао и у коме га локална заједница и даље тумачи.

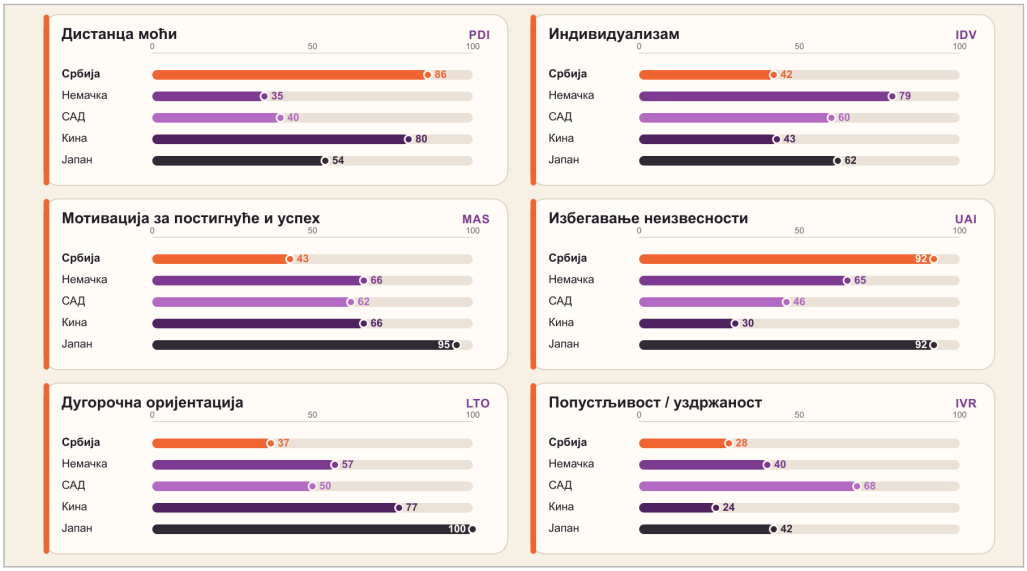
Појам **цивилизације** има више значења. У једном смислу означава дуготрајну и просторно широку историјско-културну формацију у којој су повезани религијске традиције, писмо, институције, уметност, трговина и политичко наслеђе. У другом, вредносно обојеном значењу, некада је коришћен за рангирање друштава на „виша" и „нижа", што савремена наука одбацује. У овом уџбенику цивилизацијске и културно-географске целине користе се искључиво као аналитички оквири за разумевање великих просторних образаца, а не као хијерархија народа и култура (Грчић, 2014).

За систематизацију културних садржаја корисна је подела на ментифакте, социофакте и артефакте, коју је увео Џулијан Хаксли. **Ментифакти** обухватају идеје, веровања, вредности, знање, колективно памћење и симболе; **социофакти** облике друштвене организације, установе, правила и односе; а **артефакти** материјалне производе и изграђене облике, од кућа и насеља до ношње, алата и уметничких предмета (Huxley, 1955; Грчић, 2014). Подела је аналитичка, јер су ове компоненте у стварном животу повезане: верски празник, на пример, истовремено садржи веровање, организацију заједнице, обредне предмете, музику, храну и употребу одређеног простора.

У туристичкој понуди културни садржај постаје ресурс тек када је препознат, протумачен и доступан посетиоцу. Артефакти су најнепосредније видљиви у архитектури, музејским збиркама, занатским производима и гастрономији. Ментифакти се туристи приближавају кроз приче, легенде, верске и световне симболе, уметност и вођену интерпретацију. Социофакти се откривају у начину организовања празника, породичним и суседским односима, правилима гостопримства и свакодневној употреби јавног простора. Квалитетна туристичка интерпретација повезује сва три нивоа и објашњава не само шта посетилац види већ и зашто је то важно за заједницу. Претварање културе у туристички ресурс не мора бити штетно. Приход од посета може подржати музеје, занатске радионице, локалне фестивале и пренос знања на млађе генерације. Ипак, користи зависе од власништва, одлучивања и расподеле прихода. Ако спољни актери контролишу представљање културе, а локално становништво остаје само декор, туризам може продубити неједнакости и подстаћи поједностављене или егзотизоване представе (Smith, 1989; Timothy, 2011).

Туристички сусрет обухвата непосредну комуникацију посетилаца и домаћина, али и контакт са институцијама, правилима и сервисним нормама дестинације. Очекивања о тачности, личној дистанци, начину поздрављања, одевању, фотографисању, давању напојнице или понашању у сакралном простору нису свуда иста. Разлике могу обогатити путовање, али и изазвати неспоразуме када

једна страна сопствене навике сматра универзалним. Хофстедеов модел пореди националне узорке кроз димензије као што су дистанца моћи, индивидуализам и колективизам, избегавање неизвесности, дугорочна оријентација и попустљивост. Он може бити полазиште за поређење друштвених окружења и за припрему запослених у туризму за различита очекивања гостију (Hofstede et al., 2010). Међутим, резултати се односе на агрегатне тенденције и не смеју се користити за предвиђање понашања сваког припадника неке нације. Метод је критикован због поистовећивања државе и културе, старости полазних података и недовољног уважавања регионалних, класних, родних и генерацијских разлика (McSweeney, 2002).



Слика 55. Хофстедеове димензије националне културе — поређење Србије, Немачке, Сједињених Америчких Држава, Кине и Јапана

Извор: Ауторски приказ према Hofstede, Hofstede & Minkov (2010) и The Culture Factor Group, Country Comparison Tool, https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool

Слика 55 илуструје разлике између националних просека, али не описује „типичног" појединца. За туризам је корисније да се резултати читају као могући оквир очекивања: у једном окружењу гости могу тражити прецизнију структуру и формалније процедуре, а у другом већу флексибилност или непосредницу комуникацију. Практична примена подразумева проверу потреба конкретног госта, избегавање стереотипа и прилагођавање услуге ситуацији.

Аутентичност је један од најважнијих и најспорнијих појмова културног туризма. Туристи често траже доживљај који сматрају изворним и локалним, али је туристичко искуство увек посредовано избором онога што се показује, начином вођења, временом извођења и очекивањима публике. MacCannell (1976) је указао да се за посетиоце понекад организује „предња сцена" локалног живота, док су свакодневне праксе и приватни простори изван њиховог погледа. Urry и Larsen (2011) додатно наглашавају да туристички поглед обликују медији, маркетинг и већ постојеће представе о дестинацији. Аутентичност зато не треба сводити на непромењеност. Заједнице мењају своју музику, одећу, храну и празнике и без туризма. Важније је ко има право да тумачи традицију, да ли заједница препознаје праксу као своју и да ли туристичка употреба нарушава њено значење. Конвенција UNESCO-а о очувању нематеријалног културног наслеђа наглашава да наслеђе заједнице преносе и стално изнова стварају, те да

његово очување подразумева учешће носилаца традиције (UNESCO, 2003).

Одговорно управљање захтева сагласност заједнице, поштовање ограничења фотографисања и приступа, правичну накнаду извођачима и занатлијама, заштиту интелектуалних и колективних права и контролу броја посетилаца. Оперативне смернице UNESCO-а посебно истичу да заједнице треба да буду примарни корисници туризма повезаног са њиховим нематеријалним наслеђем и да туристичка активност не сме умањити његову одрживост, друштвену функцију и културно значење (UNESCO, 2024).

4.2 Културно-географске целине и ареали у свету

Културно-географска целина је *простор у коме се током дужег периода успоставља препознатљива повезаност језика, религија, институција, облика насељавања, начина коришћења простора и колективног памћења*. Она није исто што и држава, народ или раса, нити има непроменљиве и оштре границе. Културне границе најчешће су прелазне зоне у којима се утицаји преклапају, док велики градови, луке, пограничја и миграциона средишта могу истовремено припадати већем броју културних мрежа. Зато су макрорегиони у овом уџбенику аналитички оквири за просторну оријентацију, а не затворене „цивилизацијске кутије" (Грчић, 2014; Inglehart & Welzel, 2005). Различити аутори издвајају различит број целина јер полазе од различитих критеријума. Грчић (2014) засебно разматра европски, балкански, руски, англоамерички, латиноамерички, арапско-исламски, индијски, кинески, јапански и друге културно-цивилизацијске системе. Хантингтонов модел издваја осам цивилизација и имао је велики утицај на јавну расправу, али је превасходно геополитички и често је критикован због претпоставке да су цивилизације унутрашње хомогене и да је сукоб њихов природни однос (Huntington, 1996). Због тога се овде користи комбинација историјских, језичких, религијских, пејзажних и друштвених критеријума, уз стално уважавање унутрашњих разлика (Табела 5).

Кључни појмови

културни ареал; културно-географска целина; макрорегион; културни пејзаж; контактна зона; културна дифузија; дијаспора; постколонијално наслеђе

Табела 5. Преглед великих културно-географских макрорегиона релевантних за туризам

Макрорегион	Географски оквир и унутрашња разноврсност	Културни облици значајни за туризам
Европски	Средоземни, западни, средњи, северни, балкански и источни ареали; католичке, протестантске, православне, јеврејске, исламске и секуларне традиције	Историјски градови, културни пејзажи, музеји, сакрална места, гастрономске регије и живе традиције
Руски и евроазијски	Русија и суседни делови Евроазије; словенске, угро-финске, туркијске, кавкаске и сибирске културе	Историјски градови, верско и совјетско наслеђе, железничке руте, трговачки путеви и пејзажи Кавказа и Сибира

Макрорегион	Географски оквир и унутрашња разноврсност	Културни облици значајни за туризам
Англоамерички	Сједињене Америчке Државе и Канада; домородачко, колонијално, афричко-дијаспорско и мигрантско наслеђе	Домородачко и мигрантско наслеђе, популарна и индустријска култура, меморијални локалитети и национални паркови
Латинска Америка и Кариби	Мезоамерика, Андски свет, Бразил, Јужни конус и Кариби; домородачке, европске, афричке и креолске традиције	Археолошки локалитети, колонијални градови, музика, плес, религијски синкретизам, кухиње и фестивали
Северна Африка и Југозападна Азија	Арапске, персијске, турске, курдске, берберске и друге културе; исламске, хришћанске и јеврејске традиције	Стари градови, сакрална архитектура, археолошко наслеђе, базари, занати, пустињски пејзажи и трговачки путеви
Јужна Азија	Индија, Пакистан, Бангладеш, Непал, Бутан, Шри Ланка и Малдиви; изразита језичка и религијска разноврсност	Сакрални градови, археолошко и колонијално наслеђе, текстил, музика, кухиње, велнес праксе и савремена култура
Источна Азија	Кина, Корејско полуострво и Јапан као повезани, али засебни културно-историјски ареали	Древне престонице, храмови, вртови, гастрономија, занати, савремена архитектура, технологија и популарна култура
Југоисточна Азија	Континентални и острвски ареали; будистичке, исламске, хришћанске и локалне традиције	Храмски комплекси, историјске луке, рурални и острвски пејзажи, кухиње, занати и фестивали
Субсахарска Африка	Западноафрички, централноафрички, источноафрички и јужноафрички простори са великим бројем народа и језика	Археолошка налазишта, историјски градови, музика, плес, текстил, усмена традиција и савремена уметност
Аустралија и Океанија	Аустралија, Нови Зеланд, Меланезија, Микронезија и Полинезија; домородачке, колонијалне и мигрантске културе	Културни пејзажи, знања о земљи и мору, пловидба, плес, резбарство, тетовирање и приче о пореклу

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Inglehart & Welzel, 2005; Timothy & Nyaupane, 2009. u World Values Survey Association, 2023.

За туризам је оваква подела корисна само ако помаже разумевању наслеђа, комуникације и просторних образаца, а не ако производи стереотипе. Културни ресурси не своде се на споменике: они обухватају културне пределе, историјска насеља, музејске збирке, језике, усмена предања, музику, обреде, гастрономију, занате и знања о природи. UNESCO културни пејзаж одређује као резултат дуготрајног односа људи и природног окружења, док Конвенција из 2003. наглашава да живо наслеђе постоји само ако га заједнице препознају, преносе и изнова стварају (UNESCO, 1972; UNESCO, 2003).

4.2.1 Европска културно-географска целина

Европа је просторно релативно мали, али културно изузетно разуђен континент. Њен културни простор формиран је вишевековним преплитањем античког грчког и римског наслеђа, хришћанства, јудаизма и ислама, феудалних и градских поредака, ренесансе, реформације, просветитељства, индустријализације и стварања модерних националних држава. Значајну улогу имали су и прекоокеанска ширења европских сила, колонијализам, миграције и савремени процеси европских интеграција. Ови утицаји нису били равномерно распрострањени нити су свуда оставили исте последице. Због тога Европу не треба представљати као јединствену и непроменљиву културу, већ као мрежу повезаних културних ареала, контактних зона и локалних идентитета (Грчић, 2014).

У оквиру европске културно-географске целине условно се могу издвојити средоземни, западноевропски, средњоевропски, северноевропски, источноевропски и балкански ареал (Табела 6). Њихове границе нису оштре, а поједине земље истовремено припадају различитим културним круговима. Средоземни ареал обухвата просторе повезане Средоземним морем, античким наслеђем, хришћанством и исламом, поморством, градовима-лукама, маслинарством, виноградарством и специфичним облицима друштвеног живота. Западноевропски ареал одликују дуга традиција урбанизације, рани развој трговине, индустријализација и стварање великих културних институција. Средња Европа представља прелазни простор германских, словенских, романских и мађарских културних утицаја, са густом мрежом историјских градова и наслеђем некадашњих царстава. Северна Европа обухвата скандинавске земље, Финску и Исланд, али и културне просторе аутохтоног народа Сами. Источни делови континента обликовани су словенским традицијама, православљем, католичанством, јудаизмом и везама са ширим евроазијским простором. Балкан је изразита контактна зона византијских, османских, средњоевропских, медитеранских и словенских утицаја (Грчић, 2014).

Културну разноврсност Европе показују бројни језици, писма, верске традиције, регионални идентитети и историјска искуства. Поред великих националних језика, очувани су баскијски, каталонски, велшки, бретонски, фризијски, лужичкосрпски, ретороманski и бројни други регионални и мањински језици. Религијски пејзаж обухвата католичке, православне и протестантске просторе, као и старе јеврејске и муслиманске заједнице. Савремене миграције додатно су повећале верску, језичку и етничку разноврсност европских градова. Истовремено, секуларизација је у многим друштвима променила начин на који се верски објекти и обичаји користе и тумаче. Цркве, манастири, синагоге и џамије зато могу истовремено бити места живе верске праксе, споменици културе и туристичке атракције.

Границе ареала су прелазне и међусобно се преклапају, па поједине земље и региони могу припадати већем броју културних кругова (Табела 6).

Табела 6. Културни ареали Европе и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Средоземни	Антички локалитети, средњовековни градови, сакрална архитектура, историјске луке, виноградарски и маслинарски предели	Археолошки, градски, верски, гастрономски и културно-пејзажни туризам
Западноевропски	Историјска градска језгра, музеји, катедрале, дворци, индустријско и колонијално наслеђе	Градски, музејски, индустријски, меморијални и креативни туризам
Средњоевропски	Средњовековни и барокни градови, утврђења, дворци, бањска места, музичко и јеврејско наслеђе	Културне руте, градски, бањски, музички и меморијални туризам
Северноевропски	Поморско наслеђе, дрвена архитектура, рибарска насеља, културни предели и наслеђе народа Сами	Поморски, рурални, културно-пејзажни и туризам заснован на локалној заједници
Источноевропски	Православни и католички сакрални објекти, древне цркве, историјски градови, народна уметност и индустријско наслеђе	Верски, рурални, градски, меморијални и туризам културних рута
Балкански	Византијско, османско, средњоевропско и медитеранско наслеђе, манастири, чаршије, мостови, утврђења и занати	Верски, гастрономски, манифестациони, рурални и прекогранични културни туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Smith, 2006; Timothy, 2011; UNESCO, 1972; 2003).

Европски културни предео одликује се густом мрежом историјских градова, археолошких локалитета, сакралних објеката, двораца, утврђења, музеја и индустријског наслеђа. Посебну вредност имају предели настали дуготрајним узајамним деловањем људи и природе: виноградарске области, терасаста поља, рурална насеља, канали, рударски басени и традиционални поморски простори. UNESCO културни предео одређује као заједничко дело природе и човека, чиме се наглашава да наслеђе није ограничено на појединачне споменике, већ обухвата читаве просторне системе и начине живота (UNESCO, 1972). Материјално наслеђе повезано је са нематеријалним наслеђем — обичајима, занатима, музиком, плесом, усменим предањима, празницима и гастрономским знањима која заједнице преносе између генерација (UNESCO, 2003).

Развој железнице, музеја, светских изложби, бањских места и организованих путовања учинио је Европу једним од историјских средишта модерног туризма. Париз, Рим, Лондон, Беч, Праг, Амстердам, Атина и бројни други градови развили су се као значајна средишта културног туризма. Ипак, туристичка привлачност Европе не заснива се само на великим градовима и познатим споменицима. Културне руте, ходочаснички путеви, вински и гастрономски региони, рурални предели, индустријска баштина и мањи историјски градови

омогућавају повезивање различитих локалитета у целовите туристичке производе. Такви облици туризма посетиоцима омогућавају да разумеју историјске везе и просторне процесе, уместо да наслеђе посматрају као збир изолованих знаменитости (Timothy, 2011).

Савремени културни туриста не тражи искључиво разгледање музеја и споменика. Све већи значај имају учешће у локалним манифестацијама, креативне радионице, гастрономска искуства, упознавање свакодневног живота и непосредан контакт са локалним становништвом. Такозвани креативни туризам заснива се на активном учењу и стварању, на пример кроз радионице керамике, кувања, фотографије, музике или традиционалних заната. На тај начин култура престаје да буде само објекат посматрања и постаје простор сусрета посетилаца и локалне заједнице (Richards, 2018). Међутим, туристичко представљање културе увек подразумева избор: одлучује се које ће приче, раздобља и групе бити видљиве, а које ће остати у другом плану. Зато наслеђе није само остатак прошлости већ и савремени процес тумачења и вредновања (Smith, 2006).

Велики број посетилаца у Венецији, Барселони, Дубровнику, Амстердаму и другим историјским градовима показује да туристичка популарност не обезбеђује аутоматски очување културног простора. Прекомерна концентрација посетилаца може повећати цене становања, потиснути локалне продавнице и услуге, оптеретити инфраструктуру и претворити јавни простор у туристичку сценографију. Ако се становништво постепено исељава из историјских језгара, град губи живи друштвени садржај који је првобитно чинио његову културну вредност. Управљање посетама зато подразумева заштиту стамбених функција, временско и просторно усмеравање туристичких кретања, развој мање познатих локалитета и укључивање становника у доношење одлука (Smith, 2006; Richards, 2018).

Балкан у оквиру Европе има посебан значај као простор дуготрајних културних сусрета. Православне, католичке, исламске и јеврејске традиције преплићу се са византијским, османским, хабзбуршким, медитеранским и словенским наслеђем. То је видљиво у структури градова, сакралној архитектури, језицима, музици, кухињи, занатима и обичајима. Туристичка интерпретација Балкана не би смела да се заснива на представама о егзотичној мешавини, вечитим сукобима или трајно нестабилној периферији Европе. Потребно је представити различита историјска искуства, савремени живот и допринос локалних заједница очувању наслеђа. Такав приступ омогућава да се културна разноврсност посматра као резултат историјских контаката и промена, а не као низ непроменљивих особина народа (Грчић, 2014; Hall & Tucker, 2004).

Европска културно-географска целина, према томе, није затворен и хомоген простор. Она је настала кретањем људи, идеја, религија, робе и уметничких стилова, а наставља да се мења под утицајем миграција, глобализације, дигиталних медија и европских интеграција. За туризам је важно да ову сложеност представи разумљиво, али без свођења појединих народа и региона на

стереотипне особине. Одрживи културни туризам треба да повезује заштиту наслеђа, квалитет живота локалног становништва и садржајно искуство посетилаца.



Слика 56. Џамија-катедрала у Кордоби — пример слојевитог европског културног наслеђа

Извор: PerryPlanet, 2011; Wikimedia Commons, јавно власништво

4.2.2 Руска и евроазијска културно-географска целина

Руски и шири евроазијски простор обухвата територије од источне Европе, преко Волге, Урала, Кавказа и Сибира, до средњеазијских степа и обала Тихог океана. Реч је о огромном и унутрашње разноврсном простору који се не може свести на једну културу, религију или историјску традицију. Појам евроазијски овде се употребљава у културно-географском значењу, као ознака простора дуготрајних веза и прожимања Европе и Азије, а не као назив јединствене цивилизације или политичког пројекта. У његовом обликовању учествовали су словенски, туркијски, угро-фински, монголски, ирански, кавкаски и бројни аутохтони сибирски народи (Грчић, 2014; Bassin et al., 2015).

Културни развој овог простора одвијао се кроз кретање номадских народа, ширење трговачких путева, настанак средњовековних држава, примање хришћанства, ислама и будизма, монголска освајања и постепено територијално ширење Руског царства. Посебан значај имали су путеви који су повезивали Кину, средњу Азију, Кавказ, Црно море и источну Европу. Њима нису преношени само роба и технологије већ и веровања, језици, уметнички стилови и начини живота. У 19. и 20. веку изградња железнице, индустријализација, урбанизација и миграције додатно су повезале удаљене области. Совјетски период оставио је сложено наслеђе модернизације, образовања и индустријског развоја, али и репресије, принудних миграција, промена граница и потискивања појединих локалних традиција. У оквиру руског и евроазијског простора условно

се могу издвојити **европска Русија, област Волге и Урала, Кавказ, Сибир и Далеки исток и средња Азија**. Унутрашња разуђеност руског и евроазијског простора видљива је у разликама између његових историјских и културних ареала, као и у облицима наслеђа и туризма који су приказани у Табели 7.

Табела 7. Културни ареали руског и евроазијског простора и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Европска Русија	Средњовековни градови, православни манастири, царско градитељство, музеји, књижевно и индустријско наслеђе	Градски, музејски, верски, меморијални и туризам културних рута
Волга и Урал	Словенско, туркијско и угро-финско наслеђе, исламски и православни објекти, историјски градови и занати	Интеркултурни, верски, градски, гастрономски и рурални туризам
Кавказ	Велика језичка разноврсност, хришћанско и исламско наслеђе, планинска насеља, куле, музика и плес	Културно-пејзажни, планински, верски, гастрономски и туризам заснован на заједници
Сибир и Далеки исток	Наслеђе аутохтоних народа, будистичке и шаманске традиције, Транссибирска железница и меморијална места	Железничке руте, етнографски, меморијални и интегрисани природно-културни туризам
Средња Азија	Наслеђе Пута свиле, оазни градови, медресе, базари, номадске традиције, занати и културни предели	Туризам Пута свиле, археолошки, градски, гастрономски и туризам заснован на заједници

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Bassin et al., 2015; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Европска Русија представља историјско језгро развоја руске државе, православне цркве и највећих урбаних и културних институција. Волга и Урал чине изразиту контактну зону словенских, туркијских и угро-финских народа, православља и ислама. Кавказ се одликује изузетном језичком и етничком разноврсношћу, као и преплитањем хришћанских, исламских и локалних традиција. Сибир и Далеки исток обухватају просторе бројних аутохтоних народа, руске колонизације, изгнанства, индустријализације и трансазијских саобраћајних праваца. Туристичка вредност заснива се на историјским градовима, православним манастирима, царској архитектури, музејима, књижевном и музичком наслеђу и индустријским пределима. Москва и Санкт Петербург представљају најпознатије градске културне центре, док Новгород, Псков и градови Златног прстена сведоче о развоју средњовековне државе и православне културе. Казањ је пример града у којем се татарско и руско, исламско и православно наслеђе сусрећу у истом урбаном простору (Грчић, 2014; Bassin et al., 2015).

Средња Азија, са својим оазним градовима, номадским наслеђем и исламском архитектуром, представља самосталан културни простор, али је историјским, политичким и привредним везама снажно повезана са широм Евроазијом. Језичка и религијска структура овог простора показује његову унутрашњу сложеност. Поред руског и других словенских језика, распрострањени су туркијски, ирански, монголски, угро-фински и бројни кавкаски и сибирски језици. Православно

хришћанство има велики значај у европској Русији и деловима Кавказа, ислам у областима Волге, Кавказа и средње Азије, а будизам у Бурјатији, Туви, Калмикији и Монголији. Присутне су и јеврејске заједнице, као и различити облици локалних веровања и шаманских традиција. Ове религије и културни обрасци не постоје као потпуно одвојени системи, већ су се вековима додиривали и узајамно мењали (Khalid, 2021).



Слика 57. Биби-Ханим џамија у Самарканду — наслеђе средњоазијских градова и историјских путева размене

Извор: Bgag (2023), Wikimedia Commons, CC0

У средњој Азији посебан туристички значај имају историјски градови Самарканд (Слика 57), Бухара и Хива, развијени на трговачким путевима између Кине, Индије, Персије и Средоземља. Медресе, џамије, маузолеји, базари, караван-сараји и системи наводњавања сведоче о развијеној градској и оазној култури. Поред архитектонског наслеђа, значајни су традиционални текстил, керамика, обрада метала и дрвета, музика, усмена предања, кухиња и савремене праксе гостопримства. Туристичко коришћење назива Пут свиле треба да покаже сложену мрежу различитих путева и заједница, а не да створи романтизовану слику једне непромењене древне руте (Timothy & Nyaupane, 2009; Khalid, 2021).

Сибир, Бајкал, Алтај и Далеки исток повезују изузетно природно наслеђе са културама народа као што су Бурјати, Саха, Тувинци, Евенки, Чукчи и бројне друге заједнице. Њихова знања о простору, сезонским кретањима, сточарству, лову, риболову и духовном значењу природе представљају важан део културног наслеђа. Туристичка понуда, међутим, не сме ове народе представљати као остатке прошлости или као декоративни додатак природним атракцијама. Заједнице треба да учествују у избору садржаја који се приказују, управљању посетама и расподели прихода, посебно када је реч о светим местима и знањима која нису намењена неограниченој јавној употреби (UNESCO, 2003).

Велике раздаљине, неједнака саобраћајна доступност и осетљивост природних и културних локалитета представљају значајне изазове за развој туризма. Додатан проблем може бити поједностављено приказивање царског и совјетског наслеђа, романтизовање номадског живота или свођење бројних народа на фолклорне представе. Одговорна интерпретација треба да обухвати различита сећања и перспективе, укључујући искуства локалних и

аутохтоних заједница. Руски и евроазијски културни простор зато треба разумети као мрежу повезаних, али самосталних културних ареала, чије су разлике често веће од разлика између појединих светских макрорегиона.

4.2.3 Англоамеричка културно-географска целина

Англоамеричка културно-географска целина обухвата Сједињене Америчке Државе и Канаду. Назив Англоамерика указује на велики историјски утицај енглеског језика, британских правних и политичких институција и англосаксонског колонијалног наслеђа. Међутим, он не означава етнички или културно хомоген простор. Савремена Англоамерика настала је прожимањем култура домородачких народа, британских, француских и шпанских колонијалних утицаја, афричке дијаспоре и бројних миграционих таласа из Европе, Азије, Латинске Америке и других делова света (Zelinsky, 1973; Грчић, 2014).

Пре европске колонизације, на овом простору постојале су бројне домородачке заједнице са развијеним политичким системима, трговачким мрежама, језицима и знањима о простору. Први народи Канаде, Инуити, Метиси и домородачки народи Сједињених Америчких Држава нису представљали јединствену културну групу, већ велики број различитих народа. Европско насељавање довело је до одузимања земље, присилних премештања, ширења болести и политика асимилације. Истовремено, атлантска трговина робљем присилно је довела милионе Африканаца, чији су потомци пресудно утицали на развој привреде, музике, религије, кухиње, језика и политичке културе Сједињених Америчких Држава. Од 19. века велики миграциони таласи из Ирске, Немачке, Италије, источне и југоисточне Европе, а касније из Азије, Кариба и Латинске Америке, додатно су променили етничку и културну структуру. Имигрантске четврти, верски објекти, школе, ресторани, удружења и фестивали постали су саставни део градских пејзажа. Културе досељеника нису једноставно пренете из земаља порекла, већ су се мењале у додиру са новим друштвеним условима и другим заједницама. Због тога су италијанске, ирске, кинеске, јеврејске, карипске или балканске четврти у северноамеричким градовима нови културни простори, а не копије култура из којих су досељеници потекли (Noble, 1992).

Унутар Англоамерике могу се издвојити бројни културни ареали (Табела 8) чије су границе прелазне и променљиве. Североисток САД и област Великих језера одликују историјске луке, велики индустријски градови, универзитети, музеји и имигрантске четврти. Југ САД носи сложено наслеђе плантажне привреде, ропства, Грађанског рата, расне сегрегације и покрета за грађанска права, али и изузетно богато афроамеричко музичко, верско и гастрономско наслеђе. Западни и пацифички простор обликован је домородачким културама, шпанским и мексичким наслеђем, рударством, железницом, миграцијама из Азије, филмском индустријом и развојем савремених технолошких центара. Канада такође није јединствен англофони културни простор. Квебек и

други франкофони простори имају снажан француски језички и културни идентитет, католичко и колонијално наслеђе и развијену фестивалску и гастрономску понуду. Атлантске провинције обележавају поморство, рибарство и ирски, шкотски, француски и акадијски утицаји. Преријске провинције повезане су са пољопривредним насељавањем и миграцијама из различитих делова Европе, док су Ванкувер и други градови пацифичке обале обликовани снажним везама са Азијом. Север Канаде представља културни простор Инуита и других домородачких народа, чији су идентитети тесно повезани са земљом, морем, сезонским кретањима и локалним знањима (Smith, 2006; Butler & Hinch, 2007).



Слика 58. Имигранти на острву Елис око 1900. године — миграције као један од процеса обликовања англоамеричког културног простора

Извор: Bain News Service, 1900; Library of Congress; Wikimedia Commons, јавно власништво

Табела 8. Културни ареали Англоамерике и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Североисток и Велика језера	Историјске луке, имигрантске четврти, индустријски градови, музеји, универзитети и архитектонско наслеђе	Градски, музејски, индустријски, генеалошки и туризам културних рута
Југ САД	Афроамеричко наслеђе, места ропства и покрета за грађанска права, блуз, џез, госпел и регионалне кухиње	Меморијални, музички, гастрономски и туризам заснован на локалној заједници
Запад и пацифичка обала	Домородачко, хиспанско и досељеничко наслеђе, рударски и железнички предели, филмска и савремена култура	Културно-пејзажни, креативни, филмски, индустријски и домородачки туризам
Квебек и франкофона Канада	Француско колонијално и католичко наслеђе, историјски градови, француски језик, фестивали и гастрономија	Градски, фестивалски, језички, гастрономски и туризам културног наслеђа
Северни и домородачки простори	Наслеђе Првих народа, Инуита и Метиса, културни предели, усмена традиција, уметност и савремени културни центри	Домородачки туризам заснован на заједници, музејски и културно-пејзажни туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Zelinsky, 1973; Butler & Hinch, 2007; Timothy, 2011.

Културни пејзажи Англоамерике обухватају историјска градска језгра, индустријске зоне, предграђа, пољопривредне пределе, рударска насеља, железничке коридоре, националне паркове и домородачке територије. У туристичким приказима национални паркови су дуго представљани као ненасељена дивљина, иако су многи од тих простора вековима били насељени и коришћени. Савремена интерпретација зато настоји да природне вредности повеже са историјом и културом народа који су обликовали и користили те пределе. Природно и културно наслеђе у таквим просторима не могу се потпуно раздвојити. Велики градови, као што су Њујорк, Бостон, Вашингтон, Чикаго, Лос Анђелес, Сан Франциско, Торонто, Монтреал и Ванкувер, средишта су музејског, манифестационог, архитектонског, гастрономског и креативног туризма. Туристичку привлачност стварају и музички региони повезани са развојем блуза, џеза, госпела, кантри музике и рокенрола, као и филмска и популарна култура. Историјски путеви, железнице, индустријски објекти, места досељавања и меморијални комплекси омогућавају развој културних рута које повезују локалне приче са ширим друштвеним процесима (Smith, 2006; Butler & Hinch, 2007).

Посебно осетљива подручја туризма представљају места ропства, расне сегрегације, ратова, присилног премештања домородачких народа и некадашњих резиденцијалних школа у Канади. Њихово представљање мора бити засновано на провереним изворима, сведочанствима заједница и јасном објашњењу односа моћи. Плантаже, на пример, не треба представљати првенствено као романтичне архитектонске целине, већ као просторе рада, насиља и отпора поробљених људи. Слично томе, домородачка култура не сме бити сведена на костиме, сувенире и извођење обреда прилагођених очекивањима посетилаца (Smith, 2006; Butler & Hinch, 2007).

Домородачки туризам може допринети очувању језика, заната, усмених традиција и локалних знања ако заједнице саме одређују шта желе да представе и на који начин. То подразумева власништво или равноправно учешће у туристичким предузећима, контролу над употребом симбола и прича и правичну расподелу прихода. Одређена света места, знања и обреди нису намењени јавном приказивању, па физичка доступност локалитета не значи и неограничено право на фотографисање, снимање или комерцијалну употребу (Butler & Hinch, 2007).

Англоамеричка културно-географска целина, према томе, не може се објаснити само енглеским језиком, високим степеном урбанизације или савременом популарном културом. Њен идентитет настао је у сложеним односима домородачких народа, колонизације, ропства, миграција, индустријализације и глобалне културне размене. За туризам је важно да покаже ову вишеслојност, уместо да читав простор сведе на неколико метропола, националних симбола или забавних садржаја.

4.2.4 Латинска Америка и Кариби

Латинска Америка и Кариби представљају пространу и изразито разуђену културно-географску целину. Назив Латинска Америка упућује на преовлађујућу употребу шпанског и португалског, а у појединим областима и француског језика, али не одражава у потпуности културну сложеност региона. Савремене културе настале су дуготрајним прожимањем домородачких цивилизација, европског колонијалног наслеђа, афричких дијаспорских култура и каснијих миграција из Европе, Азије и са Блиског истока. Због тога се регион не може посматрати као јединствена „латиноамеричка култура", већ као мрежа повезаних, али историјски и просторно различитих културних ареала (Грчић, 2014; Mignolo, 2005).

Пре доласка Европљана, на овом простору развиле су се бројне цивилизације и друштва. У Мезоамерици су посебан значај имали Маје и Астеци, док је у Андима створено пространо царство Инка, ослоњено на развијену мрежу путева, пољопривредне терасе и сложен систем управљања различитим природним висинским зонама. Истовремено су у Амазонији, на Карибима, у Патагонији и другим деловима континента живели бројни народи са сопственим језицима, начинима коришћења простора и духовним традицијама. Њихово наслеђе није само археолошко: домородачки народи и данас учествују у обликовању савремених друштава, политичких покрета, уметности, гастрономије и туристичке понуде. Шпанска и португалска освајања од краја 15. века донела су велике демографске, политичке и културне промене. Основана је мрежа колонијалних градова, лука, рударских средишта, мисија и плантажа, а католичанство је постало водећа религија. Истовремено су колонијални поредак пратили присилни рад, експлоатација домородачког становништва и прекоатлантска трговина поробљеним Африканцима. Зато се колонијално наслеђе не сме представљати искључиво кроз живописне тргове, катедрале и архитектуру, без објашњавања друштвених неједнакости и насиља на којима је део тог наслеђа настао (Hall & Tucker, 2004; Mignolo, 2005).

Унутар региона могу се условно издвојити Мезоамерика, Кариби, Андски простор, Амазонија, бразилски атлантски простор и Јужни конус. Њихове границе нису оштре, јер се културни утицаји прожимају, а миграције повезују удаљене просторе. Ове разлике огледају се у језицима, верским традицијама, насељима, архитектури, музици, кухињи и облицима туристичког развоја, што је систематизовано у Табели 9.

Табела 9. Културни ареали Латинске Америке и Кариба и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Мезоамерика	Мајанско и астечко наслеђе, археолошки локалитети, колонијални градови, домородачке заједнице, занати и кухиња	Археолошки, градски, гастрономски, верски и туризам заснован на локалној заједници

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Кариби	Домородачки трагови, плантажно и робовласничко наслеђе, афричка дијаспора, креолски језици, музика и историјске луке	Меморијални, музички, градски, поморски, фестивалски и гастрономски туризам
Андски простор	Наслеђе Инка и старијих култура, терасасти предели, Qhapaq Ñan, домородачке заједнице, текстил и ритуали	Археолошки, планински, културно-пејзажни и туризам заснован на заједници
Амазонија	Наслеђе домородачких народа, речна насеља, усмена предања, етноботаничка знања и историја мисија и експлоатације ресурса	Речни, образовни, интегрисани природно-културни и туризам заснован на заједници
Бразилски атлантски простор	Португалско колонијално и афробразилско наслеђе, историјски градови, рударски предели, музика, религије и кухиња	Градски, меморијални, музички, фестивалски, гастрономски и културно-пејзажни туризам
Јужни конус	Домородачко и досељеничко наслеђе, лучки градови, гаучо традиције, виноградарски предели и меморијална места	Градски, вински, рурални, меморијални, гастрономски и културно-пејзажни туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Hall & Tucker, 2004; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Шпански језик доминира у већем делу региона, португалски у Бразилу, а француски у појединим карипским и јужноамеричким територијама. Поред њих, говоре се кечуа, ајмара, гварани, нахуатл, бројни мајански и амазонски језици, као и различити креолски језици. Верску структуру обележава преовлађујуће хришћанство, али и снажно присуство домородачких веровања и религија афричког порекла. У многим областима настали су синкретички облици у којима се католички празници, локална веровања, афрички ритуали, музика и плес међусобно преплићу. Ове појаве треба тумачити као резултат историјских сусрета и прилагођавања, а не као туристичку егзотику. Културни туризам заснива се на археолошким комплексима, колонијалним градовима, историјским лукама, верским објектима, културним пределима, музици, плесу, фестивалима, занатима и гастрономији. Мачу Пикчу (Слика 59), Куско, Qhapaq Ñan, Чичен Ица и други познати локалитети сведоче о високим достигнућима претколумбовских цивилизација. Међутим, њихово представљање не би требало да домородачке народе везује искључиво за прошлост. Туристичка интерпретација треба да покаже да су они савремене заједнице које настоје да очувају језике, знања, земљу и право да саме одлучују о представљању сопственог наслеђа (Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972, 2003).

Кариби и бразилски атлантски простор посебно су обликовани плантажном привредом, ропством и стварањем афричке дијаспоре. Афрокарипске и афробразилске културе оставиле су дубок траг у религији, музици, плесу, кухињи, језику и начину организовања заједница. Џез, реге, салса, самба и бројни локални музички облици постали су глобално препознатљиви, али њихово свођење на туристичку забаву може прикрити историјска искуства отпора,

неједнакости и борбе за признање. Због тога меморијална места ропства, музеји, историјске луке и локалне културне иницијативе имају важну образовну улогу (Sheller, 2003; Hall & Tucker, 2004).



Слика 59. Мачу Пикчу — андски културни предео и наслеђе цивилизације Инка

Извор: Alan Hurt Jr., 2016; Wikimedia Commons, CC0.

У Амазонији је тешко одвојити природно од културног наслеђа. Реке, шуме, животињске и биљне врсте истовремено су животни простор, извор хране, део духовних представа и основа знања домородачких народа. Туризам у овом простору може допринети очувању животне средине и обезбедити приход локалним заједницама, али само ако оне контролишу обим посета, начин представљања сопствене културе и расподелу прихода. Света места, ритуали и традиционална знања не смеју се третирати као слободно доступна туристичка роба (Timothy & Nyaupane, 2009).

Главни проблеми културног туризма у Латинској Америци и на Карибима односе се на прекомерну посећеност познатих локалитета, комерцијализацију обреда, потискивање становништва из историјских градских језгара и неједнаку расподелу прихода. У приморским областима туристички комплекси понекад функционишу као издвојене енклаве, са слабим везама са локалном привредом и свакодневним животом становништва. Одрживији приступ подразумева учешће заједнице у одлучивању, запошљавање локалног становништва, подршку локалним произвођачима, ограничење посета осетљивим местима и интерпретацију која повезује наслеђе са савременим друштвеним питањима.

4.2.5 Северна Африка и Југозападна Азија

Северна Африка и Југозападна Азија чине пространу културно-географску целину повезану Медитераном, Црвеним морем, Персијским заливом, Сахаром и старим копненим трговачким путевима. Иако се за овај простор често користе називи Блиски исток, арапски свет или исламски свет, ниједан од њих не обухвата у

потпуности његову географску и културну разноврсност. Појам Блиски исток настао је из европске геополитичке перспективе, док арапски и исламски свет нису синоними: нису сви становници региона Арапи, нити су сви муслимани, а највећи број муслимана у свету живи изван овог простора (Грчић, 2014; Lapidus, 2014).

Регион припада најстаријим средиштима урбанизације и државности. У долинама Нила, Тигра и Еуфрата развиле су се староегипатска и месопотамске цивилизације, док су Левант, Анадолија и Иран били простори настанка и прожимања феничанских, хетитских, персијских, грчких, римских и византијских културних традиција. Овде су настале 3 велике монотеистичке религије — јудаизам, хришћанство и ислам. Од 7. века ширење ислама и арапског језика повезало је велике делове Северне Африке и Југозападне Азије, али није избрисало старије језике, религије и локалне идентитете. Касније су значајну улогу имале различите исламске државе, Османско царство, европски колонијализам и формирање савремених националних држава (Lapidus, 2014).

Становништво региона обухвата Арапе, Амазиге, Персијанце, Турке, Курде, Јермене, Јевреје, Асирце, Копте, Нубијце и бројне друге заједнице. Поред арапског, говоре се тамазигтски језици, персијски, турски, курдски, хебрејски, јерменски и други језици. Ислам је најраспрострањенија религија, али се унутар њега разликују сунитске, шиитске, ибадитске и друге традиције. Истовремено постоје древне хришћанске заједнице, јеврејске заједнице и мање верске групе. Због тога свођење целог региона на једну арапско-исламску културу прикрива његову стварну историјску и друштвену сложеност. У културно-географском погледу могу се условно издвојити Магреб, Египат и долина Нила, Левант, Анадолија, месопотамијски и ирански простор и Арабијско полуострво са земљама Залива (Lapidus, 2014). Ови ареали немају оштре границе, али се разликују према језицима, историјским искуствима, облицима насеља, градитељству и савременом туристичком развоју, што је приказано у Табели 10.

Табела 10. Културни ареали Северне Африке и Југозападне Азије и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Магреб	Амазишко, арапско, андалузијско и османско наслеђе, медине, касбе, ксари, оазе, занати и музичке традиције	Градски, културно-пејзажни, оазни, занатски, фестивалски и гастрономски туризам
Египат и долина Нила	Староегипатско, коптско, исламско, медитеранско и нубијско наслеђе, историјски градови и речни културни предели	Археолошки, музејски, речни, верски, градски и културно-пејзажни туризам
Левант	Древни градови и археолошки слојеви, хришћанска, исламска и јеврејска света места, занати, трговачке четврти и кухиње	Археолошки, ходочаснички, градски, меморијални и гастрономски туризам
Анадолија	Хетитско, грчко, римско, византијско, селџучко и османско наслеђе, турске и курдске традиције, историјски градови и села	Археолошки, градски, верски, рурални, креативни и гастрономски туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Месопотамијски и ирански простор	Месопотамске цивилизације, персијско и исламско наслеђе, вртови, базари, свети градови, књижевност и занати	Археолошки, ходочаснички, градски, културно-пејзажни и занатски туризам
Арабијско полуострво и Залив	Ходочасничка места, бедуинско, оазно, поморско и бисерачко наслеђе, трговачке луке, савремена архитектура и музеји	Ходочаснички, градски, пустињски, поморски, музејски, пословни и манифестациони туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Said, 1978; Hazbun, 2008; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Материјално наслеђе обухвата археолошке локалитете, медине, базаре, џамије, медресе, цркве, синагоге, каравансараје, тврђаве, палате, вртове, системе наводњавања и традиционална насеља у оазама и пустињским областима. Медине Феса, Туниса и Маракеша, историјски Каиро, Петра, Јерусалим, Истанбул, Исфахан и бројни други градови показују како су трговина, религија и свакодневни живот обликовали урбани простор. Улице и пијаце историјских градова нису само туристичке сценографије, већ места становања, рада, сусрета и локалне размене. Зато њихова заштита мора обухватити и друштвене функције, а не само фасаде и појединачне споменике (UNESCO, 1972; Timothy & Nyaupane, 2009).



Слика 60. Пијаца у медини Танжера — историјски урбани простор као место свакодневног живота и трговине

Извор: Phi, 2015; Wikimedia Commons, CC0

Живо културно наслеђе региона укључује усмене традиције, калиграфију, музику, плес, ткање, грнчарство, обраду метала и коже, припремање хране, културу кафе и чаја, верске празнике и локалне трговачке обичаје. Базари и пијаце повезују економску, друштвену и туристичку функцију, али занатска производња може бити угрожена масовном продајом индустријских сувенира. Одрживи туризам треба да подржи локалне радионице, преношење знања и правичну накнаду носиоцима вештина, у складу са принципима заштите нематеријалног културног наслеђа (UNESCO, 2003).

Верски и ходочаснички туризам има посебан значај. Мека и Медина представљају средишта исламског ходочашћа, док Јерусалим има изузетно значење за јудаизам, хришћанство и ислам. Значајна ходочасничка средишта постоје и у Наџафу, Кербали, Кому, на Синају и у бројним другим местима. Приступ светим просторима може бити уређен верским правилима и државним прописима, па посетиоци морају поштовати локална ограничења, време молитве, правила одевања, фотографисања и понашања. Та правила нису једнака у свим државама и заједницама и зато их не треба представљати као непроменљиве особине целог исламског света. Представљање региона у туризму дуго је било под утицајем оријентализма — западног начина приказивања Истока као егзотичног, тајанственог, сензуалног и непроменљивог простора. Такве слике и даље су присутне у рекламама које наглашавају пустиње, хареме, камиле, базаре и луксузне палате, док занемарују савремене градове, образовање, индустрију, културно стваралаштво и друштвене разлике. Саидова критика оријентализма корисна је за препознавање начина на који туризам може да производи стереотипне представе, чак и када формално промовише културно наслеђе (Said, 1978; Hall & Tucker, 2004).

Савремени туристички развој показује велике регионалне разлике. Док Мароко, Египат, Турска, Јордан и Тунис дуго развијају археолошки, приморски и градски туризам, земље Персијског залива улажу у савремену архитектуру, музеје, пословни туризам, спортске манифестације и забавне садржаје. Ови пројекти мењају међународну слику региона, али истовремено отварају питања употребе ресурса, услова рада миграната, односа према локалном наслеђу и зависности туристичких производа од великих инвестиција (Hazbun, 2008).

Политички сукоби, уништавање и незаконита трговина културним добрима, климатске промене, недостатак воде и прекомерна туристичка изградња представљају важне изазове. Туризам може допринети обнови локалне привреде и заштити наслеђа, али само ако су локалне заједнице укључене у одлучивање и расподелу прихода. Одговорна интерпретација треба да прикаже историјску дубину и савремени живот региона, без свођења његових становника на религијске, етничке или политичке стереотипе.

4.2.6 Јужноазијска културно-географска целина

Јужна Азија обухвата Индију, Пакистан, Бангладеш, Непал, Бутан, Шри Ланку и Малдиве. Она није једнообразна културна целина, већ густо насељен и изузетно разноврстан простор у коме се преплићу различити језици, религије, етничке заједнице, историјске државе и начини живота. Заједничке везе стварали су речни системи Инда, Ганга и Брамапутре, монсунски ритмови, трговачки и ходочаснички путеви, као и дуготрајна размена између равница, висоравни, планина и обала Индијског океана. Зато је примереније говорити о мрежи јужноазијских културних ареала него о јединственој култури региона (Грчић, 2014).

Културни пејзаж региона настајао је у више историјских слојева. Наслеђе цивилизације Инда, ведских традиција, будизма и џаинизма, великих хиндуистичких краљевстава, исламских султаната и Могулског царства допуњено је европским колонијалним утицајима и савременим националним културама. Поделе Британске Индије 1947. године и стварање Бангладеша 1971. оставили су дубок траг у границама, миграцијама, меморијалним местима и идентитетима. Туристичка интерпретација зато не треба да своди простор на романтичну слику „древног Истока", већ да покаже како су наслеђе, сукоби, мобилност и савремени живот међусобно повезани (Hall & Tucker, 2004).

Језичка слика обухвата индоаријске, дравидске, тибетобурманске и друге језичке групе, док религијски пејзаж обликују хиндуизам, ислам, будизам, сикизам, џаинизам и хришћанство. Вера је видљива у архитектури, календару празника, исхрани, одевању, музичким и породичним праксама, али се ниједна заједница не може описати само једном особином. И унутар исте државе постоје велике разлике између метропола и села, обале и унутрашњости, планинских и равничарских подручја, као и између друштвених група. За туризам су зато важни локално знање и прецизна, нестереотипна интерпретација. Основни културни ареали Јужне Азије разликују се према историјском наслеђу, језичкој и религијској структури, типу културног пејзажа и доминантним облицима туристичког коришћења. Њихов преглед у Табели 11 показује да се туристичка вредност региона не своди на неколико монументалних локалитета, већ обухвата и живе верске праксе, планинске и чајне пределе, занате, гастрономију и острвска знања.

Табела 11. Културни ареали Јужне Азије и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Индо-гангски ареал	Свети градови, речни културни предели, хиндуистичка и будистичка светилишта, могулско и колонијално наслеђе	Верски, културни, градски и речни туризам
Северозападни и индски ареал	Наслеђе цивилизације Инда, исламска архитектура, суфијска светилишта и историјски градови	Археолошки, верски и културни туризам
Декан и југ Индије	Дравидски храмски градови, камена архитектура, плесне, музичке и занатске традиције	Културни, верски, фестивалски и креативни туризам
Бенгалски ареал	Делтски предели, књижевно и музичко наслеђе, исламска и хиндуистичка архитектура	Културни, речни, гастрономски и рурални туризам
Хималајски ареал	Будистички манастири, планинска насеља, ходочаснички путеви и културни предели	Планински, верски, пешачки и туризам у заједници

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Шри Ланка	Будистички сакрални градови, тамилско наслеђе, чајни предели и колонијални градови	Културни, верски, рурални и пејзажни туризам
Малдиви	Острвске заједнице, исламско наслеђе, поморска знања и традиционални начини живота	Острвски, поморски и туризам заснован на локалној заједници

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Timothy & Nyaupane, 2009; Hall & Tucker, 2004; UNESCO, 1972; 2003.

Ходочашће је један од најважнијих облика мобилности у региону. Варанаси и Харидвар на Гангу, будистичка места повезана са животом Буде, сикистички Амрицар, исламска и суфијска светилишта, као и хималајски храмови, истовремено су простори молитве, свакодневног живота, трговине и туристичке посете. Управљање мора ускладити различите ритмове корисника: приступ верника, кретање великих маса, безбедност, чистоћу, фотографисање и заштиту осетљивих објеката. Посетиоцу су неопходна јасна правила понашања, док верске заједнице треба да имају водећу улогу у тумачењу сопственог наслеђа (Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 2003).

Могулско наслеђе повезује персијске, средњоазијске и јужноазијске традиције градње, вртне уметности и дворске културе. Тај Махал у Агри његов је најпознатији симбол (Слика 61), али се значење споменика не исцрпљује у визуелној препознатљивости: он је маузолеј, део урбаног и речног пејзажа и место на коме се сусрећу историјско памћење, национална репрезентација и масовни туризам. Слично важи за тврђаве, палате, колонијалне четврти и историјске железничке системе широм региона — њихова одрживост зависи од конзервације, контроле посета и разумљиве интерпретације (UNESCO, 1972).



Слика 61. Тај Махал у Агри — могулско градитељско наслеђе и туристички симбол Јужне Азије

Извор: Felice Beato, 1859; The J. Paul Getty Museum; Wikimedia Commons, CC0.

Нематеријално наслеђе обухвата класичну и народну музику, плес, позориште, усмене традиције, текстил, грнчарство, обраду метала и дрвета, кухиње и фестивале. Јога, ајурведа и медитација постале су глобални туристички производи, али њихово представљање захтева разликовање традицијског знања од површне комерцијализације. Филмске индустрије, књижевност, спорт и савремена уметност показују да култура Јужне Азије није само наслеђе прошлости. Креативни и гастрономски туризам могу проширити посету изван најпознатијих локалитета и непосредније укључити локалне ствараоце. Главни изазови су велика концентрација посетилаца, загађење и несташица воде, притисак на света места, радна несигурност у неформалном сектору и неједнака расподела прихода. На Хималајима се томе придружују ерозија стаза, отпад и климатски ризици, а на Малдивима ограничен простор и рањивост острва. Одрживији приступ повезује ограничење притиска са развојем мањих места, локалним водичима, заштитом заната, јавним превозом и учешћем заједнице у одлучивању. Тако туризам може подржати културну разноврсност, уместо да је претвори у поједностављену сценографију.

4.2.7 Источноазијска културно-географска целина

Источна Азија обухвата Кину, Корејско полуострво, Јапан, Монголију и Тајван као историјски повезане, али политички, језички и културно различите просторе. Дуготрајна размена писма, филозофских и религијских идеја, модела државне управе, уметничких облика и технологија створила је препознатљиве регионалне везе. Ипак, заједнички утицаји не значе културну истоветност: свака земља и сваки унутрашњи ареал обликовали су их у складу са сопственом историјом, језиком, верским праксама и односом према модернизацији (Грчић, 2014).

Кинеске династије, корејска краљевства, јапански царски и шогунски пореци и монголске номадске државе оставили су различите облике урбаног, сакралног и пејзажног наслеђа. Конфучијанство је снажно утицало на образовање, породичне и државне институције; будизам се развијао у бројним локалним школама, док су таоистичке, шинтоистичке, шаманске и народне праксе обликовале однос према прецима, природи и месту. Колонијализам, ратови 19. и 20. века, револуције и убрзана индустријализација додали су нове слојеве наслеђа и осетљива места сећања. Регион је данас једно од најурбанизованијих и технолошки најдинамичнијих подручја света. Пекинг, Шангај, Сеул, Токио, Кјото, Осака, Тајпеј и други градови спајају историјске четврти, светилишта и палате са метро системима, небодерима, дизајном, модом и дигиталном културом. Тај спој прошлости и садашњости важан је туристички ресурс, али може довести и до замене стамбених функција комерцијалним, стандардизације старих четврти и преоптерећења најпознатијих локација (Грчић, 2014).

Унутрашња разуђеност Источне Азије јасније се уочава кроз културне ареале приказане у Табели 12. Они се разликују по историјским средиштима, религијским традицијама, типовима насеља и пејзажа, као и по односу материјалног наслеђа и савремене културне продукције. Таква подела служи оријентацији, али не укида бројне локалне и прекограничне везе.

Табела 12. Културни ареали Источне Азије и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Северна и средишња Кина	Царске престонице, Велики зид, конфучијанско, будистичко и народно наслеђе	Културни, градски, верски и меморијални туризам
Јужна и приморска Кина	Лучки градови, трговачке дијаспоре, храмови, традиционална села и кухиње	Градски, гастрономски, рурални и дијаспорски туризам
Тибетанска висораван	Манастири, ходочаснички путеви и високопланински културни предели	Верски, планински и културни туризам
Корејско полуострво	Краљевске палате, конфучијанско наслеђе, будистички храмови и савремена популарна култура	Културни, градски, креативни и меморијални туризам
Јапански архипелаг	Шинтоистичка и будистичка места, историјски градови, занати и савремени урбани пејзажи	Културни, верски, креативни и градски туризам
Монголија	Номадско наслеђе, будистички манастири и степски културни предели	Туризам у заједници, културни и пејзажни туризам
Тајван	Кинеске, аустронежанске, јапанске и савремене урбане културне компоненте	Културни, гастрономски, градски и домородачки туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Reisinger & Turner, 2003; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Културни туризам обухвата царске и краљевске комплексе, историјске престонице, утврђења, будистичке храмове и манастире, конфучијанска светилишта, шинтоистичке просторе, традиционалне вртове, позориште, музику, занате и гастрономију. Све већи значај имају и филм, анимација, видео-игре, популарна музика и мода. Корејски културни талас и јапанска популарна култура показују како медијски садржаји могу покренути посете местима снимања, музејима, концертима и градским четвртима, повезујући креативне индустрије и туризам. Забрањени град у Пекингу (Слика 62) пример је наслеђа чије значење истовремено обухвата архитектуру, ритуалну организацију простора, политичку историју и савремено национално представљање. Велики број посетилаца захтева временске резервације, усмеравање кретања и дисперзију ка мање познатим деловима комплекса и града. Слични изазови јављају се у Кјоту, Нари, Сеулу и на деловима Великог зида: физичка заштита мора бити повезана са очувањем локалног живота и разумљивим тумачењем (UNESCO, 1972; Timothy & Nyaupane, 2009).



Слика 62. Забрањени град у Пекингу — царско наслеђе и савремени токови масовне посете

Извор: Rabs, 2008; Wikimedia Commons, CC BY-SA 3.0.

Нематеријално наслеђе живи у календарским празницима, породичним обредима, чајним праксама, калиграфији, борилачким вештинама, позоришту, занатима и кухињама. Њихово туристичко представљање треба да избегава замрзавање културе у наводно непроменљиву традицију. Занатска радионица, храмски боравак или фестивал имају смисао када локални носиоци одређују садржај, обим и правила учешћа, а посетиоци разумеју разлику између јавног програма и приватне или свете праксе (UNESCO, 2003).

У туристичкој комуникацији посебно је важно избегавати круте тврдње о „колективизму", дисциплини или технолошкој изузетности становника Источне Азије. Национални просеци могу помоћи у планирању услуге, али не описују сваког госта, генерацију или регион. Практичнији су вишејезични натписи, јасна правила у светилиштима, добро организован јавни превоз, разумевање дигиталних навика и обучено особље које комуницира без стереотипа (Reisinger & Turner, 2003). Одрживи развој зависи и од сарадње у заштити заједничког наслеђа упркос политичким границама и различитим тумачењима прошлости.

4.2.8 Југоисточноазијска културно-географска целина

Југоисточна Азија обухвата континентални простор између Индије и Кине и велики острвски свет између Индијског и Тихог океана. У њој се преплићу аустронежански, аустроазијски, тај-кадајски, тибетобурмански и други језици, као и будизам, ислам, хришћанство, хиндуизам и локалне религијске традиције. Морски пролази, речне долине и монсунски путеви од давнина су повезивали заједнице, због чега су трговина, миграције и културно посредовање темељне одлике региона (Грчић, 2014).

Индијски и кинески утицаји нису једноставно пренети, већ су локално преобликовани у различитим краљевствима, градовима и верским средиштима. Ислам се ширио пре свега трговачким мрежама острвског простора, док је европски колонијализам увео нове границе, луке, плантажне привреде и административне центре. Деколонизација, ратови и брза урбанизација током 20. века оставили су меморијална места и различите националне наративе. Туристичко тумачење треба да покаже те сложене слојеве, а не да регион сведе на слику тропске егзотике. Културни пејзажи обухватају храмске комплексе, краљевске престонице, старе луке, трговачке четврти, пиринчане терасе, делте, плутајућа насеља, куће на стубовима и поморске заједнице. Истовремено, Бангкок, Џакарта, Манила, Ханој, Хо Ши Мин, Куала Лумпур и Сингапур показују савремену урбану културу обликовану миграцијама, индустријализацијом и глобалним токовима. Туризам повезује оба нивоа: монументално наслеђе и свакодневни живот метропола (Hall & Tucker, 2004).

Разлике између континенталних, острвских, лучких и домородачких простора сажете су у Табели 13. Подела показује да верска припадност није једини критеријум: једнако су важни историја трговине, колонијално искуство, тип насеља, однос према мору и живе културне праксе.

Табела 13. Културни ареали Југоисточне Азије и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Континентални будистички ареал	Храмски градови, манастири, краљевске престонице, речни и пиринчани културни предели	Верски, културни, речни и рурални туризам
Вијетнамски ареал	Конфучијанско, будистичко и колонијално наслеђе, историјски градови и делтски предели	Културни, градски, меморијални и гастрономски туризам
Малајски ареал	Исламско, поморско и трговачко наслеђе, мултикултурни лучки градови	Градски, верски, гастрономски и острвски туризам
Индонежански архипелаг	Хиндуистичко-будистички споменици, исламске традиције, краљевски градови и острвске културе	Културни, верски, креативни и острвски туризам
Филипини	Аустронежанско, хришћанско и колонијално наслеђе, фестивали и поморске традиције	Верски, фестивалски, дијаспорски и острвски туризам
Борнео и источна острва	Домородачке куће, шумски и поморски културни предели, усмене и занатске традиције	Туризам у заједници, културни и еколошки туризам
Сингапур и глобални лучки градови	Кинеске, малајске, индијске и колонијалне четврти, савремена архитектура и гастрономија	Градски, пословни, гастрономски и креативни туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Hall & Tucker, 2004; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Ангкор, Баган, Боробудур и други велики комплекси јесу туристичке иконе, али и делови ширих религијских и културних предела. Храм није само архитектонски објекат: он може бити место молитве, празника, локалног сећања и економских активности. Зато конзервација мора да

обухвати приступне путеве, воду, околна насеља, кретање посетилаца и права локалних заједница, а не само камену грађевину (UNESCO, 1972; 2003).

Боробудур на Јави (Слика 63) повезује будистичку космологију, камену пластику, вулкански пејзаж и савремену ходочасничку и туристичку функцију. Велики број посетилаца појачава хабање степеника и рељефа, па управљање захтева ограничење приступа најосетљивијим деловима, добро вођење и развој садржаја у околини. Сличан принцип важи и за друге познате локалитете: користи од видљивости треба расподелити шире, а физичку заштиту повезати са локалним знањем.

Нематеријално наслеђе региона видљиво је у позоришту сенки, плесу, музици, ткању, резбарству, поморским знањима, борилачким вештинама, пијацама, кухињама и фестивалима. Гастрономија је нарочито важна јер показује историју трговине зачинима, миграције и локалне комбинације састојака. Када се радионице, представе и фестивали прилагођавају туристима, носиоци традиције треба да одлучују шта се приказује, ко остварује приход и како се чува значење праксе (UNESCO, 2003).



Слика 63. Боробудур на Јави — будистичко наслеђе у културном пејзажу Индонезије

Извор: Philip Nalangan, 2012; Wikimedia Commons, CC BY 4.0.

Масовни приморски и острвски туризам доноси приходе, али може повећати цену земљишта, потрошњу воде, отпад и зависност од сезонског рада. На мањим острвима и у делтама ти притисци се спајају са климатским ризицима. Одрживији модели повезују јавни превоз, ограничење градње, заштиту мангрова и обала, локално власништво смештаја, водиче из заједнице и дисперзију посета. Циљ није очување „непромењене традиције", већ подршка заједницама да саме управљају променама које туризам доноси (Timothy & Nyaupane, 2009).

4.2.9 Субсахарска Африка

Субсахарска Африка није јединствена културна целина, већ широк аналитички оквир који обухвата хиљаде језика, велики број народа и веома различите природне, историјске и урбане просторе. Сахел, шумски појасеви, источне висоравни, свахилска обала, јужна Африка и острва Индијског океана развијали су различите облике државности, трговине, религије и културног пејзажа. Зато се регион не сме представљати као културно једнообразан, нити искључиво кроз сиромаштво, сукобе или дивљу природу. Пре европског колонијализма постојале су сложене државе и градске мреже: царства западног Судана, краљевства Бенина и Конга, градови свахилске обале, Етиопско царство и државе јужне Африке. Транссахарске и индијскоокеанске руте повезивале су злато, со, текстил, керамику, верске идеје и људе. Колонијалне границе, принудни рад, рударство и плантажна привреда дубоко су изменили простор, али нису избрисали старије мреже и локалне институције. Савремена култура региона настаје у међусобном деловању предколонијалних, колонијалних и постколонијалних искустава (Грчић, 2014).

Језици нигер-конгоанске, афроазијске, нило-сахарске и којсанске групе, као и арапски, енглески, француски, португалски и бројни креолски језици, обликују сложене комуникацијске просторе. Хришћанство и ислам су широко распрострањени, али су често повезани са локалним веровањима, обредима и поштовањем предака. Музика, плес, усмено предање, текстил, архитектура, кухиња и фестивали разликују се од заједнице до заједнице и не треба их сводити на неодређене ознаке „афричке традиције" (Грчић, 2014). Табела 14 издваја неколико великих културних ареала како би показала различите историјске везе и облике туристичког коришћења. Границе су оријентационе: трговачке, верске и миграцијске мреже прелазе савремене државне границе, а многи градови истовремено припадају локалним, националним и дијаспорским културним просторима.

Табела 14. Културни ареали Субсахарске Африке и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Западна Африка и Сахел	Предколонијалне државе, исламски градови, усмене традиције, музика и занати	Културни, верски, музички и меморијални туризам
Обала Гвинејског залива	Лучки и краљевски градови, наслеђе трговине робљем, урбане и фестивалске културе	Меморијални, дијаспорски, градски и фестивалски туризам
Централна Африка	Шумски културни предели, краљевске и домородачке традиције, музика и резбарство	Туризам у заједници, културни и еколошки туризам
Источна Африка и свахилска обала	Свахилски градови, индијскоокеанске трговачке везе, сточарски и пољопривредни предели	Културни, обалски, дијаспорски и туризам у заједници
Рог Африке	Древно хришћанско и исламско наслеђе, планински градови и трговачке руте	Верски, историјски и културни туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Јужна Африка	Велики Зимбабве, рударско и индустријско наслеђе, места апартхејда и савремени градови	Археолошки, меморијални, градски и културни туризам
Острва Индијског океана	Афричке, азијске и европске културне везе, креолски језици и плантажно наслеђе	Острвски, дијаспорски, гастрономски и културни туризам

Извор: Ауторски приказ према Грчић, 2014; Smith, 1989; Hall & Tucker, 2004; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Материјално наслеђе обухвата археолошка налазишта, камене и земљане градове, тврђаве, палате, џамије, цркве, колонијалне луке, индустријске комплексе и места борбе за независност. Тимбукту, Лалибела, свахилски градови и Велики Зимбабве сведоче о различитим облицима писмености, верског живота, трговине и градитељства. Њихова интерпретација исправља стару представу да је историја континента почела европским доласком (UNESCO, 1972).

Велики Зимбабве (Слика 64) био је политичко и трговачко средиште повезано са мрежама јужне Африке и Индијског океана. Камене ограде и остаци насеља показују развијену организацију простора и занатства. Локалитет је важан и за савремени национални идентитет, па туристичко вођење треба да споји археолошке податке, локална усмена предања и историју тумачења самог налазишта. Такав приступ посетиоцу пружа сложенију слику од поједностављене приче о „тајанственим рушевинама".



Слика 64. Велики Зимбабве — археолошко наслеђе предколонијалне државности јужне Африке

Извор: Jan Derk, 1997; Wikimedia Commons, јавно власништво.

Посебно осетљиво наслеђе чине места трговине робљем, колонијалног насиља, геноцида, апартхејда и ослободилачких покрета. Тврђаве на западноафричкој обали, острва и меморијални музеји повезују локалне заједнице са афричким дијаспорама у Америци, Европи и другде. Меморијални туризам не сме претворити страдање у спектакл: потребни су историјска тачност, достојанство, простор за различита сећања и учешће потомака погођених заједница (Hall & Tucker, 2004). Колонијални туристички поглед често је афричка друштва

представљао као „безвремена" и ближа природи него историји. Тај образац опстаје када људи постану сценографија сафарија или када се сложене заједнице називају само „племенима". Одговорни туризам користи прецизне називе, плаћа рад и знање локалних учесника, не инсценира приватне обреде без сагласности и јасно показује да су афрички градови, музика, мода, филм и дигитална култура део савремене светске продукције (Smith, 1989).

Туризам заснован на заједници може повезати заштиту културног и природног наслеђа, али само ако становници учествују у власништву, одлучивању и расподели прихода. У супротном, заштићена подручја и велики пројекти могу ограничити приступ земљи и ресурсима. Кључни су локални водичи, набавке од локалних произвођача, подршка занатима, контрола фотографисања и мерење користи за домаћинства. Одрживост тако постаје питање културних права и друштвене правичности, а не само броја посетилаца (Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 2003).

4.2.10 Аустралија и Океанија

Аустралија и Океанија обухватају Аустралију, Аотеароа Нови Зеланд и острвске просторе Меланезије, Микронезије и Полинезије. Иако су острва раздвојена великим морским растојањима, Пацифик није био празнина између њих, већ простор кретања, навигације, размене и сродничких веза. Океанска пловидба, знање о звездама, струјама и ветровима и преношење биљака и заната створили су густе културне мреже. Зато регион треба разумети као свет повезан морем, а не као скуп изолованих острва. Домородачки народи Аустралије развијали су разноврсне језике, друштвене системе и односе према земљи током десетина хиљада година. За многе заједнице земља није само ресурс или пејзаж, већ простор порекла, закона, предака и обавеза. Маорска култура Аотеарое, као и културе пацифичких острва, повезују генеалогију, место, пловидбу, усмено знање и колективну одговорност. Туристичко коришћење тих садржаја мора почети од права заједнице да одреди шта је јавно, ко може да води посету и како се приход распоређује (Butler & Hinch, 2007).

Европска колонизација донела је одузимање земље, мисионарство, болести, присилне миграције и потискивање језика, али су домородачке заједнице очувале и обновиле бројне праксе. Истовремено су Аустралија и Нови Зеланд постали досељеничка и све изразитије мултикултурна друштва, а пацифичка острва развила различите односе независности, зависности и миграције. Савремени културни пејзаж зато обухвата и домородачко наслеђе, и колонијалне градове, и азијске и пацифичке дијаспоре (Butler & Hinch, 2007). Главни културни ареали и облици туризма приказани су у Табели 15. Подела истиче различите односе према земљи и мору, историјска искуства и облике живог наслеђа. Она истовремено показује да домородачки и савремени урбани простори нису одвојени: велики број Аборицина, Маора и острвских заједница живи и ствара у градовима.

Табела 15. Културни ареали Аустралије и Океаније и њихов значај за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Аборицинска Аустралија	Земља као културни и духовни простор, усмене традиције, уметност и руте предака	Домородачки, културни, пејзажни и туризам у заједници
Аотеароа Нови Зеланд	Маорска места окупљања, језик, резбарство, извођачке праксе и колонијално наслеђе	Домородачки, културни, градски и пејзажни туризам
Меланезија	Локалне језичке заједнице, обредне куће, занати, копнени и поморски културни предели	Туризам у заједници, културни и еколошки туризам
Микронезија	Навигацијска знања, острвске друштвене мреже, ратно и подводно наслеђе	Поморски, меморијални, ронилачки и културни туризам
Полинезија	Океанска пловидба, генеалогије, плес, тетовирање, резбарство и сакрални предели	Културни, острвски, фестивалски и туризам у заједници
Мултикултурни градови	Досељеничко, азијско, пацифичко и савремено урбано наслеђе Аустралије и Новог Зеланда	Градски, гастрономски, креативни и дијаспорски туризам

Извор: Ауторски приказ према Butler & Hinch, 2007; Smith, 2006; Timothy & Nyaupane, 2009; UNESCO, 1972; 2003.

Домородачки туризам обухвата вођене посете културним пределима, приче о месту, уметност, храну, пловидбу, плес, језик и тумачење природе. Његов квалитет не зависи од количине „традиционалних" мотива, већ од ауторитета носилаца културе и контроле над представљањем. Протоколи могу ограничити фотографисање, приступ светим местима, употребу имена или дељење одређених прича. Та ограничења нису препрека доживљају, већ део поштовања и образовне вредности посете (Smith, 2006). Маорска кућа окупљања у Вакареварев (Слика 65) није само декоративна грађевина, већ место заједничког памћења, церемоније, учења и гостопримства. Резбарени елементи могу представљати претке и генеалошке везе, па улазак и понашање следе локалне протоколе. Када се такво место укључи у туристичку понуду, домаћини треба да одређују ритам, садржај и границе посете, а тумачење да објасни живу друштвену функцију, не само визуелни изглед.

Нематеријално наслеђе региона обухвата навигацијска знања, усмене генеалогије, плес, музику, тетовирање, ткање, резбарство, припрему хране и обреде. Оно се непрестано обнавља и у дијаспори, на фестивалима, у школама језика и савременој уметности. Туристичке представе могу подржати преношење знања, али и стандардизовати различите културе у један „пацифички" стил. Зато су прецизно именовање заједнице и ауторство извођача основни услови одговорне презентације (UNESCO, 2003).



Слика 65. Маорска кућа окупљања у Вакаревареви — живо наслеђе, заједница и туристичка посета

Извор: Peter Gill, 2007; Wikimedia Commons, CC BY 3.0.

Мала острва су посебно зависна од авио-саобраћаја, увоза и ограничених резерви воде и земљишта. Ресортски туризам може донети приходе и запослење, али и заузети обале, повећати отпад и изместити локалне активности. Климатске промене, пораст нивоа мора и екстремни догађаји додатно појачавају рањивост. Одрживији развој подразумева мањи обим градње, локалне ланце снабдевања, заштиту приступа обали и подршку смештају и турама у власништву заједнице. Најбољи модели стављају домородачке организације у улогу власника, управљача или равноправног партнера. Водичи из заједнице не преносе само информације, већ одређују шта се може делити и како се посета уклапа у заштиту земље, мора и културе. Такав приступ повезује квалитет туристичког искуства са културним правима, обновом језика и локалним развојем, уместо да домородачко наслеђе користи само као визуелни знак дестинације (Timothy & Nyaupane, 2009).

4.2.11 Контактне зоне, дијаспоре и вишеструки идентитети

Културно-географске целине нису затворени и непроменљиви блокови. Њихове границе су порозне, а Средоземље, Балкан, Кавказ, Централна Азија, Кариби, Индијски океан и пацифичке мреже показују како контакти, трговина, освајања и миграције стварају нове културне облике. У таквим зонама више језика, религија, градитељских традиција и начина живота могу постојати у истом граду или пејзажу. Контакт не значи увек склад: он може укључити неједнаку моћ, сукоб, присилну асимилацију и спор око наслеђа (Hall & Tucker, 2004).

Дијаспора настаје када заједница живи изван простора порекла, али одржава стварне или симболичке везе са њим. Људи, новац, храна, музика, верски празници, језици и медији крећу се у оба смера, па идентитет није једноставно подељен на „овде” и „тамо”. Посете рођацима, путовања ка местима порекла, генеалошки туризам и

фестивали дијаспоре чине важан део савремене мобилности. Туристички простор тако повезује локално место са мрежама које могу обухватити више континената (Urry & Larsen, 2011). Изабране контактне зоне и њихови туристички садржаји приказани су у Табели 16. Заједничко им је да се атрактивност не заснива на једном „чистом" културном слоју, већ на видљивим траговима сусрета, превођења и прилагођавања. Управо зато њихово представљање захтева више гласова и пажљиво објашњење историјске неједнакости.

Табела 16. Изабране контактне зоне и дијаспорски културни простори значајни за туризам

КУЛТУРНИ АРЕАЛ	КАРАКТЕРИСТИЧНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ	НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА
Средоземље и Балкан	Преплитање хришћанских, исламских, јеврејских, романских, словенских и османских слојева	Културне руте, верски, градски и гастрономски туризам
Кавказ и Централна Азија	Граничне империје, трговачки путеви, вишејезичност и верска разноврсност	Рутни, културни, планински и гастрономски туризам
Кариби и атлантске дијаспоре	Домородачко, афричко, европско и азијско наслеђе, креолски језици, музика и религије	Дијаспорски, меморијални, музички и фестивалски туризам
Индијски океан	Лучки градови, исламске и азијске трговачке мреже, креолске културе	Поморски, градски, дијаспорски и културни туризам
Пацифичке мреже	Океанска пловидба, сродничке везе и савремене острвске дијаспоре	Културни, острвски и туризам у заједници
Глобални градови	Дијаспорске четврти, вишејезични јавни простори, кухиње, верски објекти и креативне сцене	Градски, гастрономски, креативни и дијаспорски туризам

Извор: Ауторски приказ према Hall & Tucker, 2004; Kirshenblatt-Gimblett, 1998; Smith, 2006; Urry & Larsen, 2011.

Глобални градови су највидљивији дијаспорски простори. Кинеске, индијске, арапске, јеврејске, карипске, балканске и друге четврти стварају верске објекте, школе, удружења, продавнице, ресторане и фестивале. Временом оне постају и туристичке зоне, али комерцијална препознатљивост може да потисне стамбену и друштвену функцију. Потребно је разликовати живу четврт од тематизоване сценографије и укључити локална удружења у избор прича које се представљају. Кинеска четврт у Сингапуру (Слика 66) показује како се дијаспорско наслеђе уклапа у савремени мултикултурни и глобални град. Архитектура, натписи, верски објекти, пијаце и храна сведоче о историјским миграцијама, али су истовремено део свакодневне економије и туристичке потрошње. Добра интерпретација не представља четврт као непромењени остатак прошлости, већ објашњава обнову, друштвене промене и различита значења која простор има за становнике и посетиоце Urry & Larsen, 2011).



Слика 66. Кинеска четврт у Сингапуру — дијаспорско наслеђе у савременом глобалном граду

Извор: MardianaAlias, 2023; Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

Културно мешање видљиво је у креолским језицима, музици, кухињи, архитектури и верским праксама. Такви облици нису мање „аутентични" зато што су настали у контакту. Аутентичност у туризму не треба тражити у наводној културној чистоти, већ у односу заједнице према сопственој пракси и у транспарентном начину представљања. Када музеј, фестивал или гастрономска рута признају више извора и именују носиоце знања, посетиоцу омогућавају сложеније разумевање места (Kirshenblatt-Gimblett, 1998).

Туризам може подстаћи интересовање за мањинске језике, занате и историју миграција, али може и појачати стереотипе. Ознаке попут „оријентално", „егзотично" или „етничко" често сакривају стварне разлике и односе моћи. Одговорна понуда користи самоназив заједнице, плаћа ауторе и извођаче, објашњава историјски контекст и не претвара приватне или свете праксе у обавезан спектакл. Посебно су важни вишејезични садржаји и могућност да заједнице исправе или допуне институционалне наративе (Smith, 2006).

Контактне зоне и дијаспоре показују ограничење сваке крупне регионалне поделе. Културни идентитети су просторни, али су истовремено покретни, вишеструки и ситуациони. За друштвену географију туризма то значи да дестинацију не треба тумачити као скуп непроменљивих особина народа, већ као место у коме се наслеђе стално преговара између становника, институција, посетилаца и транснационалних мрежа. Тај закључак представља непосредну везу са наредним разматрањем етносоцијалних карактеристика и њиховог значаја за туристичке сусрете.

4.3 Етносоцијалне карактеристике народа и туризам

Кључни појмови

нематеријално културно наслеђе; обичај; обред; традицијски занат; гастрономска баштина; гостопримство; интеркултурна компетенција

Етносоцијалне карактеристике обухватају вредности, обичаје, обреде, облике заједништва, начине комуникације и свакодневне праксе посредством којих појединци и друштвене групе изражавају припадност породици, локалној заједници, етничкој групи или нацији. Ове карактеристике нису непроменљиве „особине народа“, већ историјски и просторно условљени обрасци који се разликују међу регионима, генерацијама и друштвеним групама и мењају под утицајем миграција, урбанизације, образовања, медија и културних контаката (Грчић, 2014; Smith, 1989). У туризму етносоцијалне карактеристике постају видљиве у сусрету домаћина и посетилаца, али и кроз музику, плес, ношњу, гастрономију, обичаје, фестивале, занате и друге облике локалног наслеђа. Они могу имати туристичку привлачност јер омогућавају посетиоцима да упознају начин живота одређене заједнице и значење које она придаје простору, природи, породици, раду и празницима. Међутим, туристички приказ не представља целокупну културу заједнице, већ избор оних елемената који су процењени као препознатљиви, занимљиви или погодни за представљање посетиоцима (MacCannell, 1973; Smith, 1989; Richards, 2018).

Због тога је потребно разликовати живу културу од туристички припремљене представе културе. Жива култура обухвата праксе које заједница примењује у свакодневном животу и преноси међу генерацијама, док туристичка презентација подразумева њихово прилагођавање простору, времену и очекивањима посетилаца. Такво прилагођавање није нужно негативно: оно може допринети видљивости наслеђа, обнови интересовања младих и стварању прихода. Проблем настаје када се сложене културне праксе своде на кратку сценску тачку, сувенир или стереотипну слику која више одговара очекивањима туриста него значењу које јој придаје локална заједница (Cohen, 1988; UNESCO, 2003; Smith, 2006).

Етносоцијалне разлике утичу и на непосредно понашање туриста и домаћина. Начини поздрављања, однос према времену, правила одевања, дистанца међу саговорницима, фотографисање, исказивање поштовања, понашање у сакралном простору и прихватљиви облици јавног понашања нису исти у свим друштвима. Оно што се у једној средини сматра пријатељским и непосредним у другој може бити доживљено као наметљиво или непристојно. Интеркултурна компетенција зато подразумева спремност да се сопствени обрасци понашања не узимају као универзални, већ да се правила сусрета прилагоде конкретном друштвеном и културном контексту (Reisinger & Turner, 2003).

При представљању етничких и националних група треба избегавати генерализације попут тврдњи да је одређени народ по природи гостољубив, затворен, вредан, темпераментан или склон

одређеном понашању. Такви описи занемарују унутрашње разлике условљене узрастом, полом, образовањем, друштвеним положајем, местом становања и личним искуством. За туристичку праксу корисније је познавање конкретне заједнице, локалних правила и значења од претпоставке да се понашање појединца може предвидети на основу његове националне или етничке припадности (Smith, 1989; Reisinger & Turner, 2003).

Туризам може подстаћи очување етносоцијалног наслеђа када локална заједница учествује у избору садржаја, тумачењу значења, организацији посете и расподели прихода. Истовремено, неконтролисана комерцијализација може нарушити приватност, изменити смисао обреда, створити зависност од туристичке потражње и претворити становнике у извођаче сопствене културе. Зато одговорно управљање подразумева сагласност носилаца наслеђа, поштовање ограничења фотографисања и приступа, правичну економску корист и право заједнице да одлучи шта жели, а шта не жели да представи посетиоцима (UNESCO, 2003; Smith, 2006; ICOMOS, 2022).

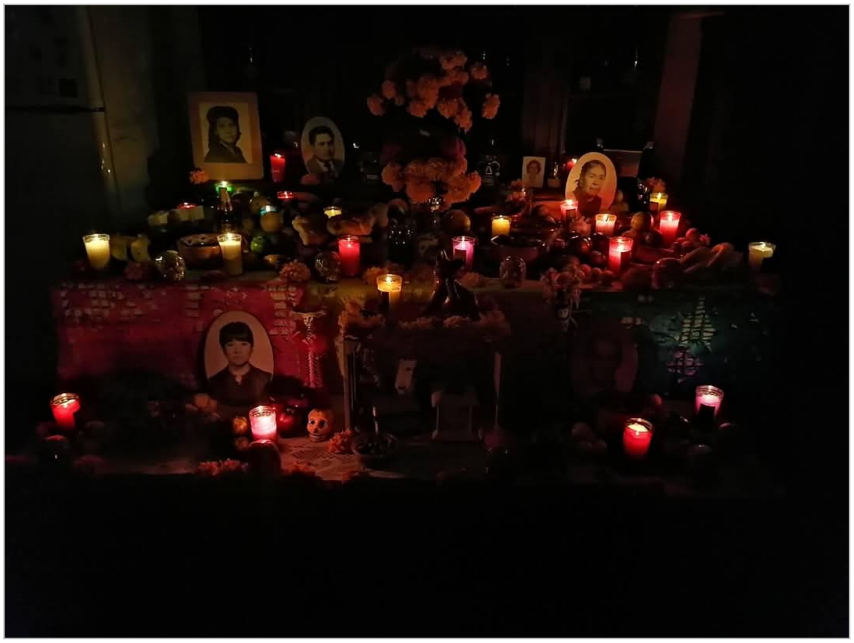
4.3.1 Обичаји, обреди и нематеријално културно наслеђе

Обичај је *устаљени и друштвено прихваћени образац понашања који се понавља у одређеним приликама*, док је **обред** *симболички организован низ поступака повезан са веровањима, животним циклусом, календаром, сезонским радовима или колективним памћењем*. Обичаји могу бити део свакодневног живота, док су обреди најчешће издвојени посебним временом, простором, одећом, музиком, храном и правилима понашања (UNESCO, 2003; Грчић, 2014). Значење обичаја не налази се само у ономе што посетилац може да види. Припрема празника, расподела улога међу члановима заједнице, породична окупљања и преношење знања често су важнији од његовог јавног дела. Обред се зато не може правилно тумачити само као сценски наступ или туристичка атракција, већ као део ширег друштвеног односа који повезује појединца са породицом, прецима, местом и заједницом (UNESCO, 2003; Smith, 2006).

Обреди посвећени прецима и преминулима јављају се у бројним културама, али имају различита значења и облике. Током Дана мртвих у Мексику породице припремају олтаре са фотографијама, свећама, цвећем, храном и предметима који су припадали преминулима, посећују гробља и симболички обнављају везу са умрлим члановима породице. Иако су параде, костими и декоративни мотиви постали међународно препознатљиви туристички симболи, средиште традиције чине породично сећање и локалне представе о односу живота и смрти. Свођење празника само на лобање, шминку и забаву занемарује његово духовно и породично значење (UNESCO, 2008a; Brandes, 2006).

У Јужној Азији посебно место имају масовна ходочашћа и обредна окупљања. Кумб Мела у Индији периодично окупља огроман број ходочасника на местима повезаним са светим рекама. Средишњи

обред представља купање у реци, које верници повезују са духовним прочишћењем, али окупљање обухвата и молитве, верску наставу, процесије и сусрете различитих монашких заједница. Због броја учесника организовање Кумб Меле захтева изградњу привремене инфраструктуре, здравствену заштиту, управљање отпадом, регулисање кретања и посебне мере безбедности. Овај пример показује да обредни простор истовремено може бити свето место, привремени град и простор масовне мобилности (UNESCO, 2017b; Maclean, 2008).



Слика 67. Олтар за Дан мртвих у Мексико Ситију

Извор: Tlalocman, 2023, Wikimedia Commons, CC BY 4.0

У Јапану локални празници — *мацури* — повезују шинтоистичка светилишта, сезонске циклусе и идентитет градских четврти или села. Гион мацури у Кјоту познат је по свечаним поворкама великих украшених кола, чију израду и покретање омогућавају специјализована знања занатлија и удружења становника. За туристе су поворке највидљивији део празника, али његово одржавање зависи од вишемесечних припрема, локалне сарадње и преношења знања. Велика посећеност доноси приходе, али истовремено ствара гужву и притисак на историјске градске четврти (UNESCO, 2016; Ashkenazi, 1993).

Обреди у Африци такође показују снажну повезаност вере, колективног памћења и јавног простора. Празник Мескел у Етиопији обележава се великим окупљањима, процесијама, песмом и паљењем централне ломаче — *демере*. У Адис Абеби свечаност привлачи велики број верника и посетилаца, али она није само јавни спектакл: ватра, крст, свештеничка одећа и заједничко окупљање имају јасно религијско значење у етиопској православној традицији. Туристичка организација мора да обезбеди да простор за посматраче и медије не омета кретање верника и извођење обреда (UNESCO, 2013a).

У андском простору Јужне Америке поједини обреди повезују претхришћанска веровања, католичку традицију и однос према планинском пејзажу. Ходочашће у светилиште Господара Којљур

Ритија у Перуу окупља заједнице које пешаче ка високопланинском светилишту, носе крстове и заставе и учествују у музици, плесу и молитви. Планина није само позадина обреда, већ простор коме се приписује духовно значење. Повећање броја посетилаца, повлачење ледника и осетљивост високопланинског екосистема мењају услове у којима се ходочашће одржава (UNESCO, 2011; Sallnow, 1987).

У Европи се могу издвојити породична слава у Србији и празник Сурова у Бугарској. Слава повезује породицу, веру, гостопримство и преношење породичног памћења, док Сурова окупља маскиране групе које током зимског циклуса обилазе насеља и изводе радње повезане са здрављем, плодношћу и благостањем. Иако обе традиције могу бити представљене посетиоцима, слава првенствено припада приватном и породичном простору, док Сурова има израженији јавни и процесијски карактер. Због тога се на њих не могу примењивати исти модели туристичке презентације и фотографисања (UNESCO, 2014; UNESCO, 2015). Другачији пример пружа народни празник Сурова у перничком крају у Бугарској. Током зимског обреда маскиране групе, познате као сурвакари, обилазе насеља носећи сложене маске, звона и посебну одећу. Буком, плесом и симболичким радњама изражавају жеље за здрављем, плодношћу и благостањем у новој години. У обреду учествују различите генерације, а знање о изради маски, кретању поворке и значењу појединих ликова преноси се унутар локалних заједница (UNESCO, 2015).



Слика 68. Маскирани учесници фестивала Сурва у Перник, Бугарска

Извор: Sjordanov, 2023; Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

У савременом туризму календарски обичаји, карневали, ходочашћа, свадбени обреди, жетвене свечаности и прославе локалних заштитника често постају основа фестивала и тематских туристичких програма. Такве манифестације могу продужити туристичку сезону, привући посетиоце у мања насеља и обезбедити приход локалним извођачима, занатлијама и угоститељима. Фестивал, међутим, није исто што и изворни обред: време одржавања понекад се прилагођава туристичкој сезони, трајање се скраћује, а поједини делови се издвајају зато што су

визуелно привлачни публици (Getz, 2008; Richards, 2018). Ова прилагођавања не морају аутоматски да значе губитак аутентичности. Традиција се и без туризма мења, јер је свака генерација поново тумачи и прилагођава сопственим условима живота. Важније питање јесте ко одлучује о променама. Ако носиоци наслеђа контролишу начин представљања, обред може добити нову друштвену и економску улогу. Ако програм обликују искључиво туристички посредници, постоји опасност да се сложена традиција претвори у стереотипну представу прилагођену очекивањима посетилаца (Cohen, 1988; UNESCO, 2003).

Посебну пажњу захтева фотографисање. Присуство на јавном делу свечаности не значи да су сви учесници, предмети и тренуци доступни за снимање. Ограничења су нарочито важна током молитве, иницијацијских и породичних обреда, у сакралном простору и приликом снимања деце. Туристички водич или организатор посете треба унапред да објасни када је фотографисање дозвољено, када је потребна сагласност и који делови обреда нису отворени за посетиоце. Дозвола за фотографисање не подразумева аутоматски и дозволу за јавно објављивање или комерцијалну употребу снимка (ICOMOS, 2022; UNESCO, 2024).

Добро осмишљена туристичка интерпретација не своди се на набрајање необичних радњи, већ објашњава њихово значење и историјски контекст. Посетиоцу треба указати на то ко учествује у обреду, како се знање преноси, шта одређени предмети и поступци значе и зашто заједница сматра да је традицију важно очувати. Таква интерпретација смањује могућност егзотизације локалног становништва и омогућава да туристички сусрет постане облик учења, а не само посматрања (Smith, 2006; Timothy, 2011; UNESCO, 2024).

4.3.2 Музика, плес, ношња и традицијски занати

Музика, плес, одевање и занатска производња представљају видљиве и лако препознатљиве облике културног изражавања. Ипак, њихова вредност не произлази само из звука, покрета, боја и декоративности. Они преносе знања о историји заједнице, друштвеним улогама, веровањима, породичним и локалним везама, односу према природи и начину коришћења доступних материјала. Зато их у туризму не треба представљати само као забавни програм или сувенир, већ као део живог културног система (UNESCO, 2003; Smith, 2006). Традиционална музика и плес најчешће су повезани са празницима, свадбама, верским свечаностима, радним обичајима и различитим облицима јавног окупљања. Њиховим извођењем учесници потврђују припадност групи, обнављају колективно памћење и преносе знање млађим генерацијама. Значај плеса зато није само у кореографији, већ и у томе ко плеше, у којој прилици, уз какву музику, у каквом простору и пред којом публиком (UNESCO, 2003; Kaeppler, 2000).

Танго је настао крајем 19. века у урбаним срединама Буенос Ајреса и Монтевидеа, у условима снажних миграција и сусрета различитих европских, афричких и локалних културних утицаја.

Постепено је развио препознатљив музички, плесни и поетски израз, а данас је важан елемент идентитета Аргентине и Уругваја. Туристички програми обухватају сценске представе, часове плеса, посете дворанама и вечерима плеса — *милонгама*. Док су велике представе прилагођене посетиоцима, милонге задржавају функцију места друштвеног сусрета локалних плесача, па захтевају поштовање правила понашања и начина позивања на плес (UNESCO, 2009b; Savigliano, 1995).

Фламенко у Андалузији обједињује певање, свирање, ритмичко пљескање и плес, а његовом развоју посебно је допринела ромска заједница у јужној Шпанији. Савремени фламенко изводи се у породичним и локалним приликама, специјализованим клубовима, на фестивалима и великим туристичким сценама. Сценска популарност допринела је његовој светској препознатљивости, али је истовремено створила поједностављену слику према којој се целокупна култура Шпаније своди на фламенко, кориду и неколико визуелних симбола. Зато је важно објаснити његово регионално порекло, друштвени контекст и разноврсност стилова (UNESCO, 2010a; Washabaugh, 1996).

Коло у Србији изводи се у повезаном кругу или ланцу, уз међусобно усклађивање покрета учесника. Оно је присутно на свадбама, породичним и јавним прославама, фестивалима и фолклорним наступима. За разлику од сценске кореографије, у којој су покрети унапред увежбани, коло у друштвеном контексту омогућава учешће људи различитог узраста и плесног искуства. Управо та приступачност и заједничко кретање чине га важним обликом друштвеног повезивања (UNESCO, 2017a).



Слика 69. Коло и народна ношња као облици живог културног наслеђа у Србији

Извор: BrankaVV, 2013; Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

У Индонезији ансамбл гамелан обухвата гонгове, металофоне, бубњеве и друге инструменте чији се звук заснива на међусобном уклапању различитих музичких деоница. Гамелан прати плес, позориште сенки, обреде и свечаности, а начин свирања учи се кроз заједничку праксу. У туристичким средиштима, нарочито на Балију и Јави, наступи гамелана постали су значајан део културне понуде. Међутим, кратки програми за

туристе не приказују увек целокупну музичку структуру и обредни контекст у коме се музика традиционално изводи (UNESCO, 2021a).

Туристичко прилагођавање музике и плеса може подразумевати скраћивање наступа, повећавање динамике, употребу упадљивијих костима или спајање елемената који у изворном контексту не припадају истој целини. То не мора нужно да угрози наслеђе ако локални извођачи контролишу програм и ако се туристима објасни разлика између сценске обраде и традиционалне прилике. Проблем настаје када се једна стандардизована кореографија представља као непроменљив и једини „изворни“ облик културе читавог народа (Cohen, 1988; Richards, 2018).

Традиционална одећа такође не представља непроменљиву униформу одређене нације. Начин одевања разликује се према региону, полу, узрасту, занимању, друштвеном положају, верској припадности и прилици у којој се одећа носи. Ношња која се данас приказује на фестивалу често представља реконструисану свечану одећу из одређеног историјског периода, а не одећу коју су сви становници свакодневно носили. Зато није прецизно говорити о једној српској, мексичкој, индијској или јапанској ношњи без навођења региона, заједнице, времена и функције одеће (Eicher, 1995).

Индонежански *батик* показује како текстил може истовремено бити свакодневни предмет, уметнички производ и носилац симболичких значења. Тканина се украшава наношењем воска и вишеструким бојењем, а избор шара и боја може бити повезан са регионом, друштвеним положајем и животним приликама. Туристичка потражња подстакла је развој радионица и продаје батика, али је довела и до масовне производње јефтиних штампаних имитација које потискују ручни рад. Посета радионици, разговор са занатлијама и приказ процеса израде омогућавају посетиоцу да разуме зашто ручно израђена тканина има већу културну и економску вредност (UNESCO, 2009a). Сличан значај има текстилна уметност острва Такиле на језеру Титикака у Перуу. Плетење и ткање повезани су са породичним и друштвеним улогама, а поједини делови одеће преносе информације о узрасту, брачном статусу и положају у заједници. Развој туризма омогућио је продају текстила и стварање прихода, али је истовремено повећао опасност да посредници преузму највећи део добити или да се производња прилагоди количини на рачун квалитета. Локалне задруге и заједничко одређивање цена могу допринети правичнијој расподели користи (UNESCO, 2008b; Mitchell & Reid, 2001).

Традиционални занат није само готов предмет, већ целокупан процес који обухвата избор и припрему материјала, употребу алата, познавање локалних природних услова, технику израде и преношење знања. Када туриста купи посуду, тканину или дрвени предмет без информације о начину производње, његова пажња остаје усмерена на изглед и цену. Посета радионици и демонстрација заната омогућавају разумевање времена, знања и вештине уложених у производ, али демонстрација не би требало да омета рад или да занатлију сведе на део сценографије (UNESCO, 2003; Timothy, 2011). Пример представља

грнчарија из Злакусе у Србији, која се израђује ручно, на спором витлу, од локалне мешавине глине и калцита. Посуђе се обликује специфичном техником и пече на отвореној ватри, а знање се преноси унутар породица и локалне заједнице. Радионице, сајмови и манифестације могу допринети продаји производа и интересовању млађих за занат. Истовремено, туристичка потражња може подстаћи производњу декоративних предмета који немају традиционалну употребу, па је важно јасно разликовати традиционални производ, савремену занатску интерпретацију и индустријску имитацију (UNESCO, 2020).

Сувенири могу допринети очувању заната само ако је њихово порекло јасно и ако значајан део прихода остаје произвођачу. Предмет који је индустријски произведен у другој земљи, а продаје се као „аутентичан локални производ“, не доприноси очувању знања нити економској одрживости заједнице. Корисне мере обухватају ознаке географског порекла, сертификате ручне израде, јавне регистре занатлија, продају у радионицама и објашњење материјала и технике на декларацији производа (UNESCO, 2003; ICOMOS, 2022).

Музика, плес, ношња и занати најуспешније се укључују у туризам када посетиоци не остају само пасивна публика. Радионице плеса, ткања, грнчарства или свирања могу створити непосредније искуство, али учешће туриста мора бити прилагођено природи културне праксе. Није сваки плес отворен за учешће, нити је сваки предмет дозвољено израђивати изван обредног контекста. Границу између учења, забаве и непримереног присвајања треба да одређују носиоци наслеђа (UNESCO, 2003; Smith, 2006; ICOMOS, 2022).

4.3.3 Гастрономска баштина, гостопримство и интеркултурна комуникација

Храна је истовремено основна људска потреба, културни израз и средство друштвеног повезивања. Гастрономску баштину зато не чине само рецепти, већ и начини производње, чувања и дељења хране, знање о локалним намирницама, породични оброци, празничне трпезе и правила гостопримства (Bessière, 1998; UNESCO, 2003). За туристу оброк може бити један од најнепосреднијих сусрета са дестинацијом. Укус и мирис повезују се са простором, људима и ситуацијом у којој је храна пробана, па се сећање на путовање често везује за пијацу, породичну трпезу, малу пекару или разговор са произвођачем. Туризам хране обухвата управо таква искуства: посете ресторанима и пијацама, винаријама, пиварама и фармама, учешће у берби, кулинарске радионице, фестивале и упознавање локалних начина производње. Храна не мора бити главни мотив путовања да би постала важан део доживљаја места (Long, 2004; Ellis et al., 2018).

Традиционална мексичка кухиња добар је пример гастрономског система који се не може свести на неколико светски познатих јела. Њену основу чине кукуруз, пасуљ и различите врсте паприке, али она обухвата и традиционалне начине гајења, прераду кукуруза, употребу

каменог прибора, локалне пијаце и празничне оброке. Поред тога, кухиње Оахаке, Јукатана, Пуебле и Веракруза међусобно се знатно разликују. Када туристичка понуда читаву земљу представи искључиво посредством такоса и љутих сосова, регионална разноврсност замењује се лако препознатљивом, али сиромашном сликом националне кухиње (UNESCO, 2010b; Pilcher, 2012). Слично важи за медитеранску исхрану. Она није јединствен јеловник, већ скуп сродних знања и пракси повезаних са маслинама, житарицама, виновом лозом, поврћем, ароматичним биљкама, рибом, сезонском исхраном и заједничким обедовањем. Грчка острва, јадранска обала, Андалузија, јужна Италија и мароканско приморје припадају ширем медитеранском културном простору, али поседују различите намирнице, рецепте и обичаје (UNESCO, 2013ca).

У источној Азији гастрономско наслеђе нарочито показује колико је храна повезана са годишњим добима и заједничким радом. Јапански *вашоку* наглашава сезонске намирнице, равнотежу укуса, изглед оброка и поштовање природе, а посебно долази до изражаја током новогодишњих празника. Корејски *кимџанг*, насупрот томе, заснива се на заједничкој припреми већих количина кимчија пред зиму. Породице и суседи деле посао, рецепте и готову храну. У оба случаја туриста може учествовати у радионици припремања хране, али кратак програм не може у потпуности пренети породичне односе, сезонски ритам и године практичног знања на којима се традиција заснива (UNESCO, 2013b, 2013d). Пијаца је посебно важан гастрономски простор јер на једном месту повезује произвођаче, продавце, становнике, угоститеље и посетиоце. Она није само место продаје, већ и простор разговора, размене информација и свакодневног ритма насеља (Слика 70).



Слика 70. Локална продаја пољопривредних производа у Египту

Извор: Myousry6666, 2019/ Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

Туристичка популарност пијаце може, међутим, постепено променити њену основну функцију. Када закуп постане прескуп за мале продавце, тезге са поврћем, месом и житарицама замењују продавнице сувенира, готове хране и производа намењених посетиоцима. Пијаца задржава живописан изглед, али све мање служи становницима. Сличан процес може се уочити и у историјским градским четвртима, где ресторани са

локалним називима користе индустријске или увозне намирнице зато што су јефтиније и доступне током целе године. Гастрономска понуда тада задржава форму локалности, али губи везу са локалном производњом (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2009). Та веза је важна и са економског становишта. Ако хотел, ресторан или организатор фестивала купује намирнице од локалних газдинстава, ангажује локалне куваре и продаје производе под јасно наведеним пореклом, већи део туристичке потрошње остаје у дестинацији. Када су добављачи и посредници спољни, локалној заједници често остају само сезонски и слабије плаћени послови (Sims, 2009).

Гостопримство се често описује као особина одређеног народа, али такве генерализације лако прерастају у стереотипе. Потребно је разликовати приватно гостопримство, засновано на друштвеном односу и узајамности, од професионалне услуге у хотелу или ресторану. У комерцијалном гостопримству љубазност је део рада запослених, а не доказ њихове наводне националне особине (Lashley, 2000). Сусрет различитих култура за трпезом може бити пријатан, али и осетљив. Верска правила утичу на избор меса, начин припреме, употребу алкохола, раздвајање намирница и периоде поста. Поред халал и кошер исхране, угоститељ мора узети у обзир хиндуистичке, будистичке и хришћанске праксе, вегетаријанство, веганство, алергије и медицински условљене режиме исхране. Не треба претпостављати шта гост једе на основу имена, изгледа или држављанства. Много је професионалније јасно навести састојке и алергене и омогућити госту да сам саопшти своје потребе (Reisinger & Turner, 2003). Највредније гастрономско искуство зато није нужно најскупљи оброк. Оно може настати у разговору са продавцем на пијаци, током припреме породичног јела или посетом малом произвођачу који објашњава порекло намирница. Управо та веза између хране, људи и места претвара оброк у културно искуство (Long, 2004; Sims, 2009).

4.3.4 Валоризација, заштита и користи за локалну заједницу

Етносоцијални садржај не постаје туристички производ самим тим што постоји. Валоризација обухвата процену културног значаја, осетљивости, могућности приступа, интересовања посетилаца и користи за заједницу. Први корак није маркетинг већ договор са носиоцима културе о томе шта желе да представе, у ком обиму, под којим условима и ко ће одлучивати о будућим променама програма (Cole, 2006; UNESCO, 2024; ICOMOS, 2022). Практични модели могу обухватити радионицу коју води мајстор, задругу која заједнички продаје производе, локалне водиче и програм у коме посетилац упознаје цео процес рада. Злакушка грнчарија показује везу сировине, вештине, породичног преноса и фестивалске презентације у Србији, док фотографија грнчара из Бангладеша на Слици 70 подсећа да је вредност заната пре свега у знању, времену и раду човека, а не само у готовом предмету (UNESCO, 2020; Timothy, 2011).

Користи нису правично распоређене ако приход од улазница, сувенира и туристичких програма одлази спољним посредницима, док локални извођачи добијају само повремени хонорар. Учешће становника треба да обухвати власништво, одлучивање и контролу, а не само извођење унапред припремљеног програма. Корисни показатељи су удео прихода који остаје у заједници, број стабилних радних места, укљученост жена и младих и задовољство становника развојем туризма (Scheyvens, 1999; Tosun, 2000; Cole, 2006). Добро управљан културни туризам може ојачати локални понос, међугенерацијски пренос знања и економску одрживост заната и манифестација. Лоше управљан туризам производи стереотипне сценске слике, комерцијализује свете садржаје и повећава зависност од посредника. Успех се зато не мери само бројем посетилаца већ и очуваношћу културних значења, квалитетом рада, добробити становника и њиховом стварном моћи да управљају наслеђем (Timothy, 2011; Richards, 2018; UNESCO, 2024).



Слика 71. Традиционална израда керамике у Бангладешу — вештина, рад и локална материјална култура

Извор: Mohammad Shajahan Bangladesh, 2025; Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

5 РЕЛИГИЈА И ТУРИЗАМ

Мало је друштвених феномена који су тако дубоко и дуготрајно утицали на просторну организацију људских заједница као религија. Веровања и верске праксе учествовали су у обликовању насеља, културних предела, територијалних идентитета и места којима се приписује посебно значење. Катедрале, џамије, манастири, синагоге, пагоде, храмови и друга светилишта представљају материјалне изразе религије у простору, док ходочашћа, празници, процесије и обреди показују да сакрални простор није само наслеђени физички објекат, већ место живе верске праксе и окупљања заједнице. Религија утиче и на временску организацију друштва кроз празнике, постове и периодична окупљања, као и на просторна кретања и понашање верника (Park, 2004).

Географија религије проучава религију са становишта простора, места и кретања између места. Њен предмет обухвата просторни распоред религија и његове промене, ширење религијских идеја и заједница, утицај религије на друштво, културу и животну средину, као и настанак и значење светих места. Посебна пажња посвећује се кретању људи ка светим местима, односно ходочашћима, и последицама које таква кретања имају за локалне заједнице, привреду и простор (Park, 2004). Веза географије религије и туризма произлази из чињенице да света места истовремено представљају средишта верске праксе и одредишта различитих облика посете. Географски приступ омогућава проучавање положаја и просторног распореда светилишта, праваца ходочасничких кретања, утицаја посета на локалну привреду и животну средину, као и односа између верника, туриста и заједнице која управља светим местом (Park, 2004; Timothy & Olsen, 2006).

Ходочашће представља један од најстаријих облика добровољне просторне мобилности. Религијски туризам у ужем смислу обухвата путовања која су искључиво или снажно мотивисана верским разлозима, а могу бити усмерена ка локалном светилишту, верској свечаности, националном ходочасничком средишту или месту од глобалног значаја. Кратки облици обухватају једнодневне посете оближњим светилиштима и верским скуповима, док дужа путовања подразумевају боравак од више дана или недеља у националним и међународним ходочасничким средиштима. Она се разликују и према броју учесника, начину организовања, превозу, сезоналности и друштвеној структури посетилаца (Rinschede, 1992).

Однос религије и туризма је двосмеран. Религија ствара мотиве, места и календар верски условљених путовања, док туризам укључује сакралну архитектуру, уметност, музику, празнике и историју верских заједница у ширу понуду културног наслеђа. Због тога се у истом простору могу срести верници који долазе ради молитве, ходочасници који испуњавају завет, туристи заинтересовани за архитектуру и

историју, као и посетиоци који траже лично, образовно или духовно искуство. Савремено проучавање религијског туризма обухвата и религијски мотивисана путовања и туристичко коришћење сакралног наслеђа (Timothy & Olsen, 2006). Граница између ходочасника и туристе није оштра и непроменљива. Иста особа може истовремено имати верске, културне и личне мотиве, а њихов значај може се мењати током путовања. Посета светом месту може започети као туристичка радозналост, а добити лично или духовно значење; ходочасник, са друге стране, користи превоз, смештај, угоститељске и друге услуге туристичког система. Зато се однос ходочашћа и туризма најбоље разуме као континуум између претежно верских и претежно туристичких мотива, а не као строга подела на две потпуно одвојене категорије путника (Collins-Kreiner, 2010).

Поглавље је организовано у пет целина. Најпре се религија разматра као друштвени феномен, са нагласком на њене функције, типологију и просторност (5.1). Затим се анализирају појам, развој, облици и мотивација религијског туризма, са ходочашћем као његовим историјским језгром (5.2). Следи преглед великих религија света, њихових светих простора и најзначајнијих токова верских путовања (5.3). Сакрални објекти као туристички ресурси и проблеми њиховог вредновања и управљања обрађују се у четвртој целини (5.4), док је завршни део посвећен секуларизацији, духовном туризму, верским мега-догађајима, осетљивом наслеђу и одрживости светих места (5.5).

5.1 Религија као друштвени феномен

Кључни појмови

религија · свето и профано · веровање · обред · религиозност · духовност · друштвене функције религије · монотеизам · политеизам · нетеистичке традиције · универзалне религије · етничке религије · верске заједнице

Религија је историјски и друштвено обликован систем веровања, симбола, обреда, моралних норми и институција посредством којих појединци и заједнице успостављају однос према светом и обликују представе о поретку света и смислу људског постојања. Она се не може свести само на веровање у бога или натприродна бића, јер у појединим религијским традицијама средишње место имају космички поредак, духовно усавршавање, етичко учење или обредна пракса. За разумевање религије подједнако су важни веровање, обред, заједница и начин живота (Durkheim, 1995; Geertz, 1993).

5.1.1 Појам и друштвене функције религије

Религија је један од најстаријих облика друштвеног и културног живота, али у науци не постоји једна општеприхваћена дефиниција која би обухватила све њене историјске и савремене облике. Дефиниције које религију одређују искључиво као веровање у натприродно погодне су за описивање многих традиција, али недовољно обухватају оне у којима су важнији космички поредак, пут духовног усавршавања, обредна пракса или етичко учење. Зато се **религија у друштвеним наукама** *најчешће посматра као сложена целина у којој су повезани систем значења, однос према светом, обреди, моралне норме и заједница која их прихвата и преноси*. Клифор Герц религију тумачи као културни систем

симбола који људима омогућава да свет доживе као смислен и уређен, док Емил Диркем наглашава њену друштвену димензију: заједничка веровања и обреди окупљају људе у моралну заједницу и учвршћују њихову припадност групи (Durkheim, 1995; Geertz, 1993; Park, 2004). Средишње место у Диркемовом одређењу религије има разликовање светог и профаног. Свето обухвата појаве које заједница издваја из свакодневног живота и којима приписује посебно значење, поштовање или забране. Свети могу бити простор, предмет, текст, личност, догађај, временски период или природна појава. Профано се односи на уобичајени простор свакодневног живота и активности које немају посебан сакрални статус. Граница између светог и профаног није свуда иста нити је непроменљива: она се успоставља и одржава веровањима, обредима и правилима одређене заједнице. Зато исти објекат или место за једног посетиоца може бити културноисторијска знаменитост, а за верника простор молитве, завета и сусрета са светим (Durkheim, 1995, стр. 36–47; Park, 2004).

Обред или ритуал представља устаљен и симболички облик понашања којим се веровања претварају у друштвену праксу. Молитве, богослужења, постови, празничне процесије, обреди прелаза и ходочашћа истовремено изражавају однос према светом и потврђују припадност заједници. Понављањем у одређено време и на одређеном месту обреди уређују религијски календар, ритам свакодневног живота и употребу простора. Они преносе религијска знања и вредности између генерација, али се временом могу мењати и прилагођавати различитим друштвеним околностима (Durkheim, 1995; Geertz, 1993).

Потребно је разликовати *религију*, *религиозност и духовност*. Религија означава шири систем веровања, пракси и институција, док се религиозност односи на начин и степен у којем појединац или група прихватају веровања, учествују у обредима и доживљавају припадност религијској заједници. Духовност се најчешће повезује са трагањем за светим, смислом и унутрашњим преображајем, које може постојати унутар организоване религије, али и изван ње. Ипак, религиозност и духовност не треба представљати као потпуне супротности: у животу многих људи оне се преклапају и међусобно допуњују (Hill et al., 2000).

Једна од основних друштвених функција религије јесте стварање и одржавање заједништва. Заједничка веровања, обреди и празници повезују појединце, обнављају колективно памћење и учвршћују осећање припадности. Религијске заједнице могу бити важни носиоци породичног, локалног, етничког и националног идентитета, нарочито у условима миграције, политичких промена и додира различитих култура. Истовремено, религијски идентитет може успостављати симболичке границе према другим групама. Друштвено деловање религије зато зависи од конкретног историјског и политичког контекста у којем верске заједнице постоје (Durkheim, 1995; Park, 2004; Vencatsamy, 2024).

Религија има и сазнајну и вредносну функцију. Религијски наративи нуде објашњења порекла света и човека, односа живота и смрти, постојања патње и места појединца у ширем поретку. На основу

тих представа обликују се моралне норме, представе о пожељном понашању и одговорности према другим људима, заједници и природи. Религијска учења могу утицати на породични живот, начин исхране, одевање, однос према раду, употребу слободног времена и прихватљиве облике забаве. Међутим, конкретни обрасци понашања не произлазе механички из религијског учења: они се разликују међу друштвима, огранцима исте религије, локалним заједницама и појединцима (Geertz, 1993). На индивидуалном нивоу религија може помоћи човеку да протумачи тешка искуства, очува осећање смисла и пронађе подршку у заједници. Религијско суочавање са болешћу, губитком, несигурношћу и другим животним кризама може укључивати молитву, обред, разговор са верским ауторитетом и ослањање на заједницу. Ипак, његови исходи нису увек и аутоматски позитивни, већ зависе од начина на који појединац разуме религијску поруку, расположивих облика подршке и односа унутар заједнице. Зато је прецизније говорити о различитим облицима религијског суочавања са животним тешкоћама него религији у целини приписивати једноставну терапеутску функцију (Xu, 2016).

Културна функција религије видљива је у језику, књижевности, музици, ликовној уметности, архитектури, календару празника, обичајима и начинима обликовања предела. Храмови, манастири, гробља, светилишта и меморијална места представљају материјалне изразе религијског живота, док празници, процесије, музика, усмена предања и обреди чине његово нематеријално наслеђе. Религија утиче и на временску организацију живота: одређује дане одмора, периоде поста, празничне циклусе и време великих окупљања. Због тога туриста у дестинацији не сусреће религију само у сакралним грађевинама него и у свакодневном животу, односу према храни, одевању, јавном простору и прихватљивом понашању. Разумевање тих правила део је културне компетенције посетилаца и предуслов поштовања локалне заједнице (Park, 2004).

5.1.2 Типологија религија и верских заједница

Религије се могу класификовати према различитим критеријумима, али ниједна класификација не може у потпуности приказати њихову унутрашњу разноврсност. Религијске традиције мењају се током времена, деле се на огранке и школе, ступају у додир са другим традицијама и добијају различите облике у различитим срединама. Називи великих религија зато не означавају потпуно једнообразне системе, већ широке и историјски променљиве заједнице веровања и пракси. Типологије треба користити као средство за лакше поређење, а не као непроменљиве границе између религија или хијерархију њихове вредности (Vencatsamy, 2024).

Према начину разумевања божанског, религијске традиције могу се описивати као *монотеистичке, политеистичке и нетеистичке*. Монотеизам подразумева веровање у једног бога, док политеизам подразумева постојање више божанстава са различитим својствима и

улогама. У нетеистичким традицијама учење и пракса нису усредсређени на веру у бога творца, већ на духовно ослобођење, етичко усавршавање, космички поредак или превазилажење патње. Ове категорије нису увек довољне за описивање сложених традиција у којима се могу преплитати представе о бројним божанствима, једном врховном начелу, светости природе и различитим путевима духовног развоја. Због тога религију не треба класификовати само према броју божанстава, већ узети у обзир и њене обредне, етичке, искуствене, друштвене и материјалне димензије (Conerly et al., 2021; Vencatsamy, 2024).

Према односу према етничким и културним границама, у географској литератури разликују се *универзалне и етничке религије*. Универзалне или универзализујуће религије упућују своје учење људима различитог порекла и могу се ширити мисионарством, преобраћењем и миграцијама. Етничке или традиционалне религије снажније су повезане са одређеним народом, културом, језиком, начином живота или територијом. Међутим, ни ова подела није апсолутна. Религија која је историјски повезана са одређеним простором може миграцијама створити бројне заједнице изван матичног подручја, док универзална религија у различитим регионима може попримити специфичне локалне облике. Просторно ширење зато не доводи нужно до културне једнообразности (Park, 2004).

За потребе прегледа великих религија света могуће је применити и **историјско-културни приступ**, којим се традиције групишу према простору настанка, сродним текстовима, појмовима и дуготрајним међусобним утицајима. Савремена проучавања религије посебно упозоравају на опасност да се велике религије представе као затворене, непроменљиве и међусобно потпуно одвојене целине. Поред унутрашњих разлика, потребно је уочити додире, међусобне утицаје и локалне облике религијске праксе (Vencatsamy, 2024). Религију је потребно разликовати и од конкретне верске организације. Религија обухвата шири систем веровања, вредности и пракси, док је верска организација институционални облик у којем се уређују припадност, ауторитет, обреди, образовање и управљање материјалним добрима. Верске заједнице могу бити локалне или транснационалне, чврсто хијерархијски организоване или децентрализоване, са професионалним свештенством или без њега. Разлике у организацији утичу на начин управљања храмовима, светилиштима и другим просторима које, поред верника, посећују и туристи. Категорије настале проучавањем једне религијске и културне средине не треба механички примењивати на све верске заједнице (Conerly et al., 2021; Vencatsamy, 2024).

Религије су истовремено и просторне појаве. Оне настају у одређеним историјским и географским срединама, шире се миграцијама, мисионарством, трговином и политичким променама и остављају видљиве трагове у културном пејзажу. Географски приступ религији посебно разматра просторни распоред и ширење религијских традиција, као и света места и кретања која су према њима усмерена.

Религијски објекти могу доминирати изгледом насеља, обреди могу привремено мењати начин коришћења улица и јавних простора, а верски календар може усмеравати периодична кретања великог броја људи. Овде је довољно уочити ту просторну димензију; распрострањеност великих религија и њихови свети простори предмет су наредног дела (Park, 2004).

5.2 Велике религије света и друштвено-географско наслеђе

Кључни појмови

велике религије света; религијска разноврсност; просторни распоред религија; аврамске религије; јудаизам; хришћанство; ислам; хиндуизам; будизам; џаинизам; сикхизам; религије источне Азије; аутохтоне религије; народне религијске традиције; свети простор; сакрални центри; религијски пејзаж; просторна дифузија религија; верске мањине; верска припадност

Велике религијске традиције обликовале су препознатљиве просторне обрасце, културне пределе и мреже светих места, али њихова распрострањеност не одговара једноставним и непроменљивим регионалним границама. Историјско ширење религија, миграције, настанак дијаспора и сусрети са локалним веровањима створили су просторе у којима се различите традиције раздвајају, прожимају или заједнички користе иста места. Зато разумевање просторне димензије великих религија света захтева повезивање бројности и распореда верских заједница са њиховим историјским развојем, унутрашњом разноврсношћу и начинима на које одређени храмови, градови и природни локалитети стичу значење светог простора (Park, 2004; Kilde, 2022).

5.2.1 Религијска разноврсност и просторни распоред

Религијска карта света не представља скуп јасно разграничених и непроменљивих области. Њено савремено обележје резултат је вишевековног ширења религијских учења, кретања становништва, трговачких и културних веза, мисионарског деловања, освајања, колонизације и формирања дијаспора. Географија религија зато не проучава само места у којима су поједине религије данас најзаступљеније, већ и процесе њихове просторне дифузије, прилагођавања локалним културама и стварања светих места и религијских предела. Просторни распоред религија треба посматрати као динамичан историјски образац, а не као природно или трајно својство неког подручја (Park, 2004).

Појам велике или светске религије уобичајено се користи за традиције које имају велики број припадника, дуго историјско трајање, развијене институције и утицај који превазилази простор њиховог настанка. Међутим, оваква подела није потпуно неутрална. Класични прикази светских религија најчешће су у средиште постављали хришћанство, ислам, јудаизам, хиндуизам и будизам, док су аутохтоне, народне и мање институционализоване традиције сврставане у неодређену категорију осталих религија. Тиме су религије са писаним светим текстовима, формализованим учењем и јасно организованим верским заједницама добијале већу пажњу од традиција у којима се веровања преносе усмено и остварују кроз обреде, сродничке односе и

везу заједнице са одређеним простором. Због тога савремене религијске студије наглашавају да израз светске религије не означава вредносни поредак и да бројност није једино мерило културног и просторног значаја религијске традиције (Vencatsamy, 2024).

Јудаизам, хришћанство и ислам најчешће се означавају као **аврамске религије**. Настале су у различитим раздобљима на простору југозападне Азије и повезују их монотеистичка оријентација, значај пророчког предања и позивање на Аврама као важну личност верске историје. Између њих постоје бројне историјске и текстуалне везе, али и суштинске разлике у разумевању Бога, откривења, светих списа, верског закона и заједнице верника. Појам аврамске религије зато је користан за упоредно проучавање, али не подразумева њихову теолошку истоветност нити потире разноврсност која постоји унутар сваке од њих. Хришћанство је током историје развило католичке, православне, протестантске и бројне друге традиције, ислам сунитске, шиитске и друге правце, док јудаизам обухвата више верских, културних и секуларних облика јеврејског идентитета (Silverstein et al., 2015).

На индијском потконтиненту настали су **хиндуизам, будизам, џаинизам и сикхизам**. Њихово заједничко географско порекло и дуготрајни међусобни контакти не значе да су у питању огранци једне религије. Хиндуизам обухвата велики број филозофских, обредних и поклоничких традиција без јединственог оснивача и једне централне верске институције. **Будизам** је настао у северном делу индијског потконтинента, али се проширио у средњу, источну и југоисточну Азију, где су се развили различити облици тераваде, махајане и ваџрајане. Џаинизам је задржао највећу концентрацију припадника у Индији, док је сикхизам историјски најтешње повезан са Пенџабом, мада су миграције довеле до стварања бројних сикхских заједница у другим деловима света. Њихова учења, обреди, свети текстови и заједнице разликују се, иако су се развијали у заједничком културно-историјском окружењу и међусобно утицали једни на друге (Flood, 1996; Dundas, 2002; Harvey, 2013; Nesbitt, 2016).

Религијски живот **источне Азије** посебно показује ограничења строгог разврставања становништва према једној верској припадности. **Конфучијанство, даоизам, будизам и различите народне традиције** вековима су се преплитали у Кини и другим деловима региона. Појединац је могао да прихвата конфучијанска етичка начела, учествује у обредима поштовања предака, посећује будистички храм и примењује праксе повезане са даоистичком традицијом, а да такво понашање не сматра противречним. У Јапану се **шинтоистичке** и будистичке праксе такође често допуњују у различитим фазама живота. Због тога се религијска структура источне Азије тешко може у потпуности представити статистичким категоријама заснованим на искључивој припадности једној религији (Poceski, 2009; Yao, 2000).

Аутохтоне и народне религијске традиције обухватају велики број међусобно различитих веровања и пракси развијених у **локалним заједницама Африке, Америке, Аустралије, Океаније и Азије**. Код

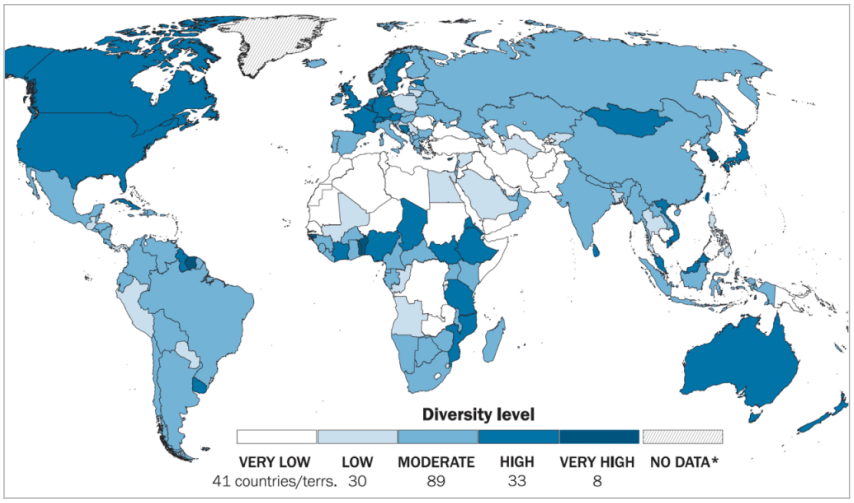
многих од њих религијски идентитет неодвојив је од земље, предака и припадности заједници. Светост се не везује искључиво за изграђене храмове, већ и за планине, реке, језера, шуме, стене и друга места која се доживљавају као делови поретка у коме су људи повезани са прецима и другим живим и неживим бићима. Не постоји једна аутохтона религија нити јединствено учење које би обухватило све такве традиције. Њихово заједничко сврставање служи статистичком прегледу, али може прикрити велике разлике међу народима и локалним заједницама (Hoffmann & Mills, 2020; Vencatsamy, 2024).

Статистичко утврђивање религијске структуре праћено је бројним ограничењима. Пописи и истраживања најчешће бележе верску припадност коју становници сами наводе, али тај податак не показује нужно степен веровања, учесталост учешћа у обредима или значај религије у свакодневном животу. У неким државама питање верске припадности није укључено у попис, док се у другим становништво разврстава према религији породице или заједнице. Широке категорије попут хришћана, муслимана, хиндуиста и будиста омогућавају глобално поређење, али истовремено прикривају унутрашње конфесионалне, културне и регионалне разлике. Категорија становништва без верске припадности такође није потпуно једнообразна: она обухвата атеисте, агностике и особе које се не изјашњавају као припадници религије, иако неке од њих задржавају поједина духовна веровања или повремено учествују у религијским обредима (Hackett et al., 2025; Tong, 2026). Према најновијим свеобухватним проценама, објављеним 2025. године, а које се односе на стање из 2020. године, хришћани су чинили 28,8% светског становништва, а муслимани 25,6%. Хиндуисти су чинили 14,9%, будисти 4,1%, а јеврејско становништво око 0,2%. Припадници осталих религија, међу којима су сикизам, џаинизам, бахаи вера, даоизам, шинтоизам и бројне народне и аутохтоне традиције, заједно су обухватали 2,2% светског становништва. Око 24,2% становника није било сврстано ни у једну религијску групу. Укупно је 75,8% светског становништва исказало припадност некој религији, док су особе без верске припадности чиниле 3. најбројнију категорију, после хришћана и муслимана (Hackett et al., 2025).

Просторни распоред ових група веома је неравномеран. У Азији и Пацифику живи приближно 99% светских хиндуиста, 98% будиста, 59% муслимана и 78% становништва без верске припадности. Највећи део муслиманског становништва, дакле, не живи на Блиском истоку и у северној Африци, већ у јужној и југоисточној Азији, укључујући велике популације Индонезије, Пакистана, Индије и Бангладеша. Блиски исток и северна Африка имају изразиту муслиманску већину, али чине само један део ширег исламског простора. Хришћанство је најшире географски распрострањена велика религија. Око 31% светских хришћана живело је 2020. године у подсахарској Африци, 24% у Латинској Америци и на Карибима, а 22% у Европи. Подсахарска Африка тиме је постала регион са највећим бројем хришћана, што представља значајно померање демографског тежишта хришћанства из

Европе према Глобалном југу. Јеврејско становништво има знатно израженију просторну концентрацију: око 46% живи на Блиском истоку и у северној Африци, пре свега у Израелу, а око 41% у Северној Америци. Хиндуизам је највише концентрисан у Индији и Непалу, док су хиндуистичке заједнице у другим деловима света великим делом повезане са историјским и савременим миграцијама. Будизам је готово у целини заступљен у Азији, али је унутар тог простора распоређен у више регионалних целина са различитим традицијама и облицима религијског живота (Hackett et al., 2025).

Религијска разноврсност не зависи само од броја религија присутних у једној држави, већ и од њихових међусобних удела у становништву (Слика 72). Индекс религијске разноврсности, који је Pew Research Center израчунао за 201 државу и територију, заснива се управо на степену равномерне заступљености 7 великих статистичких категорија. Према тим резултатима, у 194 посматране државе и територије једна религијска категорија обухватала је најмање половину становништва. Само 49 држава имало је најмање 3 категорије од којих је свака чинила 5% или више популације. Међу религијски најразноврснијим друштвима издвајају се Сингапур, Суринам, Мауриципус, Јужна Кореја и неколико држава западне Африке. Индекс, међутим, не приказује разлике између конфесија и праваца унутар великих религија, због чега стварна разноврсност неких друштава може бити знатно већа него што статистички резултат показује (Tong, 2026).



Слика 72. Степен религијске разноврсности по државама и територијама света, 2020. године
Извор: Tong, 2026; Pew Research Center

Савремена религијска карта мења се под утицајем природног кретања становништва, старосне структуре, миграција и промена верске припадности. Између 2010. и 2020. године број припадника већине великих религијских група се повећао, али не истом брзином. Удео муслимана у светском становништву порастао је за 1,8% на, док је удео хришћана опао за исти износ, иако се њихов укупан број повећао. Удео становништва без верске припадности незнатно је повећан. Будисти су били једина велика религијска група чији се укупан број смањио у посматраном раздобљу. На глобалном нивоу ове промене су највише повезане са разликама у старосној структури и фертилитету, као и са напуштањем или променом верске припадности. Миграције не мењају

укупан број припадника религија у свету, али могу знатно изменити религијску структуру појединих држава, градова и туристичких регија (Hackett et al., 2025). Просторни распоред религија стога не треба тумачити као поделу света на хомогене верске блокове. Иза статистички доминантне религије могу постојати бројне конфесије, мањинске заједнице, локалне традиције и становништво без верске припадности. Истовремено, миграције и дијаспорске заједнице повезују удаљене просторе и стварају нова светилишта, верске установе и облике религијског живота изван матичних области. Религијска карта света представља, према томе, сложен и променљив систем просторних концентрација, прожимања и веза, унутар којег су настали свети простори великих религијских традиција.

5.2.2 Јудаизам

Јудаизам је једна од најстаријих религијских традиција које су сачувале историјски континуитет до савременог доба. Његови корени налазе се у религији старог Израела, док је облик који данас препознајемо у великој мери настао развојем рабинске традиције, нарочито после разарања Другог храма у Јерусалиму 70. године. Јудаизам се не може свести само на систем веровања: јеврејски идентитет може истовремено обухватати религијску припадност, заједничко историјско памћење, порекло, културу и осећање припадности јеврејском народу. Због тога се неки Јевреји придржавају верских прописа, други прихватају њихова савремена тумачења, док се део становништва изјашњава као јеврејски по пореклу и култури, али не и по религији (De Lange, 2009; Baskin & Seeskin, 2010).

У средишту јудаизма налази се вера у једног Бога и идеја савеза између Бога и народа Израела. Савез подразумева не само припадност заједници већ и обавезу живота у складу са Божјим заповестима. У јеврејској традицији уобичајено се говори о 613 заповести, *мицвот*, које обухватају богослужење, празнике, исхрану, породичне односе, пословну етику и одговорност према другим људима. Зато се јудаизам често описује као религија у којој су веровање, понашање и свакодневни живот тесно повезани. Не постоји једна централна институција која одређује обавезујуће тумачење за све јеврејске заједнице, па су се током историје развиле различите правне, обредне и културне традиције (De Lange, 2009). Основни свети текст јесте Танах, односно јеврејска Библија, коју чине *Тора*, *Пророци и Списи*. Највећи ауторитет има Тора, чијих се 5 књига традиционално повезује са Мојсијем. *Тора представља истовремено свети текст, основу верског закона и средиште богослужбене праксе*. Њено јавно читање и тумачење један је од главних елемената богослужења у синагоги. Уз писану Тору развијала се усмена и тумачитељска традиција, чији је најзначајнији израз Талмуд — велика збирка рабинских расправа о закону, обредима, етици и питањима свакодневног живота. Проучавање текстова у јудаизму није само интелектуална активност већ и облик религијске праксе (De Lange, 2009; Baskin & Seeskin, 2010).



Слика 73. Читање Торе у синагоги као средиште јеврејског богослужења Извор: Roy Lindman, 2011, Wikimedia Commons, CC BY-SA 3.0.

Јеврејски верски живот одвија се у међусобно повезаним просторима породичног дома и синагоге. Синагога је место молитве, јавног читања Торе, верске наставе и окупљања заједнице. Свитак Торе чува се у посебном ормару или ковчегу, а чита се са уздигнутог места у средишту богослужбеног простора. Иако рабин има важну улогу учитеља, тумача закона и вође заједнице, он није свештеник у значењу које тај појам има у неким другим религијама. Велики део јеврејских обреда обавља се у дому, чиме породица постаје један од носећих простора преношења верског и културног идентитета (De Lange, 2009). Најважнији недељни обредни циклус повезан је са шабатом, даном одмора који траје од заласка сунца у петак до појаве ноћи у суботу. У традиционалним домаћинствима почетак шабата обележава се паљењем свећа, благословом вина и хлеба и заједничким оброком. Шабат подразумева прекид свакодневног рада и усмеравање времена ка молитви, породици, заједници и проучавању Торе. Начин његовог обележавања разликује се међу јеврејским правцима: ортодоксне заједнице детаљно примењују традиционалне прописе о забрањеним активностима, док их реформске и друге либералне заједнице тумаче слободније.

Свакодневни живот религиозних Јевреја уређују и правила кашрута, којима се одређује која је храна дозвољена и како се она припрема. Традиционални прописи, између осталог, забрањују свињско месо и поједине врсте животиња, одређују начин припреме меса и захтевају раздвајање месних и млечних намирница. Степен придржавања ових правила зависи од верског правца, породичне традиције и личног избора. Кошер исхрана има и јасну просторну димензију: у срединама са већим јеврејским заједницама развијају се посебне продавнице, ресторани, кухиње и системи сертификације хране.

Важни обреди прате читав животни циклус. У традиционалним заједницама обрезивање дечака, *брит мила*, обавља се 8. дана после

рођења и означава укључивање у савез. *Бар мицва*, а у многим заједницама и *бат мицва*, означавају преузимање верске одговорности младих и обично се обележавају учешћем у богослужењу и читањем Торе. Јеврејско венчање обавља се под балдахином — *хупом* — који симболизује заједнички дом, док су обреди жалости организовани тако да повежу породицу са широм заједницом. У периоду непосредне жалости, познатом као *шива*, ожалошћени остају у дому, где их посећују чланови заједнице и учествују у молитвама (De Lange, 2009).

Јеврејски календар је лунисоларни и одређује годишњи ритам празника, постова и породичних обреда. Песах се обележава у знак сећања на излазак Израелаца из Египта, а средишњи породични обред представља седер, свечана вечера током које се чита прича о Изласку и користе намирнице са симболичким значењем. Шавуот је повезан са примањем Торе, док се током Сукота подижу привремене колибе које подсећају на боравак Израелаца у пустињи. Рош Хашана означава почетак нове године, а Јом Кипур је дан поста, молитве и преиспитивања, који се сматра најсвечанијим даном јеврејског календара. Ханука обележава поновно посвећење Храма и препознатљива је по паљењу свећа током 8 вечери. Ови празници повезују библијско и историјско памћење са породичним животом и савременим идентитетом заједнице (Baskin & Seeskin, 2010).

Савремени јудаизам обухвата више праваца који се разликују према односу према верском закону, обредима и модерном друштву. Ортодоксни јудаизам инсистира на обавезности традиционалног верског закона, али и унутар њега постоје различите заједнице, од модерне ортодоксије до харедских и хасидских група. Конзервативни, односно масортски јудаизам настоји да очува ауторитет традиције уз могућност њеног историјског прилагођавања. Реформски или прогресивни јудаизам даје већу улогу индивидуалном избору и етичким вредностима, док реконструкционистички правац јудаизам посматра као религијску цивилизацију која се непрекидно развија. Изван институционалних праваца постоје и бројни секуларни облици јеврејског идентитета (Baskin & Seeskin, 2010).

Сакрална архитектура јудаизма највидљивије је представљена синагогама. За разлику од некадашњег Храма у Јерусалиму, који је био јединствено средиште жртвеног култа, синагоге су се развијале у свим областима јеврејске дијаспоре и архитектонски прилагођавале локалним културама. Због тога не постоји један универзални стил јеврејске сакралне архитектуре. Синагоге могу имати елементе античке, исламске, романичке, готичке, барокне, маварске или модерне архитектуре, али их функционално повезују простор за молитву, ковчег са свицима Торе и место са којег се Тора чита. Старе синагоге, јеврејске четврти, гробља и обредни предмети представљају материјалне трагове историје заједница које су често нестале или се преселиле. Јерусалим заузима средишње место у јеврејском религијском памћењу и молитви. Храмовна гора повезана је са местом Првог и Другог храма, док је Западни зид део потпорног зида некадашње храмовне платформе и најзначајније доступно место јеврејске молитве у њеној

непосредној близини. Значај имају и друга места повезана са библијском и рабинском традицијом, међу којима су Хеброн, Тиберијада и Сафед. Ови простори нису само споменици прошлости већ места савремене молитве, учења, окупљања и изражавања религијског и колективног идентитета (De Lange, 2009).

Јеврејске заједнице су током већег дела историје биле просторно организоване у дијаспори. Ашкенаске заједнице обликовале су се првенствено у средњој и источној Европи, а сефардске су повезане са јеврејским наслеђем Пиринејског полуострва и каснијим насељавањем у северној Африци, Османском царству и другим областима Средоземља. Назив Мизрахи користи се за различите јеврејске заједнице са Блиског истока и из северне Африке. Ове групе развиле су различите језике, музику, обичаје и литургијске традиције, али су задржале заједничку оријентацију према Тори, јеврејском календару и Јерусалиму (De Lange, 2009). Према проценама за 2020. годину, у свету је живело приближно 14,8 милиона људи сврстаних у јеврејску религијску популацију, односно око 0,2% светског становништва. Око 46% живело је у Израелу, а приближно 41% у Северној Америци, првенствено у Сједињеним Америчким Државама. Израел и Сједињене Америчке Државе заједно су окупљали око 85% светске јеврејске популације. Мање, али историјски значајне заједнице постоје у Европи, Латинској Америци, Канади, Аустралији и другим деловима света. Ове процене зависе од примењене дефиниције, јер је број људи који се изјашњавају као Јевреји по култури, пореклу или породичној традицији већи од броја оних који јудаизам наводе као своју религију (Hackett et al., 2025).

5.2.3 Хришћанство

Хришћанство је настало у 1. веку у јеврејској средини римске Јудеје, а развило се на темељу живота и учења Исуса из Назарета и вере његових следбеника у његово васкрсење. Назив потиче од грчке речи *Христос*, у значењу помазаник, која одговара јеврејском појму Месије. Из почетних заједница на источном Медитерану хришћанство се ширило путевима Римског царства, најпре у градским средиштима, а затим и изван његових граница. Током историје прилагођавало се различитим језицима и културним срединама, због чега се не може посматрати искључиво као европска или западна религија (MacCulloch, 2009; Woodhead, 2014). Средиште хришћанске вере представља личност Исуса Христа, кога хришћани признају као Сина Божјег и Спаситеља. Већина хришћанских цркава прихвата учење о једном Богу у три лица (Оцу, Сину и Светом Духу), као и веровање да су Христово оваплоћење, распеће и васкрсење темељ спасења човека. Света књига хришћанства је Библија, састављена од Старог и Новог завета. Нови завет обухвата јеванђеља, Дела апостолска, посланице и Откривење, док се број и распоред појединих старозаветних књига разликују међу хришћанским традицијама. Заједнички текстуални темељ не подразумева потпуну једнообразност: различите цркве на различите начине тумаче однос

Светог писма, црквеног предања, верског ауторитета и личне вере (McGrath, 2015; Woodhead, 2014).

У бројним поделама најчешће се разликују римокатоличко, православно и протестантско хришћанство. Таква подела је корисна, али поједностављена, јер поред њих постоје старе оријенталне православне цркве, Асирска црква Истока, англиканске цркве и велики број евангеличких, пентекосталних и независних заједница. Поделе су настајале постепено, услед теолошких спорова, политичких односа, језичких и културних разлика и различитог разумевања црквеног ауторитета. **Раскол између западног и источног хришћанства** *се везује за* ***1054. годину***, док је *протестантска реформација у 16. веку* додатно преобразила религијску карту Европе, а касније и других континената (MacCulloch, 2009; McGrath, 2015).

Хришћанска верска пракса остварује се у храму, породици и свакодневном животу верника. Богослужење најчешће обухвата молитву, читање библијских текстова, проповед, црквено појање и евхаристијски обред, али се њихов редослед и значај разликују међу црквама. Крштење означава приступање хришћанској заједници, док евхаристија, односно причешће или Господња вечера, подсећа на последњу вечеру Исуса Христа са ученицима. Католичка и православне цркве признају седам светих тајни, док већина протестантских цркава посебан статус даје крштењу и причешћу; при томе се и појам, број и теолошко значење сакраменета разликују међу протестантским заједницама. Венчање, рукоположење, исповест, помазање болесника и погребни обреди повезују религијско веровање са кључним тренуцима животног циклуса (Boersma & Levering, 2015).

Хришћански календар организован је око годишњег сећања на догађаје из Христовог живота и историје спасења. **Божић** обележава Христово рођење, Богојављење његово јављање свету, а **Васкрс**, као средишњи хришћански празник, веру у Христово васкрсење. Васкрсу претходи период поста и духовне припреме, док се Педесетница повезује са силаском Светог Духа и настанком ране Цркве. Разлике између календара и начина израчунавања датума празника доводе до тога да поједине хришћанске заједнице Божић и Васкрс не прослављају истог дана. Обичаји попут поста, породичног окупљања, литија, процесија, поклоничких путовања и поштовања светаца и реликвија нарочито су развијени у православним и католичким срединама, док протестантске традиције углавном снажније наглашавају проповед, читање Библије и лично исповедање вере (Woodhead, 2014; McGrath, 2015).

Хришћанско сакрално наслеђе обухвата парохијске цркве, катедрале, базилике, манастире, капеле, гробља, меморијалне комплексе и бројне облике религијске уметности. Распоред олтара, амвона, крстионице, иконостаса, седишта верника и других елемената није само архитектонско питање, већ одражава начин богослужења и разумевање односа између свештенства, верника и светог простора. У православним храмовима нарочит значај имају иконе и иконостас, у католичким црквама олтар, капеле, скулптура и реликвије, док су многи

протестантски храмови простор организовали око проповедаонице и заједничког слушања речи. Ипак, ове разлике не треба претварати у круте обрасце, јер је хришћанска архитектура током историје развијала бројне регионалне и стилске варијанте (Kilde, 2022).



Слика 74. Православна Васкршња литургија

Извор: Светлана Бурдина, 2011, Wikimedia Commons, CC BY-SA 2.0

Најважнији хришћански свети простори повезани су са библијским догађајима, деловањем апостола, мученика и светаца, као и са историјом појединих цркава. Јерусалим има средишње место због места која хришћанско предање повезује са Христовим страдањем, погребењем и васкрсењем, док се Витлејем поштује као место његовог рођења. Рим и Ватикан представљају средиште Римокатоличке цркве, а Цариград, данашњи Истанбул, има изузетан историјски значај за источне хришћанске традиције. Манастири Свете Горе, Метеори, Сантјаго де Компостела, Асизи, Лурд и Фатима само су неки од простора у којима се преплићу религијско сећање, ходочашће, архитектонско наслеђе и савремене посете (MacCulloch, 2009; Kilde, 2022).

Хришћанство је 2020. године имало око 2,3 милијарде припадника, односно 28,8% светске популације. Иако је остало најбројнија религијска група, његов удео у светском становништву смањио се у односу на 2010. годину. Посебно је значајно померање просторног тежишта: подсахарска Африка је 2020. постала регион са највећим бројем хришћана и у њој је живело 30,7% свих хришћана света, у поређењу са 22,3% у Европи. Хришћанство је било већинска религија у 120 држава и територија, али су секуларизација, прелазак у категорију религијски неопредељених, миграције и различите стопе природног

прираштаја знатно изменили његову савремену географију (Hackett et al., 2025).

5.2.4 Ислам

Ислам је монотеистичка религија настала почетком 7. века на Арабијском полуострву. Према исламском предању, **Мухамед** је око 610. године почео да прима Божје објаве, које су касније сабране у Курану. Његово пресељење из Мека у Медину 622. године, познато као хиџра, означило је стварање организоване муслиманске заједнице и почетак исламског рачунања времена. Ислам се током наредних векова ширио трговачким путевима, миграцијама, мисионарским деловањем, политичким освајањима и постепеним прихватањем вере у различитим друштвеним срединама. Зато се његово историјско ширење не може свести само на арапска освајања, нити се ислам може изједначити са арапском културом: већина муслимана данас не живи у арапским земљама (Berkey, 2003; Esposito, 2016).

Основу исламског учења представља вера у једног Бога, Алаха. Реч *Алах* је арапски назив за Бога, а користе је и хришћани који говоре арапски. Муслимани верују да је Мухамед последњи у низу Божјих посланика, међу којима исламска традиција признаје и Аврама, Мојсија и Исуса. Исус се у исламу поштује као пророк и Месија, али не и као Божји син. Вера обухвата и веровање у анђеле, раније објављене књиге, Божје одређење, васкрсење и Судњи дан. Куран се сматра Божјом објавом на арапском језику, док хадиси преносе извештаје о Мухамедовим речима и поступцима. Из хадиса и ширег предања изводи се суна, односно узорни начин живота пророка, који има важну улогу у верској пракси и правном тумачењу (Esposito, 2016; Ruthven, 2012).

Шеријат се често погрешно представља као један непроменљив правни кодекс. У ширем значењу, он означава религијски и морални пут којим верник треба да се управља, док је фикх људско разумевање и правно тумачење тог пута. Исламска правна традиција развила је различите школе и методе тумачења, па се конкретна правила и њихова примена разликују у зависности од историјског периода, правне школе, државног законодавства и локалних обичаја. Зато није оправдано говорити о једном, свуда једнако примењеном исламском праву (Ruthven, 2012; Esposito, 2016).

Верски живот муслимана најчешће се објашњава посредством пет стубова ислама. Први је шехадет — сведочење вере да нема другог бога осим Алаха и да је Мухамед његов посланик. Други је намаз, обавезна молитва која се обавља пет пута дневно, уз окретање према Каби у Меки. Молитви претходи ритуално прање, а може се обављати појединачно или заједнички; нарочит значај има подневна заједничка молитва петком. Трећи стуб је зекат, обавезно издвајање дела имовине за одређене категорије корисника, док четврти представља пост током месеца рамазана. Током поста верници се од зоре до заласка сунца уздржавају од хране и пића, али су за болесне, путнике и друге

оправдане категорије предвиђена изузећа. Пети стуб је хаџ — ходочашће у Меку које пунолетни муслиман треба да обави најмање једном у животу ако му то дозвољавају здравље и материјалне могућности (Esposito, 2016; Ruthven, 2012).

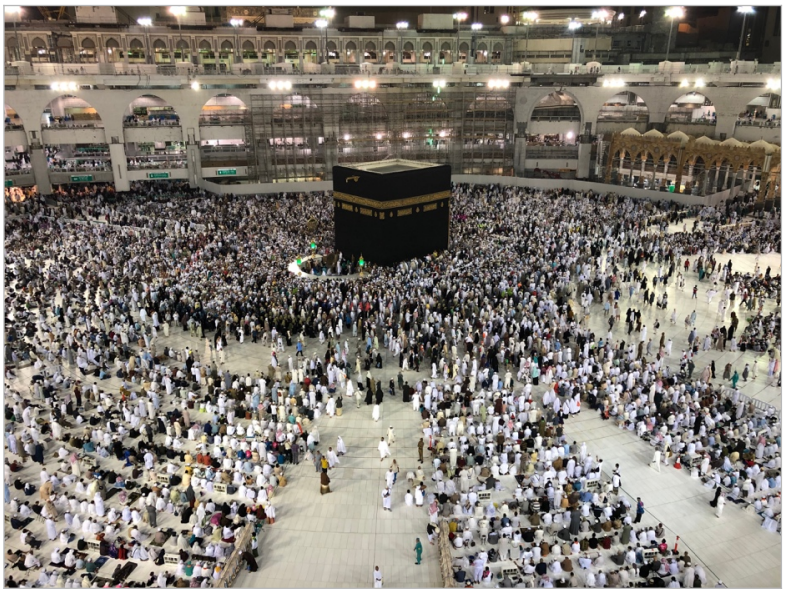
Исламски календар је лунарни, због чега се рамазан и други празници сваке године померају у односу на грегоријански календар. Завршетак рамазанског поста обележава Рамазански бајрам, празник молитве, породичног окупљања, даривања и помоћи потребитима. Курбан-бајрам повезан је са завршним обредима хаџа и сећањем на Аврамову спремност на жртву. Празник укључује молитву, жртвовање животиње и расподелу меса породици, рођацима и сиромашнима. Ашура има различита значења: код шиита је пре свега дан жалости због страдања Хусеина у Кербели, док се у сунитским заједницама може обележавати постом и другим верским праксама. Прослављање Мухамедовог рођења, мевлуда, распрострањено је у многим срединама, али га не прихватају све муслиманске заједнице (Esposito, 2016).

Свакодневне норме обухватају правила исхране, одевања, породичног живота, пословања и односа према заједници. Појам *халал* означава оно што је допуштено, а *харам* оно што је забрањено. Забране свињског меса и алкохола спадају међу најпознатија правила исхране, док се начин њихове примене разликује међу појединцима и друштвима. Скромност у одевању очекује се и од мушкараца и од жена, али конкретни облици одеће нису јединствени: они зависе од верског тумачења, локалне традиције, климе, друштвеног положаја и личног избора. Погрешно је, стога, сваки обичај муслиманског становништва проглашавати непосредно исламским, јер се религијске норме у пракси преплићу са локалним културама (Ruthven, 2012).

Највећу групу у исламу чине **сунити**, док су **шиити** најбројнији у Ирану, Ираку, Азербејџану и Бахреину и имају значајне заједнице у Либану, Јемену, Пакистану, Индији и другим земљама. Почетна подела била је повезана са питањем вођства муслиманске заједнице после Мухамедове смрти. Шиити су посебан духовни ауторитет приписали Алији и његовим потомцима, док се у сунитској традицији развио другачији модел политичког и верског ауторитета. Унутар обе традиције постоје бројне правне, теолошке и регионалне разлике, а ибадити представљају посебну грану ислама, најзаступљенију у Оману. Суфизам није засебна конфесија истог типа, већ скуп мистичких и духовних традиција присутних у различитим сунитским и шиитским заједницама (Berkey, 2003; Ruthven, 2012). **Џамија** је главни простор заједничке молитве и окупљања муслиманске заједнице. Правац према Меки, кибла, у унутрашњости је означен михрабом, док минбер служи за проповед. Простор за ритуално прање налази се у склопу или непосредној близини џамије. Купола, двориште и минарет чести су архитектонски елементи, али нису присутни у свим историјским и регионалним типовима џамија. Исламска сакрална уметност посебно је развила калиграфију, геометријске обрасце и биљне орнаменте. Избегавање фигуралних представа нарочито је изражено у џамијама и

верским рукописима, али фигурална уметност није била потпуно одсутна из историје муслиманских друштава, посебно у дворској и књижној уметности (Blair & Bloom, 1994).

Најсветији простор ислама је Мека, у којој се налазе Велика џамија и Каба. Каба није предмет обожавања, већ заједнички просторни оријентир исламске молитве и средиште обреда хаџа. Медина је значајна као град у који се Мухамед преселио и у којем се налази Посланикова џамија. Јерусалим је треће велико свето средиште, повезано са џамијом Ал Акса и Куполом на стени. За шиитске муслимане посебан значај имају Кербела и Наџаф у Ираку, као и Мешхед у Ирану. Поред ових средишта, исламско наслеђе обухвата бројне историјске џамије, медресе, маузолеје, библиотеке, трговачке комплексе и градске целине, од Кордобе и Феса до Истанбула, Самарканда, Исфахана, Лахора и Делхија (Blair & Bloom, 1994; Esposito, 2016).



Слика 75. Верници окупљени око Кабе у Великој џамији у Меки

Извор: Mo7sen Mohammad, Pexels, Pexels License

Према проценама за 2020. годину, у свету је живело око 2 милијарде муслимана, односно приближно 25,6% светске популације. Ислам је између 2010. и 2020. био најбрже растућа велика религијска група. Око 59% муслимана живело је у Азији и Пацифику, а 18% у подсахарској Африци. Индонезија, Пакистан и Индија заједно су обухватали приближно трећину светске муслиманске популације, при чему Индија није муслиманска већинска земља. Ови подаци показују зашто је географски погрешно ислам посматрати првенствено као религију Блиског истока и Северне Африке (Hackett et al., 2025). Исламски сакрални простори истовремено могу бити активна места молитве, средишта ходочашћа и значајни објекти културног наслеђа. Посете џамијама зато захтевају прилагођавање времену молитве, прикладно одевање, изување обуће и поштовање локалних правила фотографисања и кретања. Правила нису свуда иста и морају се утврђивати за свако место, уместо да се из једног примера изводе закључци о читавом исламском свету.

5.2.5 Хиндуизам

Хиндуизам обухвата велики број религијских, филозофских и обредних традиција које су се током више миленијума развијале на Индијском потконтиненту. Он нема једног оснивача, јединствену вероисповест нити једну установу која одређује обавезујуће учење за све вернике. Због тога га не треба представљати као потпуно јединствен религијски систем, већ као сложену породицу традиција повезаних заједничким текстуалним наслеђем, сродним појмовима, обредима и светим просторима. И сам назив хиндуизам релативно је новији од традиција које означава, док су поједини његови слојеви настали још у ведском периоду (Flood, 1996; Michaels, 2004).

Најстарији слој религијског наслеђа чине **Веде**, збирке химни, обредних формула и теолошких разматрања на санскриту. Касније су настале **Упанишаде**, у којима се разматрају природа стварности, однос појединца и космоса и могућност ослобођења од поновног рађања. Важан положај имају и епови **Махабхарата** и **Рамајана**, као и **Бхагавадгита**, део Махабхарате у којем се разматрају дужност, деловање, знање и преданост божанству. Пуране, локалне легенде, храмовске традиције и усмено наслеђе додатно су обликовали религијски живот различитих области Индије. Хиндуизам се, према томе, не заснива само на текстовима већ и на обредима, породичном наслеђу, локалним култовима и односу заједнице према одређеним божанствима и светим местима (Flood, 1996; Michaels, 2004).

Међу најзначајнијим појмовима налазе се **дарма**, која означава морални и друштвени поредак, дужност и исправан начин живота; **карма**, однос између поступака и њихових последица; **самсара**, непрекидни ток рађања, умирања и поновног рађања; и **мокша**, ослобођење од тог циклуса. Њихово значење није истоветно у свим школама. Пут ка духовном ослобођењу може бити заснован на знању, несебичном деловању, дисциплини или преданости божанству, а ови приступи се у пракси често прожимају (Flood, 1996).

У хиндуистичким традицијама поштује се велики број божанстава, али се она не могу једноставно тумачити као одвојени богови у западном политеистичком значењу. Поједине школе виде их као различите облике или испољавања врховне божанске стварности. Највеће традицијске целине чине **ваишнавизам**, усредсређен на Вишнуа и његове аватаре, нарочито Кришну и Раму; **шиваизам**, у којем средишњи положај има Шива; и **шактизам**, посвећен божанској женској снази која се испољава кроз Деви, Дургу, Кали и друге облике богиње. Ганеша, препознатљив по глави слона, поштован је као уклонитељ препрека и заштитник почетака, знања и путовања. Избор божанства може бити повезан са породичном традицијом, регионом, храмом или личном побожношћу, при чему поштовање једног облика божанства обично не искључује друге (Fuller, 2004; Michaels, 2004). Основни облик свакодневног богослужења јесте **пуџа**, која се може обављати у дому или храму. Она најчешће обухвата паљење светиљки и мириса, приношење цвећа, хране и воде, изговарање молитава и обилажење

светилишта. Посебан значај има **даршан** — сусрет погледом са представом божанства, светом личношћу или сакралним местом. Верник не посматра храмску слику или скулптуру само као уметнички предмет, већ као средиште присуства кроз које се успоставља однос са божанским. После обреда верницима се дели **прасад**, храна која је најпре принета божанству, а затим примљена као благослов (Eck, 1998; Fuller, 2004).

Верски календар обухвата бројне празнике чији се значај и начин прослављања разликују међу регионима и традицијама. **Дивали**, празник светлости, повезује се са победом светлости над тамом и добра над злом, али се његово религијско тумачење разликује у појединим деловима Индије. **Холи** је препознатљив по употреби боја и јавним прославама доласка пролећа, док је **Наваратри** посвећен различитим облицима богиње. Празници као што су Џанмаштами, Рама Навами и Маха Шиваратри усредсређени су на Кришну, Раму и Шиву. Иако су данас многи од ових празника постали туристички препознатљиви догађаји, њихово значење не може се свести на спектакл: они обнављају породичне и друштвене везе, локалне идентитете и односе између верника и божанства (Fuller, 2004).

Хиндуистички друштвени поредак историјски је био повезан са појмовима **варне** и **џатија**. Варна представља идеализовану поделу друштва описану у појединим текстовима, док су џатији бројне локалне, наследне и професионалне групе које су у стварном друштвеном животу имале много сложенију улогу. Изједначавање ова два појма са једноставним и непроменљивим кастинским системом занемарује регионалне разлике, историјске промене и савремене друштвене односе. Дискриминација на основу кастинске припадности забрањена је Уставом Индије, мада наслеђене неједнакости и даље у различитој мери утичу на друштвени положај, склапање бракова и политичку организацију (Michaels, 2004). Једна од најизразитијих просторних одлика хиндуизма јесте густа мрежа светих река, планина, градова, храмова и ходочасничких путева. Свето место означава се појмом **тиртха**, који дословно упућује на прелаз или место преласка између свакодневног и светог простора. Река Ганг има посебно место у религијској географији, а градови Варанаси (или Бенарес), Харидвар и Прајаграџ представљају важна средишта обредног купања и ходочашћа. Значајни су и Ришикеш, Ајодја, Матура, Вриндаван, Пури, Рамешварам и бројна регионална светилишта. Хималаји се не доживљавају само као физичка планинска област већ и као свети предео повезан са божанствима, а река, храм, град и пут до светилишта често заједно образују јединствен сакрални простор (Eck, 2012). Посебно место у хиндуистичкој религијској пракси има **ритуално купање у светим рекама**, пре свега у Гангу. Уласком у свету воду верници симболички изражавају прочишћење, обнову и припадност религијској заједници, а обред је често саставни део ходочашћа и обележавања важних животних догађаја. У Варанасију се купање обавља на гатовима — степенастим обалама које повезују град и реку и представљају места молитве, приношења дарова, кремације и

свакодневног сусрета светог и профаног простора (Eck, 2012; Fuller, 2004).



Слика 76. Ходочасници током ритуалног купања у реци Ганг у Варанасију

Извор: SkandalicznyOrzeszek, 2023, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0

Ова религијска географија нарочито је видљива током **Кумб Меле**, периодичног окупљања милиона ходочасника у Прајаграџу, Харидвару, Нашику и Уџаину. Поред великих окупљања, много су чешћа породична и регионална ходочашћа, посете храмовима и обреди повезани са рођењем, браком и смрћу. Варанаси има посебан значај и као место кремације, јер се смрт у светом граду и расипање пепела у Ганг у појединим традицијама повезују са ослобођењем из циклуса поновног рађања. Сакрални простор хиндуизма тако није ограничен на храм: он обухвата реке, обале, планинске стазе, градове и читаве пределе у којима се мит, обред и географско место међусобно повезују (Eck, 2012).

Данас је хиндуизам највише распрострањен у Индији и Непалу, док су значајне заједнице присутне у Бангладешу, Шри Ланки, Маурицијусу, Фиџију, Гвајани, Суринаму и Тринидаду и Тобагу. Миграције су допринеле настанку великих хиндуистичких заједница у Уједињеном Краљевству, Сједињеним Америчким Државама, Канади, Аустралији, Јужној Африци и земљама Персијског залива. Изградњом храмова и организовањем празника ове заједнице стварају нове сакралне просторе, али истовремено одржавају симболичке, породичне и ходочасничке везе са Индијом.

5.2.6 Будизам

Будизам је настао у северном делу Индијског потконтинента, приближно у другој половини 1. миленијума пре нове ере. Његовим оснивачем сматра се Сидарта Гаутама, касније назван **Буда**, што означава пробуђеног. Историјски подаци о његовом животу преплићу се са касније обликованим религијским предањима, због чега се тачна хронологија не може поуздано утврдити. Према будистичкој традицији, рођен је у Лумбинију, одрастао у племићкој породици,

напустио привилеговани живот трагајући за одговором на проблем патње и после периода аскезе достигао пробуђење у Бод Гаји. Прву проповед одржао је у Сарнату, а живот завршио у Кушинагару, где је достигао паринирвану. Ова 4 места образују основну мрежу будистичке сакралне географије (Gethin, 1998; Strong, 2015).

Основу Будиног учења чине **4 племените истине**. Прва указује на *дукху* — незадовољство, несталност и патњу који обележавају условљено постојање. Друга истина повезује настанак дукхе са жудњом, везивањем и незнањем, док трећа говори о могућности њеног престанка. Четврта истина представља пут који води ка ослобођењу, познат као **племенити осмоструки пут**. Он обухвата исправно разумевање, намеру, говор, деловање, начин живота, напор, сабраност и медитацијско усредсређивање. Ови елементи традиционално се групишу у мудрост, етичко понашање и менталну дисциплину. Будистичко учење, према томе, није само систем веровања него и практичан пут преображаја начина мишљења и деловања (Gethin, 1998; Harvey, 2013). Појам **карме** у будизму првенствено се односи на намерно деловање и његове последице, а не на непроменљиву судбину. Бића се, према традиционалном учењу, поново рађају у самсари, циклусу рађања и умирања условљеном кармом и незнањем. Коначни циљ је **нирвана**, престанак жудње, мржње и незнања и ослобођење од самсаре. Истовремено, будизам одбацује идеју о трајном и непроменљивом сопству. Учење о **несопству** не тврди једноставно да човек не постоји, већ да личност није непроменљива суштина, него динамичан склоп телесних и менталних процеса. С тим је повезано учење о зависном настајању: појаве не настају саме од себе, већ у међусобно условљеним односима (Buswell & Lopez, 2014; Harvey, 2013).

Три основна ослонца будистичког живота означавају се као **3 драгоцености**: Буда, дарма и сангха. Буда је учитељ и узор пробуђења; дарма је његово учење и пут праксе; а сангха је заједница која то учење чува и преноси. У ужем значењу сангха означава монашку заједницу, док се у ширем смислу може односити на целокупну заједницу будиста. Однос монаха, монахиња и лаика једна је од трајних одлика будистичких друштава. Монашка заједница поштује правила садржана у Винаји, проучава текстове и обавља обредне и образовне функције, док је лаици подржавају храном, одећом и прилозима. Давање прилога, односно **дана**, сматра се начином стицања заслуга и развијања невезаности и великодушности (Gethin, 1998; Strong, 2015).

Будизам се током историјског ширења развио у бројне школе и регионалне традиције. **Теравада** је најзаступљенија у Шри Ланки, Мјанмару, Тајланду, Лаосу и Камбоџи. Посебан значај придаје палијском канону, монашкој дисциплини и идеалу архата — особе која је достигла ослобођење. **Махајана** се развијала кроз већи број школа и текстуалних традиција, а данас преовлађује у Кини, Кореји, Јапану и Вијетнаму. За њу је нарочито значајан идеал **бодисатве**, бића које тежи пробуђењу за добробит свих живих бића. Унутар махајане развиле су се традиције као што су Чиста земља, чан и зен, као и различите школе

засноване на појединим сутрама и филозофским учењима. **Ваџрајана**, или тантрички будизам, најизразитије је развијена на Тибету, у Бутану и Монголији, као и у хималајским областима Непала и Индије. Њена пракса може обухватити мантре, мандале, ритуалне покрете, визуелизацију и сложене медитацијске поступке који се уче под вођством квалификованог учитеља. Границе између ових великих традиција нису потпуно непропусне: текстови, обреди, монашке институције и локална веровања током историје су се преносили и међусобно прилагођавали. Због такве разноврсности поједини аутори употребљавају множину — „будизми" — како би нагласили да се не ради о једнообразном систему веровања и праксе (Harvey, 2013; Strong, 2015).

Свакодневна религијска пракса не своди се на медитацију, иако је она у савременим западним представама често приказана као главно обележје будизма. Верници посећују храмове и манастире, приносе цвеће, храну, воду, светиљке и мирисе, клањају се пред представама Буде, рецитују текстове и мантре, слушају поуке и обилазе ступе у смеру кретања казаљке на сату. Поштовање Будиних реликвија, учитеља и светих текстова има важно место у многим традицијама. Облици праксе зависе од локалног културног контекста: у Јапану су, на пример, будистички храмови снажно повезани са погребним обредима, док у земљама тераваде монаси имају видљиву улогу у свакодневном животу насеља и циклусу верских празника (Harvey, 2013; Strong, 2015).

Најзначајнији заједнички празник је **Весак**, којим се у различитим традицијама обележавају Будино рођење, пробуђење и паринирвана. Датуми и облици прославе разликују се међу земљама. Прославе могу обухватити посете храмовима, приношење светиљки и цвећа, читање текстова, медитацију, добротворне активности и симболично купање фигуре новорођеног Буде. Важни су и празници везани за почетак и завршетак сезоне монашког повлачења, као и локални фестивали посвећени реликвијама, храмовима и значајним учитељима (Harvey, 2013).

Будистичка сакрална архитектура развила је више препознатљивих облика. **Ступа** је првобитно представљала меморијални објекат и место чувања реликвија, али је временом постала симбол Будиног присуства и будистичког космоса. Њен архитектонски облик мењао се ширењем будизма: од индијских полулоптастих ступа до источноазијских пагода и тибетанских чортена. **Вихара** је првобитно означавала монашко боравиште, док су храмски и манастирски комплекси касније обједињавали просторе за молитву, медитацију, наставу и смештај монаха. Пећински комплекси, монументалне статуе Буде, зидне слике, вртови и планински манастири сведоче о прилагођавању будистичке архитектуре различитим природним и културним срединама (Gethin, 1998; Harvey, 2013). Четири места повезана

са Будиним животом — Лумбини, Бод Гаја, Сарнат и Кушинагар — имају надрегионални значај. Бод Гаја се издваја као место пробуђења и средиште у којем су различите будистичке земље и заједнице подигле сопствене храмове и манастире. Поред ових места, формиране су бројне регионалне мреже светилишта: Шведагон пагода у Јангону, Храм Зуба у Кандију, Боробудур на Јави, храмови Нара и Кјото у Јапану, Потала и Џоканг у Ласи и планински манастири Хималаја. Њихова вредност не произлази само из архитектуре и старости већ и из реликвија, обреда, монашких заједница и континуитета верске употребе (Strong, 2015).



Слика 77. Будистички ходочасници током молитве крај храма Махаводи у Бод Гаји

Извор: Ineb-2553, 2008, Wikimedia Commons, CC0 1.0

Ширењем из Индије ка Шри Ланки, централној, југоисточној и источној Азији, будизам је прихватао локалне језике, уметничке облике, политичке традиције и ранија веровања. У савременом периоду миграције и деловање међународних будистичких организација допринели су оснивању храмова и центара у Европи, Северној Америци и Аустралији. Истовремено су медитација и пажљива свесност постале глобално популарне и изван строго религијског контекста. Такво издвајање појединих пракси из њиховог етичког, обредног и заједничког оквира, међутим, не представља целокупну будистичку традицију, већ један од начина њеног савременог преобликовања (Harvey, 2013).

5.2.7 Џаинизам и сикизам

Џаинизам и сикизам настали су у различитим историјским раздобљима и представљају засебне религијске традиције. Заједничко им је порекло на Индијском потконтиненту, али се разликују по схватању божанског, путу ослобођења, светим текстовима и облицима религијске организације. Џаинизам припада древним религијама Јужне Азије и у његовом средишту налази се ослобођење душе путем ненасиља и аскетске дисциплине. Сикизам је настао крајем 15. века у Панџабу и

заснива се на вери у једну божанску стварност, учењу 10 гуруа и ауторитету светог списа Гуру Грант Сахиб (Dundas, 2002; Mandair, 2013).

ЏАИНИЗАМ не признаје једног историјског оснивача. Учење су преносили тиртанкаре, духовни учитељи који су достигли ослобођење и другима показали пут из самсаре. Традиција говори о 24 тиртанкаре, а последњи међу њима био је Махавира, који је живео приближно у истом ширем историјском раздобљу као Буда. Претпоследњи тиртанкара Паршваната такође се у науци најчешће сматра историјском личношћу. Махавира се зато не означава једноставно као оснивач џаинизма, већ као последњи тиртанкара садашњег космичког раздобља и обновитељ већ постојећег пута (Dundas, 2002). Према џаинистичком учењу, сва жива бића поседују џиву, односно душу. Она је по својој природи способна за бескрајно знање и ослобођење, али је везана кармом. Карма се овде не разуме само као морални закон последица, већ као суптилна материја која се везује за душу услед деловања, страсти и незнања. Ослобођење се постиже заустављањем прилива нове карме и уклањањем већ нагомилане карме. Пут ка том циљу изражен је кроз 3 драгуља: исправну веру, исправно знање и исправно понашање (Dundas, 2002). Најпознатије начело џаинизма јесте ахимса, односно ненаношење повреде живим бићима. Оно се не односи само на физичко насиље према људима већ и на поступање према животињама и другим облицима живота. Из њега произлазе наглашено вегетаријанство, пажљив избор занимања и различити облици самодисциплине. Монаси и монахиње спроводе захтеве ненасиља строже од лаика, јер се одричу имовине, кретање и исхрану подређују заштити живих бића и прихватају сложена аскетска правила. Џаинистичка етика обухвата и апариграху, невезивање за имовину и поседовање, као и идеју анекантаваде, према којој је стварност сложена и не може се у потпуности обухватити само једним гледиштем (Dundas, 2002; Cort, 2001).

Две главне традиције јесу дигамбаре, чији назив означава „одевене простором", и шветамбаре, односно „одевене у бело". Разлике се односе на монашку одећу, корпус признатих текстова, поједине обреде и питања духовног ауторитета. Унутар обе традиције постоје додатне заједнице и регионалне особености. Ове поделе нису спречиле развој заједничких етичких вредности, ходочасничких места и препознатљивог џаинистичког идентитета (Dundas, 2002). Живот лаика обухвата посете храмовима, приношење цвећа, пиринча и мирисних супстанци, рецитовање молитвених текстова, пост и подршку монашким заједницама. Представе тиртанкара нису предмет обожавања у смислу божанстава која непосредно интервенишу у људском животу; оне вернике подсећају на идеал ослобођене душе и пут самодисциплине. Најзначајнији период верског календара је **Парјушана**, посвећена посту, испитивању сопствених поступака, слушању учења и тражењу опроштаја. Завршни поздрав *мичами дукадам* изражава молбу да буду опроштене намерне и ненамерне повреде нанете другим бићима (Cort, 2001).





Слика 78. Сакрални простори џаинизма и сикизма: храмови Палитане у Гуџарату (лево) и верник пред Хармандир Сахибом у Амритсару (десно)

Извори: Aashvi Sanghvi, 2018, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0; Dikshit Kumar, 2017, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.

Џаинистичка сакрална географија посебно је развијена у Гуџарату, Рађастану, Махараштри и Карнатаки. Храмски комплекс **Палитана** на брду Шатрунџа једно је од најзначајнијих ходочасничких средишта, а до њега се стиже успоном преко великог броја степеника. Значајни су и храмови на планини Абу, Ранакпур, Шикхарџи и монументална статуа Гоматешваре у Шраванабелаголи. Храмови се често одликују изузетно разрађеном каменом декорацијом, али њихова религијска вредност произлази из повезаности са тиртанкарама, аскетима и ходочасничком праксом, а не само из архитектонске лепоте (Dundas, 2002; Cort, 2001).

СИКИЗАМ је настао у Панџабу, области која је током историје представљала важан простор сусрета различитих религијских и културних традиција. Његов први гуру био је Гуру Нанак (1469–1539), чије је учење наглашавало постојање једне божанске стварности, значај сећања на Божје име, поштеног рада и дељења са другима. Након њега следило је још 9 гуруа који су развијали заједницу, установе и текстуалну традицију сикизма. После смрти 10. гуруа, Гуруа Гобинда Синга, духовни ауторитет више није преношен на људског наследника, већ је поверен светом спису Гуру Грант Сахибу и заједници верника (Nesbitt, 2016; Mandair, 2013).

Почетна формула светог списа, Ик Оанкар, изражава веру у једну, свеобухватну божанску стварност. Бог се не ограничава на људски облик, пол или одређену заједницу, а човек му се приближава кроз сећање на Божје име, певање химни, етички живот и служење другима. Важна начела су нам џапна, усредсређивање на Божје име; кират карни, поштен рад; и ванд чакна, дељење зарађеног и помагање другима. Сикистичко учење критиковало је друштвену неједнакост, верску искључивост и поступке који су се сводили на спољашњу форму без унутрашње етичке промене (Mandair, 2013).

Свети спис **Гуру Грант Сахиб** садржи химне сикистичких гуруа, али и стихове других песника и светаца различитог друштвеног и верског порекла. У гурдвари се поставља на уздигнуто место, прекрива тканином и чита уз строго утврђено поштовање. Богослужење обухвата певање химни — киртан, читање и тумачење текста, заједничку молитву и дељење посвећене хране. При уласку у гурдвару посетиоци изувају

обућу и покривају главу, док се у простору за молитву седи на поду, чиме се симболички истиче једнакост присутних (Nesbitt, 2016). Видљив израз начела једнакости и служења представља лангар, заједничка кухиња у којој се свим посетиоцима бесплатно служи вегетаријански оброк, без обзира на религију, пол или друштвени положај. Храну припремају и деле добровољци, а заједничко седење и обедовање имају снажно симболичко значење у средини историјски обележеној друштвеним поделама. Лангар није споредна услуга намењена посетиоцима, већ саставни део религијске праксе севе, несебичног служења заједници (Nesbitt, 2016; Mandair, 2013).

Гуру Гобинд Синг је 1699. године установио Калсу, заједницу посвећених верника. Иницирани припадници Калсе прихватају дисциплину и носе 5 К: нешишану косу — кеш; дрвени чешаљ — кангу; челичну наруквицу — кару; посебну кратку одећу — качеру; и кирпан, предмет који симболизује дужност супротстављања неправди и заштите угрожених. Турбан је важан видљиви знак идентитета многих мушкараца, али сикистички идентитет не треба сводити само на одећу и спољашње симболе. Нису сви верници формално иницирани у Калсу, док се начини испољавања идентитета разликују међу генерацијама и заједницама (Nesbitt, 2016). Најзначајније светилиште је **Хармандир Сахиб** у Амритсару, познат као Златни храм. Смештен је у средишту светог базена Амрит Саровар, а његова 4 улаза симболички изражавају отвореност према људима из различитих праваца и друштвених средина. У оквиру комплекса налази се и Акал Тахт, важно седиште верског и друштвеног ауторитета. Значајна места су и Анандпур Сахиб, повезан са настанком Калсе, као и Патна Сахиб и Хазур Сахиб у Нандеду, повезани са животом Гуруа Гобинда Синга. Гурдваре истовремено функционишу као простори молитве, образовања, окупљања и добротворног рада (Mandair, 2013). Најзначајнији празници обухватају Гурпурабе, којима се обележавају рођења или други важни догађаји из живота гуруа, као и Ваисаки, повезан са оснивањем Калсе. Прославе могу укључивати непрекидно читање Гуру Грант Сахиба, киртан, лангар и јавне поворке познате као нагар киртан. У поворкама се свети спис носи са посебним поштовањем, док добровољци деле храну и пиће и одржавају простор кроз који поворка пролази (Nesbitt, 2016).

Већина припадника сикизма живи у индијском делу Панџаба, али су током колонијалног и постколонијалног периода настале бројне заједнице у Уједињеном Краљевству, Канади, Сједињеним Америчким Државама, Аустралији, Малезији, Сингапуру и источној Африци. Гурдваре у дијаспори имају и ширу друштвену улогу: помажу новим досељеницима, организују наставу панџапског језика, окупљају генерације рођене изван Индије и учествују у хуманитарним активностима. Тако се сикистички сакрални простор шири далеко изван Панџаба, уз очување снажне симболичке везе са Амритсаром (Nesbitt, 2016).

5.2.8 Религијске традиције источне Азије

Религијски простор источне Азије не може се у потпуности објаснити моделом међусобно искључивих религијских припадности. Иста особа може поштовати претке, учествовати у локалном храмском празнику, следити конфуцијанске етичке норме и обављати будистичке погребне обреде, а да у томе не види противречност. Конфуцијанство, даоизам, будизам, шинто и народне традиције током историје су се прожимали и прилагођавали политичким, породичним и локалним структурама Кине, Кореје, Јапана и Вијетнама. Због тога су обредна пракса, породица, култ предака и однос према месту често значајнији од формалног изјашњавања о религијској припадности (Yang, 1961; Yao, 2000).

КОНФУЧИЈАНСТВО је настало у Кини на основу учења **Конфучија** (551–479. године пре нове ере), али Конфучије себе није представљао као пророка нове религије. Сматрао се преносиоцем и тумачем старијег моралног, политичког и обредног наслеђа. Његови разговори и изреке сачувани су у делу Аналекти, док су каснији мислиоци, нарочито Менције и Сјун Це, развијали различита схватања људске природе, образовања и друштвеног поретка. Конфучијанство је током више од 2 миленијума функционисало као етичко учење, политичка филозофија, образовни систем и обредна традиција. Због тога га није оправдано свести искључиво ни на филозофију ни на религију у ужем смислу (Yao, 2000). Средишњи појам жен означава човечност, доброту и способност успостављања моралног односа према другим људима. Ли обухвата обреде, правила пристојности и прикладно понашање којима се уређују породични и друштвени односи, док сјао означава поштовање родитеља, предака и породичних обавеза. Значајни су и ји, односно праведност и морална исправност, и идеал ђун-цеа - образоване и морално изграђене личности која сопственим примером доприноси заједници. Према конфучијанском схватању, складан друштвени поредак не одржава се само законима и казнама, већ образовањем, самодисциплином, испуњавањем одговорности и примерним понашањем носилаца власти (Yao, 2000).



Слика 79. Обред у част Конфучија у Конфучијевом храму у Ћуфуу, Кина

Извор: Huanokinhejo, 2017, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0

Конфучијанско учење наглашава да се личност морално изграђује у односима са другим људима — првенствено у породици, а затим у широј заједници и држави. Породица се посматра као основни простор усвајања одговорности, поштовања и узајамности. Историјски су односи унутар породице и друштва често били хијерархијски уређени, што је доприносило стабилности заједнице, али и оправдавању неједнаког положаја жена, млађих чланова породице и друштвено подређених група. Савремена тумачења зато настоје да конфучијанске вредности узајамне одговорности и бриге одвоје од некадашњих патријархалних и ауторитарних образаца (Yao, 2000). Обреди посвећени прецима имају важно место у друштвима обликованим конфучијанском традицијом. Они изражавају континуитет породице, захвалност претходним генерацијама и обавезу живих да очувају породично памћење. Приношење хране, паљење мириса, чување таблица са именима предака и уређивање гробова не треба нужно тумачити као обожавање предака у својству богова. Реч је о ритуализованом одржавању односа између живих, умрлих и будућих генерација. Породични обреди истовремено потврђују сродничке везе, место појединца у породичној историји и заједнички идентитет потомака (Yang, 1961; Yao, 2000).

Конфучијанство је имало велики утицај и на организацију државе. У царској Кини класични текстови представљали су основу образовања службеника и система државних испита. Од управника се очекивало да поседује моралне врлине и да влада личним примером, док је губитак праведности могао бити тумачен као губитак небеског мандата. Поред породичних обреда постојали су државни обреди у част Неба, предака владарске династије и Конфучија. Конфучијански храмови и академије били су истовремено сакрални, меморијални и образовни простори (Yang, 1961; Yao, 2000). Током династије Сунг развило се **неоконфучијанство**, које је ранија етичка учења повезало са разматрањима космоса, људске природе и духовног усавршавања. Нарочито су утицајна била тумачења Џу Сија, који је систематизовао корпус 4 књиге: *Аналекте*, *Менцијa*, *Велико учење* и *Учење о средини*. Његова тумачења вековима су имала важно место у образовању и државним испитима. Конфучијански модели образовања, породичне организације и државне управе проширили су се у Кореју, Јапан и Вијетнам, где су прилагођени локалним политичким и религијским традицијама (Yao, 2000).

Наслеђе конфучијанства и данас је видљиво у Кини, Кореји, Јапану, Вијетнаму и источноазијским заједницама у дијаспори. Оно се препознаје у високом вредновању образовања, наглашавању породичних обавеза, поштовању старијих и идеалу јавне одговорности. Истовремено, савремено конфучијанство није једноставан наставак старог система: његове вредности се поново тумаче у условима урбанизације, индивидуализације, родне равноправности и промена породичне структуре. Конфучијанство зато треба разумети као историјски променљиву етичку, политичку и обредну традицију, а не као непромењен скуп правила пренет из древне Кине (Yao, 2000).

ТАОИЗАМ (у савременој литератури среће се и израз даоизам) је аутохтона кинеска религијска традиција која обухвата филозофска учења, организоване верске заједнице, обредне системе и различите облике духовног и телесног усавршавања. Његов основни појам је **тао**, односно пут или свеобухватно начело по коме настају и мењају се природа, човек и друштво. Тао се не схвата као лично божанство које управља светом, већ као крајња стварност и природни поредак који се не може у потпуности исказати речима. Најзначајнији рани текстови традиције јесу *Тао те ђинг* (*Daodejing*), који се традиционално приписује Лао Цеу, и *Џуангци* (*Zhuangzi*), дело названо по истоименом мислиоцу (Robinet, 1997; Kohn, 2009). Једно од средишњих таоистичких начела јесте **ву веј** (*wuwei*), које се дословно преводи као „недејствовање", али не означава пасивност или потпуно одсуство деловања. Реч је о ненаметљивом поступању усклађеном са природним током ствари, без претеране присиле и нарушавања равнотеже. Са њим су повезани појмови природности, једноставности и спонтаности, као и тежња ка хармонији супротстављених, али међусобно зависних сила јина и јанга. Човек се, према овом становишту, не издваја из природе, већ представља њен саставни део, па се исправан начин живота заснива на прилагођавању природном и космичком поретку (Kohn, 2009; Pregadio, 2008).

Таоизам, међутим, не треба свести само на филозофско учење. Организоване таоистичке заједнице развијале су се нарочито од 2. века, са сопственим свештенством, храмовима, светим списима, пантеоном божанстава и сложеним литургијским обредима. Верска пракса обухвата приношење дарова, молитве, обреде очишћења и заштите заједнице, поштовање божанстава и предака, медитацију, вежбе дисања, технике унутрашње алхемије и поступке усмерене ка очувању здравља и продужењу живота. Због тога је у савременој науци напуштено сувише оштро раздвајање „филозофског" и „религијског" таоизма: текстуално учење, обредна пракса, телесне технике и живот локалних заједница развијали су се у сталној међусобној вези (Komjathy, 2013). Посебан значај у таоистичкој традицији имају храмови, пећине, извори и планине схваћени као места појачане духовне снаге и сусрета људског и космичког поретка. Поједине свете планине, међу којима се издваја Вуданг, вековима су биле средишта храмовног живота, монашких заједница, ходочашћа и верских свечаности. Данас су такви простори истовремено верска средишта, културно наслеђе и туристичке дестинације. Њихова туристичка интерпретација не би требало да своди таоизам на борилачке вештине, вежбе за здравље или представу о „мистичној Кини", већ да прикаже његову историјску разноврсност и његово трајање као живе религије (Kohn, 2009; Komjathy, 2013).

Кинеска народна религија нема јединственог оснивача, централну организацију или један обавезујући свети спис. Она је уграђена у живот породице, локалне заједнице и занимања. Обухвата поштовање предака, локалних божанстава, заштитника градова, божанстава дома, богатства, мора и појединих професија. Храмови могу

истовремено служити као места молитве, окупљања, добротворног рада и организовања празника. Границе између народне религије, даоизма и будизма често су променљиве: божанства, ритуални стручњаци и обредни поступци могу припадати различитим традицијским слојевима (Yang, 1961). Важан породични обред представља посета гробовима током празника Ћингминг, када се гробна места чисте и уређују, а прецима се приносе храна, мириси и симболички дарови. Лунарна нова година, Празник духова и бројни локални храмски фестивали такође повезују породицу, суседство и регионални идентитет. У Тајвану, Хонгконгу и кинеским заједницама у дијаспори овакви обреди остали су значајан део јавног живота и културног памћења (Yang, 1961). Сакрална географија даоизма обухвата храмове, пећине, планине и места повезана са учитељима и бесмртницима. Планине Вуданг нарочито су повезане са култом Џенвуа и развојем даоистичких манастирских традиција. Значајни су и планина Ћингчен, планина Лонгху и бројна регионална светилишта. Планина у овом контексту није само природна знаменитост, већ простор повлачења, духовне дисциплине и сусрета са натприродним светом (Kohn, 2009).

ШИНТО (шинтоизам) је религијска традиција Јапана усредсређена на однос људи, заједнице и камија. Камији могу бити повезани са природним појавама, планинама, рекама, необичним стенама и дрвећем, али и са прецима, заштитницима заједница и значајним историјским личностима. Они нису непосредни еквивалент боговима у монотеистичким религијама, већ представљају различите облике светог присуства и делотворне моћи. Шинто нема једног оснивача, јединствен догматски систем нити свети спис упоредив са Библијом или Кураном, иако су митолошке хронике *Кођики* и *Нихон шоки* имале велики значај за обликовање царске и религијске традиције (Breen & Teeuwen, 2010). Шинто светилиште назива се ћинђа, а улаз у сакрални простор најчешће означава капија тори. Простор светилишта може обухватити главну дворану, место за приносе, обредни павиљон, свето дрвеће и друге ознаке присуства камија. Пре приступа светилишту посетиоци обично обављају темизу, симболичко прање руку и испирање уста. Чистоћа и прочишћење имају средишњи положај у шинто обредима, док се нечистоћа не разуме нужно као морални грех, већ као нарушено стање које захтева обредно обнављање равнотеже (Breen & Teeuwen, 2010). Верници приносе новац, храну, саке или друге дарове, клањају се, пљескају рукама и изговарају молитве. На дрвене плочице ема исписују жеље, док папирне траке омикуџи садрже предвиђања среће. Храмски празници, односно мацури, повезују поштовање камија са процесијама, музиком, плесом, локалном храном и окупљањем заједнице. Они могу бити религијски обреди, локалне свечаности и значајне туристичке манифестације истовремено, али њихово локално и религијско значење не треба свести само на јавни спектакл (Breen & Teeuwen, 2010).

Шинто и будизам вековима су били тесно повезани. Светилишта и храмови често су функционисали у истим комплексима, док су камији

тумачени у односу на будистичка божанства и бодисатве. Њихово административно раздвајање спроведено је током Меији периода, када је шинто укључен у изградњу модерне државе и царске идеологије. После 1945. године државни систем шинтоа је укинут, али су локална светилишта, празници и породични обреди наставили да имају важну друштвену улогу (Breen & Teeuwen, 2010). Најзначајнија светилишта обухватају Исе Ђингу, посвећен богињи сунца Аматерасу; Изумо Таишу; Фушими Инари у Кјоту, познат по низовима тори капија; и Ицукушиму на острву Мијаџима. Планина Фуџи истовремено је природни симбол, место ходочашћа и сакрални предео повезан са више религијских традиција.

Ови простори показују да се светост у источној Азији често не ограничава на грађевину, већ обухвата приступни пут, шуму, воду, планину и ритуално кретање посетилаца (Breen & Teeuwen, 2010). Религијска разноврсност источне Азије зато се најбоље разуме као историјски променљива мрежа пракси, места и идентитета, а не као скуп строго раздвојених верских система (Yao, 2000; Yang, 1961).

5.2.9 Аутохтоне и народне религијске традиције

Аутохтоне религије обухватају разноврсне системе веровања и обредне праксе историјски повезане са одређеним народом, територијом, језиком и начином живота. Оне не представљају јединствену групу религија, нити „ранији степен" религијског развоја. Сам појам представља аналитичку категорију којом се означавају традиције чији су идентитет, космологија и друштвена организација неодвојиви од конкретне заједнице и њеног односа према земљи. Због велике разноврсности исправније је говорити о аутохтоним религијама у множини него претпостављати постојање једног заједничког модела (Tafjord, 2013; Harvey & Whitehead, 2018). У многим аутохтоним космологијама свет није подељен на „природну" и „натприродну" сферу на начин карактеристичан за модерну западну мисао. Људи, преци, животиње, биљке, воде, планине и друга бића могу се разумети као учесници у мрежи узајамних односа, обавеза и размене. Поједина места нису света само зато што се на њима догодио неки историјски догађај, већ и зато што се сматрају пребивалиштем предака, духовних бића или сила које одржавају живот заједнице. У том контексту термин **анимизам** не треба сводити на поједностављену тврдњу да „све има душу". Савремена истраживања њиме означавају начине успостављања односа и одговорног заједничког живота са људским и нељудским бићима (Harvey, 2005).

Религијско знање најчешће се преноси усменим предањем, приповедањем, песмом, плесом, обредима и непосредним учешћем млађих чланова заједнице. Зато оно није увек садржано у јединственом светом тексту нити га тумачи централизована верска установа. Посебну улогу могу имати старешине, исцелитељи, медијуми, пророци, свештеници и друге особе којима заједница признаје способност посредовања између видљивог и духовног света. Њихов положај и

називи знатно се разликују, па израз шаман не треба користити као општи назив за све аутохтоне верске стручњаке (Harvey & Whitehead, 2018). Различити облици ових традиција присутни су на свим континентима. Код бројних аустралијских староседелачких заједница појам *Country* не означава само земљиште, већ целину односа који повезују људе, претке, приче, животиње, воде и обредне обавезе. Религије староседелачких народа Северне Америке обухватају веома различите космологије, церемоније обнове, исцелитељске праксе и ходочашћа до светих планина, извора и других места. У Андима су односи према Пачамами, планинским духовима и локалним заштитницима наставили да се развијају у сложеном прожимању са католичанством. У арктичким и сибирским областима религијска пракса повезана је са животињама, ловом, сезонским кретањем и поштовањем правила размене између људи и других бића. Сваки од ових примера мора се посматрати у сопственом историјском и културном контексту (Harvey & Whitehead, 2018).

Афричке аутохтоне религије такође обухватају велики број посебних традиција, а не једну „афричку религију". У њима се, зависно од заједнице, срећу веровања у врховно божанство, локална божанства и духовне силе, поштовање предака, прорицање, исцелитељски обреди, иницијације и празници повезани са друштвеним и животним циклусима. У религији народа Јоруба, на пример, значајно место имају божанства орише, систем прорицања Ифа и обреди у част предака. Маскиране фигуре Егунгун не представљају само фолклорну сцену: оне у обредном контексту материјализују присуство предака и њихову везу са живом заједницом (Olupona, 2014; Asante & Mazama, 2009) (Слика 80).

Појам **народна религија** има другачије значење од аутохтоне религије. Он се односи на веровања и праксе које људи развијају у свакодневном животу, често унутар великих институционализованих религија или упоредо са њима. Ту спадају локални култови светаца и заштитника, ходочашћа мањим светилиштима, завети, благосиљање дома и усева, амајлије, веровања у лековите изворе, обреди заштите и бројни породични и календарски обичаји. У савременој науци употребљава се и израз **вернакуларна религија**, који усмерава пажњу на религију онако како је људи стварно доживљавају, тумаче и практикују, без унапред постављене поделе на „исправну" институционалну и наводно мање вредну народну религиозност (Primiano, 1995). Колонијално освајање, мисионарска делатност, присилно расељавање и забране локалних обреда оставили су дубоке последице на аутохтоне религије. Ипак, ове традиције нису једноставно нестале. Многе су се прилагођавале, спајале са хришћанством или исламом, обнављале у оквиру покрета за културна и политичка права или ширили посредством дијаспоре. Савремена обнова аутохтоних обреда зато није само питање религије, већ и језика, земљишних права, заштите светих места и права заједнице да сама одлучује како ће представљати сопствено наслеђе (Olupona, 2014; Harvey & Whitehead, 2018).



Слика 80. Церемонија Егунгун у Мисесинту, Бенин — обредно представљање предака у јорубској традицији

Извор: Fermi12, 2024, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0

За туризам су посебно значајни свети предели, обредни плесови, фестивали, усмене традиције, занати и знања о локалном окружењу. Међутим, туристичко присуство може нарушити приватност обреда, ограничити приступ светим местима или претворити религијску праксу у представу прилагођену очекивањима посетилаца. Фотографисање, снимање и присуство туриста зато не треба сматрати аутоматски дозвољеним. Одрживо представљање аутохтоног сакралног наслеђа подразумева сагласност заједнице, њено учешће у тумачењу наслеђа и право да одређена места, предмети или знања остану недоступни јавности (Butler & Hinch, 2007; Zeppel, 2010).

5.3 Религијски туризам и ходочашће као облици просторне мобилности

Кључни појмови:
религијски туризам; ходочашће; религијска мобилност; свето место; сакрални објекат; ходочасничка рута; сакрални пејзаж; ходочасничко средиште; верски календар

Религија је један од најстаријих покретача добровољног и привременог кретања људи. Она не обликује простор само размештајем верника и изградњом храмова, већ и стварањем токова усмерених ка местима којима се приписује светост. Та кретања могу бити локална, национална и међународна, индивидуална или групна, краткотрајна или вишенедељна. Нека се одвијају током целе године, док су друга везана за одређени празник, годишњицу или религијски календар. За друштвену географију посебно су значајни положај светих места, ширина њихових гравитационих подручја, правци кретања ходочасника и утицај религијске мобилности на развој саобраћаја, насеља и услуга (Rinschede, 1992; Reader, 2015).

Религијски туризам обухвата путовања чији је мотив у целини или делимично религијске природе. Његово историјско и духовно језгро представља **ходочашће**, путовање ка светом месту ради молитве, поклоњења, испуњења верске обавезе или завета, покајања, исцељења, захвалности или духовне обнове. Религијски туризам је шири појам јер, поред класичног ходочашћа, обухвата посете сакралним објектима и религијском наслеђу, учешће у верским празницима и процесијама, боравак у манастирима, ашрамима и духовним центрима и путовања мотивисана упознавањем других верских традиција (Rinschede, 1992; Timothy & Olsen, 2006). Ходочасничко путовање не своди се на долазак до одредишта. Сам пут,

физички напор, привремено одвајање од свакодневног живота, ношење посебне одеће, молитва и сусрети са другим ходочасницима могу бити делови религијског искуства. Кретање тако добија и симболичко значење: путник напушта уобичајено окружење, пролази кроз простор испуњен верским значењима и приближава се месту које његова заједница сматра светим. Зато се ходочашће у савременим истраживањима посматра као облик религијске праксе, али и као специфичан облик просторне мобилности (Coleman & Eade, 2004; Reader, 2015).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Религијски туризам

Религијски туризам обухвата путовања код којих је религијски мотив једини или један од важнијих разлога кретања. Поред ходочашћа, укључује посете сакралним објектима и религијском наслеђу, учешће у верским празницима и процесијама, као и боравак у манастирима, ашрамима и духовним центрима.

Ходочаснички систем *састоји се од полазишта, правца кретања, успутних станица и крајњег светилишта*. **Сакрални објекти** на тој путањи имају различите функције. Неки представљају завршни циљ, док су други места молитве, одмора, преноћишта или припреме за долазак у главно светилиште. Сакрални објекти су грађевине и архитектонски комплекси изграђени, прилагођени или освећени за обављање верских обреда, молитву, окупљање верника, чување реликвија и сећање на личности или догађаје којима се приписује религијски значај. У њих се убрајају цркве, манастири, џамије, синагоге, хиндуистички и будистички храмови, ступе, пагоде, капеле, светилишта и сакрални маузолеји. Њихова светост не произлази само из архитектонске или уметничке вредности, већ пре свега из религијског значења које им приписује одређена заједница. У туризму сакрални објекти имају двоструку улогу: они су истовремено активна места богослужења и молитве и значајни ресурси културног и религијског туризма (Shackley, 2001; Timothy & Olsen, 2006). Светост може бити везана и за природне елементе — реку, планину, пећину, извор, дрво или читав предео — па се границе сакралног простора не подударају увек са зидовима верског објекта. Ганг, планина Кајлас, Боди дрво у Бод Гаји и река Јордан примери су природних елемената који су постали средишта религијске мобилности (Грчић, 2014; Reader, 2015).

Према просторном облику, **ходочасничке руте** могу бити *линеарне, кружне, мрежне и обредно-секвенцијалне*. Код линеарних и мрежних рута више путева води ка једном главном светилишту; кружне повезују низ храмова без јединог издвојеног циља, док се код обредно-секвенцијалних ходочашћа места посећују у унапред утврђеном редоследу. Постоје и биографске руте које повезују места рођења, деловања и смрти оснивача или других значајних личности религије. Просторни облик руте одређује распоред смештаја, превоза, верских служби и туристичких садржаја дуж пута (Rinschede, 1992; Reader, 2015).



Слика 81. Храм Светог Саве у Београду

Извор: Петар Милошевић, 2021, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0

У **хришћанској** сакралној географији посебно место има Јерусалим, у коме ходочасници посећују локалитете повезане са Христовим животом, страдањем и васкрсењем. Најпознатија ходочасничка рута унутар Старог града јесте **Виа Долороса**, односно Пут страдања или Крсни пут. Према хришћанској традицији, она прати последњи пут Исуса Христа од места осуде до Голготе и гроба. Данашња рута обухвата 14 станица на којима се ходочасници молитвено сећају појединих догађаја Христовог страдања. Почиње у близини простора који се у традицији повезује са Понтијем Пилатом и Црквом бичевања, пролази уским и прометним улицама Старог града, поред капела и обележених станица, а завршава се у комплексу Цркве Светог гроба. Унутар овог комплекса налазе се Голгота, Камен миропомазања и Христов гроб, односно места повезана са распећем, полагањем тела и васкрсењем. Молитва, ношење крста и заустављање на станицама чине јединствен обред, због чега улица током процесије престаје да буде само саобраћајни и трговачки простор и постаје део живог сакралног пејзажа. Францисканци вековима предводе процесију Виа Долоросом сваког петка, а посебно велики број верника учествује током Великог петка (Custodia Terrae Sanctae, 2019; Reader, 2015). Други велики хришћански центри образују другачије просторне системе. У **Риму** се ходочасничко кретање усмерава ка Базилици Светог Петра и другим великим папским базиликама, а посебно се појачава током јубиларних, односно светих година. **Лурд и Фатима** развили су се као маријанска светилишта повезана са указањима, молитвом и тражењем исцељења. Једну од најпознатијих европских ходочасничких мрежа представља **Пут Светог Јакова**, на шпанском *Camino de Santiago*. То није једна стаза, већ систем путева који из различитих делова Европе воде ка катедрали у Сантјагу де Компостели, где се, према хришћанској традицији, налази гроб апостола Јакова. Дуж тих рута вековима су настајали манастири, цркве, капеле, мостови, болнице и прихватилишта за ходочаснике. Најпознатији је Француски пут, али постоје и Португалски, Северни, Примитивни и други правци. Пут Светог Јакова зато је истовремено

ходочасничка рута, културни пејзаж и простор сусрета верске праксе, историјског наслеђа и савременог туризма (UNESCO World Heritage Centre, 2015; Reader, 2015).

Најизразитији пример обредно-секвенцијалне мобилности у **исламу** представља **хаџ**, један од 5 стубова ислама и верска обавеза сваког муслимана који је физички и материјално способан да га обави. Хаџ се одвија у утврђеном периоду исламског календара и обухвата низ обреда везаних за конкретна места. Након уласка у стање ихрама, ходочасници обилазе Кабу у Великој џамији у Меки и крећу се између брда Сафа и Марва. Потом одлазе у Мину и на Арафат, задржавају се у Муздалифи и враћају у Мину ради обредног каменовања стубова који симболизују одбацивање искушења. Сакрална места овде одређују правац и редослед кретања, па би изостављање једне од обавезних етапа нарушило целину обреда. Посета Посланиковој џамији у Медини има велики верски значај, али није формални део обавезних обреда хаџа. Због истовременог присуства великог броја људи на ограниченом простору, хаџ захтева сложену организацију саобраћаја, смештаја, здравствене заштите и безбедности (Timothy & Olsen, 2006; Reader, 2015).

У **хиндуизму** су религијска мобилност и света географија посебно повезане са рекама, обредним купањем и храмовним градовима. **Кумбх Мела**, коју UNESCO одређује као највеће мирно окупљање ходочасника на свету, наизменично се одржава у Прајаграју, Хардвару, Уџаину и Нашику. Средишњи обред представља купање у светој реци, док гатови, храмови, ашрами и привремени обредни простори чине материјалну основу окупљања. За време одржавања настаје велики привремени град са смештајем, саобраћајем, снабдевањем и санитарном инфраструктуром. Варанаси, насупрот томе, функционише као стално ходочасничко средиште чији се религијски живот одвија дуж Ганга, на гатовима и у бројним храмовима. Значајан мрежни облик има и **Чар Дам**, који повезује Бадринат на северу, Дварку на западу, Пури на истоку и Рамешварам на југу Индије. Повезивањем удаљених светилишта ходочашће симболички обједињује читав потконтинент у јединствену свету географију (Eck, 2012; UNESCO, 2017b).

Будистичка ходочасничка мрежа има изразиту биографску структуру. Њено језгро чине **Лумбини**, место Будиног рођења; **Бод Гаја**, где се налазе храм Махаболи и Боди дрво повезани са просветљењем; **Сарнат**, место прве проповеди, са ступом Дамек; и **Кушинагар**, повезан са Будином паринирваном. Кретање између ових локалитета омогућава верницима да просторно прате **кључне догађаје Будиног живота. Другачији пример представља кружна рута** Шикоку у Јапану, која повезује 88 храмова повезаних са будистичким монахом Кукаијем. На тој рути ниједан храм сам по себи није једини циљ: значење настаје постепеним обиласком целог низа светих места (Reader, 2015).

Други религијски системи такође стварају препознатљиве токове. У **сикизму** је најзначајније ходочасничко средиште Хармандир Сахиб, односно **Златни храм у Амритсару**. Свети комплекс организован

је око базена Амрит Саровар, а кретање верника обухвата улазак босих ногу, очишћење, обилазак базена и приступ централном храму. Лангар, заједничка кухиња у којој се бесплатан оброк служи свим посетиоцима, показује да сакрални објекат није само место молитве већ и простор практичног изражавања религијских вредности. Јерусалим, с друге стране, представља мултирелигијско средиште у коме се на малом простору укрштају јеврејска, хришћанска и исламска кретања усмерена ка Западном зиду, Цркви Светог гроба и комплексу џамије Ал Акса и Куполе на стени (Timothy & Olsen, 2006).

Наведени примери показују да сакрални објекти могу имати различите функције у религијској мобилности: бити крајњи циљ, успутна станица, део кружне руте или средиште периодичног окупљања. Њихов ранг унутар религијске традиције утиче на величину гравитационог подручја. Места повезана са оснивачем религије или њеним најзначајнијим догађајима привлаче вернике из читавог света, док гробови локалних светаца, чудотворне иконе, манастири и свети извори могу имати пресудан значај за становништво једног региона. Обим посете није, стога, једино мерило светости (Cohen, 1992; Грчић, 2014).

Савремени религијски туризам мења начин путовања, али не укида религијско значење кретања. Развој ваздушног и друмског саобраћаја омогућио је да се некада дуга путовања обаве за неколико сати, док туристичке агенције спајају превоз, смештај, богослужење и разгледање у јединствене аранжмане. Истовремено се обнавља интересовање за пешачке руте јер спорост, физички напор и боравак у пределу представљају важан део искуства. Ходочасник и туриста зато нису две увек строго одвојене категорије. Исти посетилац може бити верски мотивисан и истовремено користити туристичке услуге, док културни туриста у светом простору може стећи духовно искуство. Смит овај однос приказује као континуум од превасходно побожног ходочасника до претежно секуларног туристе (Smith, 1992; Collins-Kreiner, 2010). Верска заједница мора учествовати у одређивању начина посете, јер активни храм, манастир или џамија нису само споменици културе, већ места живе религијске праксе (Shackley, 2001; Eade & Sallnow, 1991).

Веза религије и мобилности је, према томе, двосмерна. Религијско веровање покреће људе и усмерава их ка светим местима, док понављана путовања одржавају руте, потврђују значај светилишта и подстичу развој насеља и услуга. Ходочаснички простор не чини само крајњи сакрални објекат већ целина састављена од пута, станица, обредних радњи, привремених заједница путника и предела кроз који се они крећу. Управо та повезаност верског значења, просторне мобилности и туристичке организације представља суштину религијског туризма.

6 ПРОСТОР, НАСЕЉА И ТУРИЗАМ

Свако туристичко кретање одвија се у конкретном простору и по правилу се остварује у конкретном насељу. Простор одређује где туристичка кретања настају, којим се правцима усмеравају и где се завршавају, а насеља представљају тачке у којима се туристичка тражња сусреће с понудом: у њима су смештени атрактивности, смештајни и услужни капацитети, саобраћајна чворишта и локалне заједнице које туристе дочекују. Због тога се простор и насеља у друштвено-географском приступу не третирају као пука позадина туристичких појава, већ као њихове основе — чиниоци који туристичка кретања омогућавају, обликују и ограничавају. Задатак овог одељка јесте да покаже како географија разуме простор, како насеља настају, како се развијају и разврставају, и на основу чега постају туристички вредна.

6.1 Простор и насеља као основе туризма

Кључни појмови

простор; место; насеље; туристички простор; туристификација

Географија је једина наука у којој је простор основна предметна и методолошка категорија, а савремена географска мисао пажњу усмерава на три међусобно повезана концепта: **простор** (*space*), **место** (*place*) и **средину** (*environment*), при чему се интегрални приступ ослања на сва три (Грчић, 2014). Сваки од ових концепата отвара по један аспект туристичке појаве. Простор упућује на распоред, удаљеност и доступност — на питање како се и уз које трошкове до дестинације долази. Место упућује на значење које локалитет има за људе — на питање зашто се путује баш тамо, а не другде. Средина упућује на укупност природних и друштвених обележја локалитета — на питање шта посетилац у дестинацији затиче и доживљава. Туристичко кретање обједињује сва три аспекта: савладава простор да би досегло место ради доживљаја средине, па се и слабости дестинације по правилу могу лоцирати у једном од ова три слоја.

Простор друштвених активности не поклапа се с физичким, еуклидским простором. Под утицајем друштвене географије развијено је више концепција географског простора: простор као културни пејзаж, простор као друштвени производ, простор као објект контроле (територија), субјективни (доживљени) простор и виртуелни простор (Грчић, 2014). За туризам ове концепције нису апстрактне алтернативе, већ упоредне равни у којима се свака дестинација истовремено налази. Као културни пејзаж, простор дестинације је наслеђени документ друштава која су га обликовала и као такав предмет туристичког разгледања. Као друштвени производ, он је резултат одлука о томе шта ће се градити, штитити и промовисати. Као територија, омеђен је границама и режимима који туристичка кретања пропуштају или заустављају. Као субјективни простор, постоји у представама,

очекивањима и сећањима путника. Као виртуелни простор, најзад, постоји у дигиталним приказима који данас претходе готово сваком путовању. Део географског простора који је туристичким кретањима и активностима функционално и физиономски преобликован назива се **туристичким простором**. Он није унапред дат: простор постаје туристички процесом *туристификације*, у коме друштво одређеним локалитетима приписује вредност, опрема их инфраструктуром и укључује у туристичке токове. Да туристичка вредност није својство самог простора, него друштвеног односа према њему, најјасније показује историјска промена вредновања планина и морских обала: простори којих су се европска друштва до романтизма клонила као пустих и опасних постали су, променом културног сензибилитета, предмет дивљења и основа читавих туристичких регија (Williams, 2009). Исти физички простор, дакле, у различитим епохама има различиту туристичку вредност — мења се друштво, а с њим и карта туристички вредног простора.

Процес којим места стичу туристичко значење је друштвено посредован. Места се опажају, доживљавају и памте селективно, кроз „културне филтере“ епохе и средине из које посетилац долази, а промоција дестинација почива на стварању и ширењу привлачних слика места (Williams, 2009). Из тога следи да се дестинације не надмећу само стварним обележјима понуде, већ и представама које о њима круже: имиџ дестинације обликује одлуку о путовању пре него што је простор уопште посећен. За управљање дестинацијом ово има двоструку последицу. С једне стране, имиџ се може плански градити и исправљати; с друге стране, раскорак између слике и стварности производи разочарање које се у савременим условима брзо јавно региструје и повратно урушава саму слику. Насупрот томе, регион, као омеђена територија, јавља се у три основна типа — природни, културно-историјски и политичко-административни, при чему административни региони трају до прве управне реформе, а културно-историјски вековима и миленијумима: дванаест италијанских провинција јужно од Падске низије чува границе административне поделе Римског царства, а грчке номе Пелопонеза одговарају античким полисима (Грчић, 2014). Такви региони чувају оно што се назива „духом места“ (*genius loci*); региони који га изгубе постају, Грчићевим речима, „тело без душе“ (Грчић, 2014). За туризам је ова разлика темељна: најтрајнији и најпрепознатљивији туристички идентитети почивају управо на културно-историјским целинама и њиховом наталоженом идентитету.

У простору дестинације туризам се најчешће остварује кроз насеља. **Насеље** је просторно-функционална јединица сталног или повременог становања. Насеље је скуп стамбених, привредних и јавних објеката с припадајућим земљиштем, повезан заједничким животом становника. Туристичка улога насеља је двострука. Насеље је оквир туристичке понуде, јер се у њему концентришу смештај, услуге, инфраструктура и радна снага; али насеље је и сама туристичка вредност, јер историјска језгра, тргови, чаршије, силуете и амбијенти спадају међу најснажније мотиве путовања. Између те две улоге,

насеља као сервиса и насеља као атракције, простире се читаво поље урбаног и руралног туризма којим се баве наредни одељци. **Туристичка вредност насеља** почиње од његовог односа према простору. Географија насеља ту разликује географски положај (однос насеља према ширем окружењу, саобраћајницама, рекама, мору и другим насељима) и топографски смештај, конкретно земљиште на коме је насеље подигнуто. Историја насеља у великој мери је историја вредновања ових односа: древни градови настајали су због безбедности и погодности за трговину и занатство, формирали су се око утврђења и акропоља, мостова, раскрсница путева и верских центара, а брже су расли они на обалама и ушћима пловних река, у лукама и близу лежишта сировина (Грчић, 2014). Иста локациона логика делује и у туристичком вредновању: положај на води, у приморју, под планином или на раскрсници токова прва је одредница туристичког потенцијала насеља, а елементи који су насељу некада доносили трговину, река, мост, лука, тврђава, данас му по правилу доносе посетиоце.

Стална насеља омогућила је неолитска аграрна револуција, која је земљорадњом везала човека за тло. Настанак градова, међутим, није био само економски него превасходно друштвени процес, по чему је и назван урбаном револуцијом (Childe, 1950). Урбану револуцију обележавају насеља с више хиљада становника, монументалне грађевине, државна религија, писменост, друштвена подела рада и занатска специјализација (Renfrew, према Грчић, 2014). Најстаријим градовима сматрају се Јерихон у долини Јордана и Газиантеп у данашњој Турској, а следе Ур, Вавилон, Мемфис, Теба и Харапа (Грчић, 2014). Са становишта туризма, значај урбане револуције је у томе што од ње почиње непрекинуто таложење градитељског, уметничког и институционалног наслеђа у насељима — таложење чији су данашњи исход споменичке целине које чине окосницу културног туризма. Природу тог таложења прецизно је одредио Мамфорд, описавши град као структуру „посебно опремљену за чување и преношење цивилизацијских добара, довољно концентрисану да пружи максималне могућности на минимуму простора“ (Mumford, 1988, према Грчић, 2014). Град је, другим речима, *акумулатор наслеђа*: што дуже траје и што му је историја богатија, то је гушћи склад споменика, институција и симбола које може понудити посетиоцу. Овим се објашњава чињеница да су градови најпосећенија туристичка одредишта света иако нису „створени“ за туризам: њихова туристичка вредност је нуспроизвод њихове цивилизацијске функције.

У развоју европског града разликују се **три урбане револуције**: *рађање градова уопште, настанак античких полиса и успон средњовековног града од 11. до 15. века* (Јаковец, према Грчић, 2014). Од позног средњег века водеће положаје европске привреде наизменично су заузимала трговачко-финансијска средишта: Венеција с Дубровником као посредником између балканског залеђа и Средоземља; затим Бриж, Антверпен, Ђенова и Амстердам, па Лондон (Грчић, 2014). За туризам поучан је даљи ток: управо чланови овог низа

које је каснији индустријски развој заобишао данас спадају међу најпосећеније историјске градове света. Тамо где је привредно тежиште отишло другде, грађевински фонд златног доба остао је поштеђен модернизације и сачуван у целини, па се некадашња економска стагнација показала као претпоставка данашње туристичке вредности. Ретка и зато драгоцена очуваност историјских језгара један је од кључева разумевања савремене карте културног туризма Европе. Насеља се разврставају према више критеријума, од којих су за туристичку анализу најважнији морфолошки и функционални. Морфолошки се разликују збијена насеља, с кућама окупљеним у компактно језгро, и разбијена насеља, с домаћинствима расутим по атару; посебан наслеђени облик чине планска ушорена села панонског простора, настала колонизацијом у 18. веку. Морфологија није туристички неутрална: збијена приморска и варошка насеља нуде амбијенталност, силуету и простор погодан за пешачко разгледање, док разбијена планинска села нуде предео, мир и дисперзован смештај, из чега следе и различити модели туристичког развоја, од амбијенталних целина до дисперзованог сеоског домаћинства.

Функционално се насеља разликују према доминантној делатности, па се издвајају аграрна, индустријска, рударска, саобраћајна, административна, а посебан тип чине **туристичка насеља**, у којима је туризам главна социо-економска функција: бање, приморска летовалишта и планински центри. Њихова заједничка обележја су хипертрофија услужних делатности и изразита сезонска пулсација: у врхунцу сезоне број присутних лица вишеструко надмашује број сталних становника, што ствара специфичне комуналне, планерске и социјалне проблеме непознате насељима уравнотежених функција. Туристичка насеља су уједно и најзависнија од туристичке коњунктуре, јер немају другу привредну основу на коју би се у кризи ослонила. Развој туристичких насеља није праволинијски. Батлеров модел еволуције туристичких подручја, изведен из маркетиншког концепта животног циклуса производа, описује како туристичко место пролази кроз фазе истраживања, укључивања, развоја, консолидације и стагнације, после које следи опадање или подмлађивање; историјски се овај циклус најјасније читао у настанку, врхунцу и кризи европских приморских одмаралишта (Butler, 1980, према: Williams, 2009). Модел има непосредну управљачку вредност: упозорава да се туристичка вредност насеља не стиче једном заувек, него да зависи од саобраћајних веза, укуса епохе и конкуренције, те да свака фаза циклуса тражи другачију развојну политику.

Историјске градске целине спадају међу најпривлачније облике наслеђа, јер посетиоцу нуде оно што појединачни споменик не може: целовит, читљив амбијент прошлог времена (Williams, 2009). Кулурно-историјски ресурси (споменици, споменичке целине и амбијенталне вредности) чине темељ антропогене туристичке понуде (Kadušić et al., 2018). Туристичка вредност насеља расте с његовом старошћу, очуваношћу морфологије, складом с околним пределом и богатством споменичког фонда, али пресудан чинилац остаје виталност живих

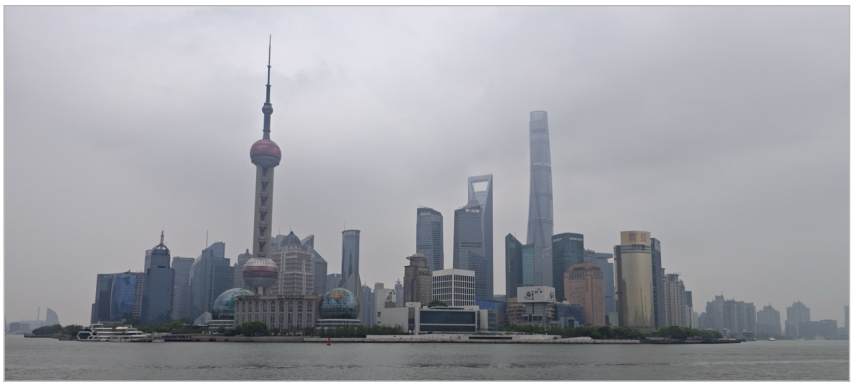
функција: насеље које изгуби становнике и свакодневни живот, а задржи само туристичку функцију, губи управо онај „дух места“ због кога је посећивано. Одржива туристичка валоризација насеља стога подразумева да туризам буде једна од више функција живог насеља, а не замена за њих. Простор и насеља показују се, у целини, као основе туризма у двоструком смислу: као услов без кога туристичких кретања нема и као вредност коју та кретања троше и преобликују.

6.2 Град и туризам

Кључни појмови

урбани туризам; кратки градски одмор (city break); пословни туризам; туристичке зоне града; урбана регенерација; туристички мехур; прекомерни туризам; Билбао ефекат

Град је **најсложенији културни производ људске цивилизације**, део људске културе и историје и епицентар друштвених дешавања. Величина, функције, локација и историја чине градове изразито разноврсним, а управо та разноврсност доприноси њиховој туристичкој привлачности: и већи и мањи градови су мултифункционалне области које истовремено пружају различите функције различитим групама корисника (Kadušić et al., 2018). У томе је и основ урбаног туризма: велики број људи живи и ради у градовима, а у слободно време посећује друге градове, тражећи у њима културно-историјско наслеђе, забаву, догађаје и услуге којих у месту сталног боравка нема (Kadušić et al., 2018). Према националним дефиницијама урбаних насеља, око 58% светског становништва живело је 2025. године у урбаним срединама. Нова, међународно упоредива методологија УН издваја 45% становништва које живи у градовима и још 36% у варошима и просторима средње густине (United Nations DESA, 2025a). Градови су зато истовремено највећа изворишта туристичке тражње и њена важна одредишта.



Слика 82. Пудонг у Шангају — функција савременог мегаграда

Извор: DvTor8303, 2026, Wikimedia Commons, CC0 1.0

Шангај представља упечатљив пример савремене мегаградске средине у којој се преплићу пословне, стамбене, саобраћајне, трговинске и туристичке функције. Панорама Пудонга истовремено одражава размере убрзане урбанизације и начин на који препознатљива архитектура и градски хоризонт постају туристичке атракције.

Урбани туризам обухвата путовања у градове, односно места велике густине насељености. Та путовања су често кратка, па се урбани туризам тесно везује за тржиште кратких одмора (short breaks), дефинисаних као путовања ради одмора у трајању од једне до три ноћи

(UNWTO, према Kadušić et al., 2018). Ипак, кратки градски одмор представља само један сегмент урбаног туризма, који обухвата и пословна, културна, образовна и друга путовања. Његова особеност је у томе што се одвија у срединама које нису створене за туризам: град ради за своје становнике, а туризам је само једна од многих функција које се у њему надмећу за простор (Ashworth & Page, 2011).

Међу 10 популационо највећих градова света чак 9 се налази у Азији, док је Каиро једини изузетак. Такав распоред показује померање тежишта светске урбанизације према Азији, али популациона величина града сама по себи не одређује његов туристички значај нити интензитет туристичког притиска. Упркос томе, урбани туризам је у науци о туризму дуго био запостављен: истраживачка пажња деценијама је била усмерена на одмаралишне, приморске и планинске просторе, иако су градови одувек били међу најзначајнијим одредиштима посетилаца.

Табела 17. Десет популационо највећих градова света, 2025. године

Ранг	Град	Држава	Број становника, у милионима
1	Џакарта	Индонезија	41,9
2	Дака	Бангладеш	36,6
3	Токио	Јапан	33,4
4	Њу Делхи	Индија	30,2
5	Шангај	Кина	29,6
6	Гуангџоу	Кина	27,6
7	Каиро	Египат	25,6
8	Манила	Филипини	24,7
9	Колката	Индија	22,5
10	Сеул	Република Кореја	22,5

Извор: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2025, World Urbanization Prospects 2025; The World's Cities in 2025: Data Booklet

Тек од 1980-их година урбани туризам постаје засебно истраживачко поље, упоредо с процесом у коме се градови са опадајућом индустријском основом све одлучније окрећу услужним делатностима, међу којима и туризму (Kadušić et al., 2018; Page & Duignan, 2023). Тај заокрет има дубље структурне узроке. Савремени град обликован је преласком из индустријске у постиндустријску фазу развоја: од 1970-их година традиционална прерађивачка индустрија бројних западних градова постепено је слабила, а јачају делатности засноване на информацијама, новим технологијама и услугама, чиме потрошња добија све значајнију улогу у градској привреди (Williams, 2009). Напуштена индустријска подручја, докови и складишта постали су истовремено проблем и прилика: простор чија је обнова отворила врата туризму као једном од носилаца нове градске економије. Глобализација је, упоредо, заоштрила конкуренцију међу градовима и учинила да се они све више надмећу имиџом, догађајима и квалитетом доживљаја (Williams, 2009).

Градови су јединствени по распону категорија туристичке тражње које привлаче (Williams, 2009). Пословни туризам — посете ради састанака, сајмова, конгреса и послова — посебно је значајан у великим административним и привредним центрима: одликују га натпросечна потрошња, релативно равномернија годишња расподела и ослањање на инфраструктуру која служи и другим облицима туризма. Ипак, његов значај није исти у свим градовима. Бројну, а статистички слабије видљиву групу чине једнодневни посетиоци, који користе градски простор и услуге, али се не региструју у подацима о ноћењима. Између ових категорија налазе се вишедневни доколичарски гости, посетиоци родбине и пријатеља и учесници догађаја — публика кратких градских одмора.

На страни понуде, *елементи урбане туристичке понуде разврставају се на примарне, секундарне и условне* (Jansen-Verbeke, 1986; Williams, 2009). Примарни елементи су разлози доласка: с једне стране културни садржаји — музеји, галерије, споменици и догађаји — а с друге физичка и социокултурна обележја места: историјске улице и тргови, приобаља, паркови, али и фолклор, језик, обичаји и укупан амбијент места. Секундарне елементе чине смештај, угоститељство и трговина, а условне саобраћајна доступност, туристичке информације и опремљеност простора. Особеност града је у томе што исти елементи истовремено служе становницима и посетиоцима, из чега произлазе и предности — богатија понуда за све кориснике — и напетости услед надметања за исти простор и услуге.

Туристичка активност у граду изразито је просторно концентрисана. Функционалне и доколичарске потребе становника и посетилаца обликују посебне „градове у граду“ — међусобно повезане зоне историјског, културног, забавног, ноћног и куповног града — при чему туристи бројне делове града ретко или никада не посећују (Burtenshaw et al., према Williams, 2009). У америчкој литератури за намерно изграђене, издвојене и надзиране туристичке просторе, фестивалске тржне центре, стадионе и обновљена историјска језгра, скован је појам **туристичког мехура**: *зоне у којој посетилац борави одвојен од свакодневице, па и од социјалних проблема околног града* (Judd, 1999).

Од 1980-их година туризам постаје и алат **урбане регенерације**: напуштена пристаништа, фабрике и складишта претварају се у музејске, конгресне, трговачке и забавне садржаје. Обнова запуштених докова и приобаља, попут преуређења старих гатова Сан Франциска у фестивалско тржиште или обнове унутрашњег града Бирмингема кроз туристичке и садржаје доколице, показала је да туристичка и доколичарска функција могу вратити живот просторима које је индустрија напустила (Williams, 2009). Пословни туризам у тим пројектима има посебну улогу, јер конгресни центри и пратећи хотели чине окосницу многих програма обнове. Билбао представља један од најпознатијих примера урбане регенерације засноване на култури и туризму.

Некадашњи индустријски град, оптерећен деиндустријализацијом и запуштеним приобаљем реке Нервион, током 1990-их започео је обиман програм просторне и економске обнове. Његов најпрепознатљивији симбол постао је Музеј Гугенхајм, отворен 1997. године, чија је упечатљива архитектура допринела промени међународног имиџа града и расту туристичке посете. Појам **Билбао ефекат** означава могућност да значајан културни објекат постане покретач препознатљивости, туризма и шире урбане регенерације. Ипак, преображај Билбаа није био последица само изградње музеја: обухватио је обнову приобаља, унапређење јавног превоза, уређење јавних простора и развој нових културних и пословних функција. Зато се Билбао ефекат не може свести на претпоставку да је за обнову града довољна једна атрактивна грађевина, већ подразумева њено укључивање у дугорочну и координирану стратегију градског развоја (Plaza, 2006; Plaza, 2008).

Успех урбаног туризма произвео је и његов средишњи савремени проблем. Концентрација посете у малим историјским језгрима, пренамена станова у туристички смештај и потискивање садржаја за становнике могу довести до тога да град постепено губи управо онај живи друштвени садржај који га чини привлачним. Отуда се тежиште управљања урбаним туризмом помера од привлачења што већег броја посетилаца ка успостављању равнотеже између града као места живљења и града као дестинације. То подразумева регулисање смештаја, праћење посетилачких токова, просторну и временску дисперзију посете и укључивање становника у доношење одлука (Ashworth & Page, 2011; Koens et al., 2018). **Прекомерни туризам (overtourism)** означава стање у којем обим или концентрација туристичких активности нарушавају квалитет живота локалног становништва и квалитет доживљаја посетилаца. Он се не може одредити само бројем туриста, јер зависи и од величине простора, временске и просторне концентрације посете, односа броја посетилаца и становника, капацитета инфраструктуре и начина управљања дестинацијом. Зато је прекомерни туризам истовремено просторни, стамбени, саобраћајни и друштвени проблем (Koens et al., 2018; Milano et al., 2024).

Барселона показује различите стране развоја урбаног туризма. Њена туристичка понуда повезује архитектонско наслеђе, музеје, јавне просторе, градске плаже, гастрономију, спорт, конгресе и културне догађаје. Посете су, међутим, снажно концентрисане на Саграду фамилију, Парк Гуељ, Ла Рамблу, Готску четврт и приобаље, због чега се у овим деловима стварају препознатљиви туристички коридори. Развој краткорочног смештаја, притисак на становање и промене у структури локалних услуга довели су до тога да туризам постане важно питање права становника на град. Барселона зато показује да урбани туризам може допринети обнови простора, међународној видљивости и запошљавању, али и да без регулације може продубити просторне и друштвене неједнакости (World Tourism Organization et al., 2019; Milano et al., 2024).

Венеција представља један од најпознатијих *примера прекомерног туризма*. Велики број посетилаца, нарочито једнодневних, концентрише се у малом и просторно осетљивом историјском језгру, пре свега око Трга Светог Марка, моста Ријалто и главних пешачких праваца. Последице се огледају у загушењу јавних простора, оптерећењу комуналне и саобраћајне инфраструктуре, пренамени стамбеног простора у туристички смештај и постепеном потискивању функција намењених сталним становницима. Венеција зато показује да прекомерни туризам није само последица великог броја туриста, већ несразмере између обима посете, просторних капацитета града и потреба локалне заједнице (Koens et al., 2018; World Tourism Organization et al., 2019). Ради бољег управљања посетилачким токовима, град је увео више ограничења. Током 2026. године приступна накнада за једнодневне посетиоце примењује се током 60 изабраних дана, од 3. априла до 26. јула, у периоду од 8.30 до 16 часова. Накнада износи 5 евра ако се плати најкасније 4 дана пре посете, односно 10 евра за каснију пријаву. Посетиоци који ноће у смештајним објектима на подручју Венеције ослобођени су плаћања јер већ плаћају боравишну таксу. Ова мера не представља дневну квоту нити забрану уласка, већ покушај да се подстакну раније планирање и равномернија расподела посета. Поред тога, организоване туристичке групе ограничене су на највише 25 лица, забрањена је употреба разгласа, а групама није дозвољено задржавање на мостовима и другим местима на којима ометају кретање пешака (Comune di Venezia, 2024; Comune di Venezia, 2026).

6.3 Рурални простор и туризам

Кључни појмови

рурални простор; село; рурално становништво; рурално-урбани континуум; депопулација; деаграризација; рурални културни предео; рурални туризам

Рурални простор обухвата села и друга мања насеља, њихове атаре, пољопривредне и шумске површине, природне пределе, локалне саобраћајне мреже и друштвене заједнице које у том простору живе и раде. Зато појмови *село* и *рурални простор* нису потпуно истоветни: село је насеље, док је рурални простор шира територијална и друштвена целина. Њега најчешће одликују мања густина насељености, мања и просторније раздвојена насеља, већа заступљеност земљишта намењеног пољопривреди, шумарству и заштити природе, као и израженија зависност становништва од локалних ресурса и доступности оближњих градских центара (Woods, 2005; 2011). Рурални простор није само физичка територија изван града. Он истовремено обухвата материјални простор насеља, земљишта и инфраструктуре, представе о селу и природи, као и свакодневно искуство људи који у њему живе. Због тога се руралност не може одредити само бројем становника или густином насељености. Она се испољава и кроз начин коришћења земљишта, структуру занимања, друштвене односе, локални идентитет и везаност становништва за место (Halfacree, 2006; Woods, 2011).

Не постоји јединствена граница која би у свим државама раздвајала урбана и рурална подручја. Националне статистике

примењују различите критеријуме, као што су број становника, густина насељености, административни статус насеља или структура делатности. Ради лакшег међународног поређења користи се степен урбанизације, којим се територија разврстава на градове, мање градове и полугусто насељена подручја и руралне области. Ова подела показује да између града и села не постоји оштра граница, већ низ прелазних облика који чине рурално-урбани континуум (OECD et al., 2021). Положај у односу на градове снажно утиче на развојне могућности руралних подручја. Приградска села могу бити добро повезана са тржиштем рада и јавним услугама, али су истовремено изложена ширењу градње, промени намене земљишта и расту цена некретнина. У доступним руралним подручјима становништво често комбинује рад у граду са становањем, пољопривредом или породичним пословима на селу. Насупрот томе, удаљена и периферна подручја суочавају се са већим трошковима превоза, ограниченим тржиштем рада и слабијом доступношћу образовања, здравствене заштите и других услуга. Зато се рурални простор не сме посматрати као једнообразна категорија: поједина села расту под утицајем оближњих градова, док друга губе становништво и функције (OECD, 2020).

Током индустријализације и урбанизације пољопривреда је у многим земљама изгубила некадашњи значај као главни извор запослености руралног становништва. Овај процес назива се **деаграризација** и подразумева смањивање удела пољопривредног становништва и прихода који потичу из пољопривреде. Деаграризација, међутим, не значи нестанак пољопривреде нити руралног простора. Савремена рурална домаћинства могу истовремено остваривати приходе од пољопривреде, рада у оближњем граду, прераде хране, мале индустрије, грађевинарства, јавних служби, трговине или туризма. Тако се развија **вишефункционални рурални простор**, у којем производња хране остаје важна, али се допуњује стамбеним, еколошким, енергетским, рекреативним и културним функцијама (Woods, 2005; OECD, 2020).

Демографски процеси представљају једно од кључних питања руралног развоја. Одлазак младих и радно способног становништва смањује репродуктивни и економски потенцијал села, док старење повећава потребу за здравственом и социјалном заштитом. Смањивање броја становника може довести до затварања школа, продавница, пошта и линија јавног превоза, чиме се додатно подстиче исељавање. Ипак, промене нису свуда исте. Поједина рурална подручја привлаче дневне мигранте, повратнике, власнике других домова или становништво које може да ради на даљину, док демографско опадање остаје најизраженије у удаљеним и слабо повезаним пределима. Демографска одрживост зато не подразумева само заустављање пада броја становника, већ и очување старосне равнотеже, радних места, услуга и услова за трајан живот (OECD, 2020).

Рурални простор је и **културни предео** настао дуготрајним деловањем становништва на природу. Распоред села и њива, облици парцела, виногради, воћњаци, пашњаци, терасе, канали, воденице,

путеви и типови кућа одражавају природне услове, историјске односе својине, производне системе и локалне традиције. Његова вредност није само естетска: предео представља материјални запис живота, рада и прилагођавања заједнице. Напуштање пољопривреде, беспланска градња или униформисање архитектуре могу зато променити идентитет руралног простора и пре него што појединачни објекти физички нестану (Woods, 2011).



Слика 83. Рурални културни предео Тоскане

Извор: Ali Sabbagh, 2019, Wikimedia Commons, CC0 1.0

Приказани предео показује да рурални простор није „нетакнута природа", већ резултат дуготрајног прожимања природних услова, пољопривредне производње, насељавања и локалне културе. Управо та целовитост може касније постати и основа његове туристичке привлачности. Туризам је једна од делатности које учествују у савременој функционалној трансформацији руралних подручја. Рурални туризам обухвата активности у којима је доживљај посетилаца повезан са природом, пољопривредом, руралним начином живота, локалном културом и упознавањем предела. Његова понуда може укључивати смештај у сеоским домаћинствима, локалну храну, боравак на пољопривредном газдинству, пешачење, бициклизам, занате и манифестације. Агротуризам је ужи облик и непосредно је повезан са активним пољопривредним газдинством. Ипак, није сваки смештај који се налази изван града рурални туризам: рурални ресурси и начин живота морају представљати део туристичког искуства (Lane, 1994; World Tourism Organization, 2020bb).

Туризам може допунити приходе домаћинстава, подржати продају локалне хране и занатских производа, подстаћи обнову кућа и повећати видљивост руралног наслеђа. Међутим, његов допринос зависи од тога ко поседује туристичке објекте, где се набављају производи и колики део прихода остаје у локалној заједници. Претерана зависност од сезонске посете може створити нестабилна радна места, док ширење викендица и туристичког смештаја може повећати цену земљишта, нарушити предео и потиснути стамбене и производне функције. Туризам зато не може сам зауставити депопулацију нити надокнадити недостатак школа, здравствене заштите, саобраћаја и дигиталне инфраструктуре. Он може допринети демографској и економској одрживости једино када је повезан са

пољопривредом, локалним предузетништвом, јавним услугама и учешћем становника у одлучивању (World Tourism Organization, 2020b; OECD, 2020).

Рурални и урбани простори, према томе, нису одвојени светови. Повезују их миграције, дневно кретање становништва, тржиште рада, снабдевање храном и енергијом, јавне услуге, рекреација и туристичка кретања. Градови су значајна тржишта за производе и услуге руралних подручја, док села и рурални предели обезбеђују храну, природне ресурсе, еколошке функције и простор за одмор. Туризам је само једна од тих веза. Његова сврха не би требало да буде претварање села у сценографију за посетиоце, већ допринос очувању руралног простора као места производње, становања, друштвеног живота и културе.

7 САВРЕМЕНЕ ДРУШТВЕНЕ ПРОМЕНЕ И ТУРИЗАМ

Савремени туризам развија се у условима убрзане дигитализације, климатских промена и све чешћих здравствених, економских и геополитичких поремећаја. Ови процеси не делују одвојено: дигиталне платформе, друштвене мреже и вештачка интелигенција мењају начин избора, организације и доживљавања путовања, док кризе нагло преусмеравају туристичке токове и откривају зависност појединих дестинација од туризма. Истовремено, последице климатских промена угрожавају бројне туристичке ресурсе, али и указују на одговорност самог туризма за раст емисија и потрошњу природних ресурса. Због тога се све изразитије преиспитује развој заснован искључиво на повећању броја долазака и прихода, а већи значај добијају отпорност дестинација, добробит локалног становништва, правичнија расподела користи и трошкова и одговорно управљање туристичким развојем.

7.1 Дигитална трансформација туризма

Кључни појмови:
дигитална трансформација; паметна туристичка дестинација; велики подаци; вештачка интелигенција; дигитална неједнакост

Дигитална трансформација туризма не своди се на прелазак са штампаних каталога на интернет резервације. Она мења начин на који настају туристичке потребе, како се дестинације представљају, како туристи доносе одлуке и како се успостављају односи између посетилаца, предузећа, посредника и локалног становништва. Развој електронског туризма најпре је омогућио непосреднији приступ информацијама, поређење цена и онлајн куповину услуга, док су паметни телефони, друштвене мреже и дигиталне платформе учинили повезаност сталном и присутном током читавог путовања. Туриста више није само прималац информација које производе туристичке организације и предузећа, већ и активни стваралац фотографија, оцена, коментара и препорука које утичу на одлуке других корисника и на јавну слику дестинације (Buhalis & Law, 2008; Xiang & Gretzel, 2010).

У фази инспирације туриста се сусреће са дестинацијом преко претраживача, видео-садржаја, друштвених мрежа и препорука других корисника. Слика места тако се обликује знатно пре физичког доласка, а њену видљивост све више одређују алгоритми који бирају и распоређују садржаје. Током планирања и куповине путовања, платформе за резервацију смештаја и превоза, метапретраживачи, дигиталне мапе и системи оцена омогућавају брзо поређење великог броја понуда. У самој дестинацији паметни телефон обједињује функције карте, водича, преводиоца, средства плаћања, карте за превоз и канала комуникације са пружаоцима услуга. Путовање се не завршава повратком кући: објављивањем фотографија, снимака и рецензија туриста сопствено искуство претвара у информацију која утиче на

наредне посетиоце. На тај начин настаје кружни дигитални путнички циклус у којем се искуство једног туристе укључује у фазу инспирације другог (Xiang & Gretzel, 2010; Neuhofer et al., 2015).

Посебан облик дигиталне трансформације представља **платформизација туризма**. Платформе повезују велики број корисника и понуђача, организују претраживање, плаћање и оцењивање услуга и одређују које ће понуде бити видљиве. Оне су малим пружаоцима услуга и домаћинствима отвориле приступ глобалном тржишту, а туристима омогућиле шири избор и једноставније поређење понуде. Међутим, платформе нису неутрални посредници: њихови алгоритми рангирају смештај, активности и дестинације, док провизије, правила пословања и приступ подацима остају под контролом ограниченог броја глобалних компанија. Локални понуђачи зато могу постати зависни од платформе преко које остварују највећи део продаје, док промена алгоритма или услова коришћења непосредно утиче на њихову видљивост и приходе (Capineri & Romano, 2021). Друштвене мреже додатно су промениле просторну расподелу туристичке пажње. Атрактивна фотографија или видео-снимак могу за кратко време учинити мало познато место глобално видљивим, али видљивост не мора бити праћена одговарајућом инфраструктуром, управљачким капацитетима и користима за локалну заједницу. Алгоритми најчешће додатно истичу већ популарне садржаје, због чега се посетиоци концентришу на ограниченом броју препознатљивих локација, видиковаца и објеката. Истовремено, сложени друштвени и културни простор дестинације може бити сведен на неколико визуелно упечатљивих мотива. Дигитално представљање зато не одражава само туристички простор већ учествује у његовом стварању: утиче на то која ће места бити посећена, фотографисана, комерцијализована или занемарена.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Паметна туристичка дестинација

Паметна туристичка дестинација је дестинација која повезује дигиталну инфраструктуру, податке, јавне службе, туристичка предузећа и кориснике ради унапређења туристичког искуства и управљања простором. Њена суштина није у самом поседовању савремене технологије, већ у способности да се подаци прикупљају, повезују и користе за праћење туристичких токова, информисање посетилаца, рационалније коришћење ресурса и побољшање квалитета живота локалног становништва. Због тога паметна дестинација истовремено представља технолошки, управљачки и друштвени концепт (Gretzel et al., 2015; Buhalis, 2020).

Паметне туристичке дестинације настоје да дигиталне технологије употребе за активније управљање овим процесима. Подаци о кретању посетилаца, коришћењу јавног превоза, посећености атракција и оптерећењу појединих зона могу помоћи у предвиђању гужви, временском распоређивању посета и усмеравању туриста ка мање оптерећеним деловима дестинације. Дигитални системи могу побољшати и приступачност пружањем информација о физичким

препрекама, прилагођеним маршрутама и доступности услуга. Ипак, дестинација не постаје паметна самим увођењем апликација, сензора и електронских карата. Неопходно је да подаци буду поуздани, међусобно повезани и коришћени у јавном интересу, уз јасна правила о приватности и учешће локалног становништва у одлучивању. Технолошка ефикасност без одговарајућег управљања може само убрзати постојеће проблеме (Gretzel et al., 2015; Buhalis, 2020).

Вештачка интелигенција представља најновију фазу ове трансформације. Она се већ користи за предвиђање тражње, прилагођавање цена, аутоматизовану комуникацију са гостима, машинско превођење, препознавање образаца у великим скуповима података и персонализовање препорука. Генеративни системи могу у дијалогу са корисником саставити план путовања, предложити превоз, смештај и активности или прилагодити садржај његовим интересовањима. Њихова предност је брзина обраде великог броја информација, али резултати нису нужно тачни, непристрасни ни просторно уравнотежени. Препоруке могу фаворизовати комерцијално највидљивије понуде, понављати нетачне податке и усмеравати велики број корисника ка истим местима. Отварају се и питања заштите личних података, ауторства дигиталног садржаја, одговорности за погрешну препоруку и промене улоге туристичких агената, водича и запослених у корисничким службама (Tussyadiah, 2020).

Једна од друштвено и просторно највидљивијих последица дигитализације рада јесте појава **дигиталних номада** — високо мобилних професионалаца чији посао није везан за стално радно место и који рад на даљину повезују са дужим или поновљеним боравцима у различитим дестинацијама. Дигиталним номадом зато се не сматра свака особа која повремено ради изван канцеларије, већ она код које мобилност постаје саставни део начина рада и живота. Њихово присуство ствара тражњу за дужим боравцима, поузданим интернетом, просторима за заједнички рад и становање и услугама прилагођеним спајању рада и слободног времена. За дестинације то може значити продужење сезоне и већу потрошњу изван класичних туристичких зона, али и раст цена становања, појаву нових облика гентрификације и нерешена питања виза, опорезивања и приступа јавним услугама. Дигитални номадизам тако замагљује традиционалне границе између рада и одмора, туристе и привременог становника, као и места рада и туристичке дестинације (Hannonen, 2020; Bozzi, 2024).

Коначно, користи од дигитализације нису равномерно распоређене. Туристи се разликују према приступу интернету, дигиталним вештинама, старости и могућности коришћења електронског плаћања, док дестинације располажу веома различитим финансијским, кадровским и инфраструктурним капацитетима. Потпуно укидање недигиталних начина информисања и куповине може искључити део посетилаца, баш као што технолошка зависност малих предузећа може продубити њихову подређеност великим посредницима. Дигитална трансформација туризма зато није само питање техничког напретка. Она је и питање моћи над подацима,

видљивошћу и приступом тржишту, као и питање тога ко од нових технологија остварује корист, а ко сноси њихове друштвене и просторне последице.

7.2 Туризам у условима глобалних криза и неизвесности

Кључни појмови

глобална криза; туристички ризик; рањивост дестинације; отпорност; климатске промене; адаптивни капацитет; управљање кризама; диверзификација; безбедност туриста

Туризам је посебно осетљив на друштвене и просторне поремећаје јер зависи од слободног кретања људи, функционисања саобраћаја, расположивог дохотка, политичке стабилности и поверења путника у безбедност дестинације. Ратови, терористички напади, епидемије, економске кризе, природне катастрофе и екстремни временски догађаји могу за веома кратко време преусмерити или зауставити туристичке токове. Последице се не задржавају само у угоститељству и туристичким агенцијама, већ се преносе на саобраћај, трговину, културу, пољопривреду и бројне услуге које посредно зависе од потрошње посетилаца. Због тога туристичка криза истовремено представља економски, друштвени и просторни процес, а њен значај зависи од обима поремећаја и степена зависности одређене заједнице од туризма (Faulkner, 2001; Hall et al., 2018).

Кризе се разликују према пореклу, просторном обухвату и трајању. Поједини поремећаји настају нагло и имају јасно уочљив почетак, као што су земљотрес, поплава, оружани напад или затварање границе. Други се развијају постепено, али трајно мењају услове туристичког развоја: политичка нестабилност, деградација природних ресурса, несташица воде или смањивање поузданости снежног покривача. При томе исти догађај не производи једнаке последице у свим дестинацијама. Њихова рањивост зависи од изложености ризику, економске зависности од туризма, квалитета инфраструктуре, расположивих финансијских средстава, институционалне координације и способности становништва и предузећа да се прилагоде. Дестинација са разноврсном привредом, више туристичких тржишта и снажним јавним службама лакше подноси поремећај од места чија запосленост, приходи и локални буџет готово у потпуности зависе од једне сезоне или једног типа посетилаца.

Пандемија Ковида 19 показала је колико брзо здравствена криза може прерасти у глобалну кризу мобилности. Затварање граница, ограничење кретања и обустављање великог дела саобраћаја довели су до пада међународних туристичких долазака од 74% у 2020. години у односу на 2019. годину (UNWTO, 2021). Последице нису биле ограничене на губитак туристичких прихода. Криза је открила несигуран положај сезонских, повремених и мигрантских радника, зависност малих предузећа од краткорочног новчаног тока и рањивост места чија је привреда претерано усмерена на међународне посетиоце. Истовремено су домаћи и регионални туризам, боравак у природи и путовања сопственим превозом у појединим фазама кризе делимично ублажили пад међународне тражње. Пандемија је тиме показала да отпорност не зависи само од обима туристичке понуде већ и од

разноврсности тржишта, организације рада и способности институција да брзо прилагоде правила, комуникацију и мере подршке (Gössling et al., 2021; Sigala, 2020).

Геополитички сукоби и политичка нестабилност делују на туризам и онда када се не одвијају непосредно у туристичкој дестинацији. Затварање ваздушног простора, промена саобраћајних праваца, раст цена енергената и осигурања, визни режими и упозорења за путовања могу променити доступност читавих региона. Туристичка тражња снажно зависи од перцепције ризика, па слика дестинације може остати нарушена и након престанка непосредне опасности. Просторна близина кризном подручју понекад је довољна да се шири регион у јавности представи као небезбедан, иако су ризици у његовим појединим деловима веома различити. Зато кризно комуницирање мора бити правовремено, прецизно и просторно диференцирано: умањивање стварне опасности нарушава поверење, док неодређене и драматичне поруке могу додатно проширити економске последице кризе (Sönmez, 1998; Faulkner, 2001).

Климатске промене разликују се од већине краткотрајних криза јер представљају дугорочан процес који повећава учесталост и интензитет појединих ризика. Топлотни таласи, пожари, поплаве, обална ерозија, несташица воде и смањивање снежног покривача мењају сезоналност, употребљивост инфраструктуре и просторну расподелу туристичке тражње. Планински центри изложени су краћим и мање поузданим зимским сезонама, обалске дестинације расту нивоа мора и екстремним температурама, док мала острва истовремено зависе од туризма и припадају просторима најизложенијим климатским последицама. Рањивост је посебно изражена у земљама са ограниченим финансијским и институционалним капацитетима за прилагођавање (Scott et al., 2019). Прилагођавање климатским ризицима не може се свести на техничке интервенције којима се задржава постојећи модел туристичког развоја. Заштита обале, системи упозоравања, управљање водом, планови евакуације и противпожарне мере неопходни су за безбедност посетилаца и становништва, али је у појединим дестинацијама потребно мењати и структуру понуде. То може подразумевати развој садржаја који нису зависни од једне сезоне, временско померање туристичких кретања, ограничавање изградње у зонама високог ризика и постепено смањивање зависности локалне привреде од климатски осетљивих облика туризма. *Адаптивни капацитет* стога зависи од знања, финансијских средстава и инфраструктуре, али и од спремности институција и привреде да прихвате да се поједини облици туристичког коришћења простора не могу неограничено одржавати.

Кризе не погађају све учеснике туризма подједнако. Велика предузећа често располажу већим финансијским резервама, различитим тржиштима и могућношћу просторног премештања пословања, док мала и породична предузећа зависе од једне дестинације и ограниченог периода пословања. Запослени на неодређено време, сезонски радници, неформално запослени и

мигрантска радна снага такође немају једнаку економску и правну заштиту. Слично томе, локално становништво може истовремено сносити последице губитка прихода, ограниченог приступа ресурсима и обнове туристичке инфраструктуре. Процена отпорности зато не треба да се заснива само на брзини опоравка туристичких долазака, већ и на томе како су ризици, губици и мере помоћи распоређени унутар заједнице.

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Отпорност туристичке дестинације

Отпорност туристичке дестинације представља способност њених институција, привреде и локалне заједнице да предвиде поремећаје, ублаже њихове последице, прилагоде се промењеним условима и обнове или преобликују основне функције туристичког система. Отпорност зато не подразумева само брз повратак броја туриста и прихода на стање пре кризе. Она обухвата и способност дестинације да из искуства кризе учи, смањује постојеће слабости и развија праведнији и дугорочно стабилнији модел туризма (Hall et al., 2018).

Диверзификација привреде и туристичких тржишта, јачање локалних ланаца снабдевања, социјална сигурност запослених и учешће становништва у планирању представљају важније показатеље дугорочне отпорности од саме брзине маркетиншког повратка дестинације на тржиште (Hall et al., 2018). Кризе, коначно, отварају питање шта се опоравком настоји обновити. Ако се дестинација врати истом моделу који је производио економску зависност, просторну преоптерећеност и несигуран рад, обновљен је туристички промет, али не и њена стварна отпорност. Савремено управљање зато треба да повеже безбедност и економски опоравак са дугорочним смањивањем рањивости. Тиме се расправа о кризама непосредно повезује са питањем да ли се успех туризма и даље може мерити претежно растом броја посетилаца или су потребни другачији, друштвено одговорнији критеријуми развоја.

7.3 Од туристичког раста ка друштвено одговорном развоју

Кључни појмови

туристички раст; друштвено одговоран развој; инклузивни туризам; демографски одржив развој; добробит локалног становништва; климатска одговорност; декарбонизација; регенеративни туризам

Успешност туристичког развоја дуго је процењивана првенствено бројем долазака и ноћења, оствареним приходима, попуњеношћу смештајних капацитета и учешћем туризма у запослености и бруто домаћем производу. Ови показатељи остају важни, али не показују како су користи и трошкови туризма распоређени, колико прихода остаје у дестинацији и какве промене туризам производи у животу становништва и коришћењу простора. **Раст туристичког промета** зато није исто што и развој. Он може донети нова радна места, приходе и инфраструктуру, али истовремено повећати цене становања, оптеретити јавне службе, продубити сезоналност запошљавања и подстаћи прекомерно коришћење природних и културних ресурса.

Критике одрживог туризма посебно упозоравају на ситуације у којима се ефикасније коришћење појединачних ресурса представља као довољно, док укупан обим путовања, изградње и потрошње наставља да расте (Sharpley, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020). Друштвено одговоран развој полази од питања ко учествује у доношењу одлука, ко остварује економску корист и ко сноси просторне, социјалне и еколошке трошкове туризма. Локално становништво не треба посматрати само као једну од интересних група коју је потребно обавестити о већ донетим плановима. Оно је носилац права на становање, јавни простор, природне ресурсе, културно наслеђе и одлучивање о развоју сопственог места. Инклузивни туристички развој зато подразумева могућност различитих друштвених група да учествују у туристичкој привреди и управљању, посебно оних које су често искључене из власништва, одлучивања и расподеле прихода. То обухвата подршку локалним и малим предузећима, достојанствене услове рада, укључивање жена, младих и маргинализованих група и доступност туристичких и јавних простора особама различитих способности (Scheyvens & Biddulph, 2018).

Важну компоненту таквог приступа представља **демографски одржив развој туризма**. У оквиру овог уџбеника, овај појам означава развој који подржава континуитет и генерацијско обнављање локалне заједнице, уместо да туристичком експанзијом потискује њене сталне становнике. Дестинација се не може сматрати успешно развијеном ако број посетилаца расте, а истовремено се смањује број становника, млади одлазе, станови се претварају у краткорочни смештај, основне услуге нестају, а туристичка привреда зависи од несигурног сезонског рада. Демографски одржив туризам треба да доприноси целогодишњем запошљавању, доступности становања и јавних услуга, професионалном развоју младих, економском оснаживању жена и укључивању досељених и сезонских радника у локалну заједницу. Он мора уважавати и старење становништва, како кроз приступачност туристичких и јавних простора тако и кроз очување услова за свакодневни живот старијих становника. У депопулационим руралним, планинским и пограничним подручјима туризам може допринети диверзификацији прихода, активирању локалног предузетништва, очувању наслеђа и поновном повезивању чланова заједнице. Истраживања туризма заснованог на локалној заједници показују да његов значај не мора бити само економски: заједничко управљање ресурсима може ојачати друштвене везе и способност заједнице да организовано одговори на депопулацију. Ипак, туризам сам по себи не може отклонити структурне узроке исељавања, као што су недостатак образовних, здравствених и саобраћајних услуга или ограничене могућности стабилног запошљавања. Његов демографски допринос зависи од локалног власништва, повезаности са другим делатностима и способности да створи трајна, а не само сезонска радна места (Cáceres-Feria et al., 2021).

Друштвена одговорност туризма истовремено подразумева и **климатску одговорност**. Процењено је да је туризам 2019. године

произвео око 5,2 милијарде тона еквивалента угљен-диоксида, односно 8,8% глобалних емисија гасова са ефектом стаклене баште. У периоду 2009–2019. емисије туризма расле су брже од емисија остатка светске привреде јер повећање туристичке потрошње и обима путовања није могло бити надокнађено постепеним побољшањем технолошке ефикасности (Sun et al., 2024). Декарбонизација туризма зато захтева промене у саобраћају, снабдевању енергијом, изградњи и управљању смештајем, али и преиспитивање обима и просторног домета најемисионо интензивнијих облика путовања. Глазговска декларација о климатској акцији у туризму усмерава потписнике ка преполовљавању емисија до 2030. године и достизању нето нултих емисија најкасније до 2050. године (UNWTO, 2021b). Климатска одговорност не може се свести на лични избор туристе. Одлука да се користи железница уместо авиона зависи од постојања одговарајућих линија, цена, времена путовања и јавних политика, баш као што избор енергетски ефикасног смештаја зависи од начина изградње, снабдевања и регулативе. Добровољне еколошке ознаке, компензација емисија и позиви на „одговорно понашање“ могу имати одређену улогу, али нису замена за институционалне мере, улагање у нискоугљенични саобраћај, просторно планирање и обавезу предузећа да мере и смањују сопствени утицај. Питање је и праведности: највећи део емисија од путовања стварају становници и компаније економски најразвијенијих земаља, док су бројне сиромашније и острвске дестинације изложеније климатским последицама и имају мање средстава за прилагођавање (Sun et al., 2024).

Регенеративни приступ покушава да направи корак даље од смањивања штете. Он не поставља само питање како да туристи троше мање воде или произведу мање отпада, већ како туризам може допринети обнови екосистема, локалних знања, друштвених односа и економске самосталности заједнице. То може обухватити обнову деградираних предела, враћање дела прихода у заштиту наслеђа, ослањање на локалне ланце снабдевања, јачање заједничког управљања и укључивање становника у обликовање туристичког доживљаја. Међутим, назив „регенеративан“ нема вредност ако се користи само као нова маркетиншка ознака. Основно мерило мора бити проверљива промена у стању места и квалитету живота људи, а не начин на који се туристички производ представља на тржишту (Bellato et al., 2023). Промена развојног приступа захтева и промену начина мерења успеха. Број долазака, ноћења и приходи треба да буду допуњени показатељима као што су удео прихода који остаје у локалној заједници, квалитет и стабилност радних места, доступност становања, задовољство становника, сезонска распоређеност посета, емисије, потрошња воде и енергије, стање културног и природног наслеђа и укљученост становништва у одлучивање. Статистички оквир Уједињених нација за мерење одрживости туризма, који је Статистичка комисија УН подржала 2024. године, управо настоји да економске податке о туризму повеже са његовим друштвеним и еколошким последицама (United Nations & UN Tourism, 2024).

ПОЈАМ У ФОКУСУ: Регенеративни туризам

Регенеративни туризам представља приступ у којем циљ није само смањивање негативних последица туризма већ јачање способности локалне заједнице и природне средине да се обнављају и развијају. Он полази од особености конкретног места, повезује локално знање, учешће становништва и обнову екосистема и настоји да туризам ствара дугорочну вредност за заједницу у којој се одвија. Реч је о релативно новом концепту који још нема јединствен модел примене, због чега га треба разумети као развојни правац и критички оквир, а не као готову врсту туризма или ознаку која се може једноставно доделити дестинацији (Bellato et al., 2023).

Прелазак са туристичког раста на друштвено одговоран развој не значи да свака дестинација треба да смањује број посетилаца. У појединим подручјима већи туристички промет може створити неопходне приходе, радна места и услове за очување локалне заједнице, док је у преоптерећеним дестинацијама потребно ограничити поједине облике раста и другачије распоредити посете у простору и времену. Суштина је у томе да раст не буде унапред прихваћен као циљ независно од његових последица. Кључно питање више није само колико туриста дестинација може да привуче, већ какав туризам одговара њеним природним, просторним и демографским могућностима, ко од њега има корист и да ли он оставља заједницу способнијом да у њој људи живе, раде и планирају будућност.

РЕЧНИК КЉУЧНИХ ПОЈМОВА

Речник доноси сажете дефиниције кључних појмова коришћених у уџбенику, азбучним редом; латинични термини наведени су на крају. Појмови су детаљно објашњени у одговарајућим одељцима.

А

аврамске религије — монотеистичке религије заједничког порекла које Аврама признају за праоца: јудаизам, хришћанство и ислам.

агротуризам — облик руралног туризма заснован на боравку и учешћу у животу и раду пољопривредног газдинства.

адаптивни капацитет — способност становништва, предузећа и институција да се прилагоде промењеним условима и поремећајима.

артефакти — материјалне компоненте културе — грађевине, оруђа, ношња, предмети; уз ментифакте и социофакте чине садржај културе (по Зелинском).

асимилација — процес у коме етничка група губи сопствена обележја преузимајући језик и културу већинске заједнице.

аутентичност — својство културних садржаја да изражавају изворни живот заједнице; средишњи мотив савремене туристичке тражње и предмет „уређене аутентичности“.

аутохтоне религије — изворне религијске традиције староседелачких заједница, тесно везане за природу, претке и локални простор.

Б

безбедност туриста — укупност услова и мера који штите посетиоце од ризика; предуслов поверења у дестинацију.

Билбао ефекат — туристичка и имиџ трансформација града покренута иконичним културним објектом, по узору на Гугенхајмов музеј у Билбау (1997).

број становника — основни демографски показатељ укупне величине популације на неком простору; полазиште за тумачење структура, природног кретања и миграција.

будизам — светска, претежно нетеистичка религија проистекла из учења Буде о ослобођењу од патње.

В

велике религије света — најраспрострањеније религијске традиције (хришћанство, ислам, хиндуизам, будизам, јудаизам…) које обликују културне пејзаже и туристичке токове.

велики подаци — масовни дигитални трагови понашања (мобилни, сензорски, трансакциони) који омогућавају праћење и управљање туристичким токовима.

веровање — прихватање религијских истина и представа о светом; унутрашња основа религијске праксе.

верска припадност — изјашњавање појединца о припадности религији или верској заједници; основ верске структуре становништва.

верска структура становништва — подела становништва према религијској припадности; обликује календар, гастрономске захтеве и мотивацију туристичких

путовања.

верске заједнице — организовани облици окупљања верника — цркве, деноминације, редови и братства.

верске мањине — верске заједнице бројчано мање од доминантне у датом простору; чинилац културне разноликости и осетљиво питање верског туризма.

верски календар — годишњи распоред празника и обреда једне религије; одређује ритам ходочашћа и сезоналност религијског туризма.

вештачка интелигенција — технологије које обављају задатке налик људском расуђивању (препоруке, персонализација, предвиђање тражње) у управљању туризмом.

вишегенерацијски туризам — заједничка путовања више генерација исте породице.

вишегенерацијско домаћинство — домаћинство у коме заједно живи више генерација сродника.

Г

гастрономска баштина — традиционална јела, намирнице и кулинарске праксе заједнице као културни и туристички ресурс.

глобализација — процес растуће светске повезаности токова људи, капитала, роба и информација; шири туристичке токове, али и појачава вредност локалних посебности.

глобална криза — поремећај светских размера (пандемија, економски слом, сукоби) који нагло прекида или преусмерава туристичке токове.

глокализација — спајање глобалних стандарда услуге с наглашавањем локалних посебности дестинације.

гостопримство — друштвено уређен однос дочекивања и угошћавања посетилаца; културна вредност и основа туристичког искуства.

Д

деаграризација — опадање удела пољопривреде у запослености и дохотку сеоског становништва.

декарбонизација — смањивање емисија гасова са ефектом стаклене баште у туризму (саобраћај, смештај, енергија), у складу с Глазговском декларацијом.

демографска анализа — испитивање броја, структура и кретања становништва као основе туристичке тражње и понуде.

демографска зависност — однос издржаваног становништва (млади и стари) према радно способном; изражава се коефицијентом старосне зависности.

демографска одрживост — способност заједнице да одржи виталну популациону основу; туризам може бити њен инструмент (запошљавање, задржавање становништва).

демографске промене — дугорочни помаци у броју, структурама и размештају становништва који мењају обим и облике туризма.

демографски одржив развој — у уџбенику: развој који подржава континуитет и генерацијско обнављање локалне заједнице, уместо да туристичком експанзијом потискује сталне становнике.

депопулација — смањивање броја становника неког простора услед ниског наталитета и исељавања.

диверзификација — ширење понуде, тржишта и извора прихода дестинације ради смањења зависности и ризика.

дигитализација — продор дигиталних технологија у све фазе путовања; мења настанак потреба, представљање дестинација и понашање туриста.

дигитална неједнакост — неравномеран приступ дигиталним технологијама, вези и вештинама; извор нових неједнакости међу корисницима и дестинацијама.

дигитална трансформација — дубока промена начина настанка туристичких потреба, представљања дестинација, одлучивања и односа између актера под утицајем дигиталних технологија.

дигитални извори података — подаци настали дигиталним трагом (платформе, мобилне мреже, друштвени медији) који се користе у истраживању туризма.

дигитални номади — радници на даљину који путују и дуже бораве у дестинацијама, замагљујући границу туристе и привременог становника.

дијаспора — делови народа расејани изван матичног простора; извор дијаспорног (VFR) туризма и дознака.

димензије анализе — основни аспекти друштвено-географског приступа туризму: демографски, социјални, културни, економски и просторни.

дисонантно наслеђе — наслеђе оптерећено сукобљеним тумачењима и осећањима различитих група; захтева вишегласну интерпретацију.

дистанца — удаљеност — физичка, временска, економска или когнитивна — која делује као филтер туристичке тражње.

добробит локалног становништва — квалитет живота заједнице као мерило успеха туристичког развоја.

добровољне миграције — кретања покренута економским, образовним или породичним мотивима.

домаћини и гости — класични антрополошко-социолошки модел туристичког сусрета између сталних становника и привремених посетилаца (Smith).

домаћинство — основна друштвено-економска јединица; група лица која заједно станују и деле заједнички буџет, независно од сродства (по УН).

доступност — могућност да се дестинација достигне; предуслов туристичке валоризације атрактивности.

доходак — расположива новчана средства појединца или домаћинства; економски предуслов учешћа у туристичким путовањима.

друштвена географија — грана географије која проучава становништво, насеља, привреду, културу и друштвене односе у простору; чини оквир друштвених основа туризма.

друштвена појава — појава која настаје из односа и деловања људи у друштву; туризам је једна од најмасовнијих.

друштвене неједнакости — разлике у приступу ресурсима и приликама; одређују ко путује и ко има корист од туризма.

друштвене функције религије — улоге религије у друштву: изградња идентитета, друштвена кохезија, моралне норме, тумачење смисла и легитимизација поретка.

друштвени односи — везе и интеракције међу појединцима и групама; туризам их ствара, мења и комерцијализује.

друштвени услови — друштвене околности (слободно време, доходак, права, мобилност) које омогућавају туристичка кретања.

друштвени утицаји туризма — промене у животу локалне заједнице изазване туризмом — економске, социјалне и културне, позитивне и негативне.

друштвено-географски елементи туризма — становништво, насеља, култура, привреда и друштвени односи као основе туристичких кретања.

друштвено-географски приступ — проучавање туризма кроз односе друштва и простора, а не само кроз економске показатеље.

друштвено-географски феномен — појава коју истовремено обликују друштво и простор; туризам је њихов спој.

друштвено одговоран развој — приступ који полази од питања ко одлучује, ко има корист и ко сноси просторне, социјалне и еколошке трошкове туризма.

дуплирање становништва — време потребно да се број становника удвостручи при датој стопи раста.

духовни туризам — путовања мотивисана личним духовним трагањем изван или на рубу институционалне религије (медитацијска повлачења, „духовни“ Камино).

духовност — лични однос према смислу и светом, шири од институционалне религије; покретач духовног туризма.

Е

економска структура — састав становништва према економској активности и секторима делатности (примарни, секундарни, терцијарни); показатељ развојних могућности популације.

емиграција — исељавање, напуштање земље или региона порекла ради трајнијег настањивања другде; особа која се исељава је емигрант.

етничка структура становништва — подела становништва према етничкој, односно националној припадности; основа културне разноликости и идентитета дестинација.

етничке религије — религије везане за један народ и простор, без мисионарског ширења (нпр. јудаизам, хиндуизам, шинто).

етнос — историјски обликована заједница људи повезана пореклом, културом, језиком и свешћу о заједништву.

етносоцијалне вредности — вредности, обичаји, веровања и начини живота које је заједница изградила у свом географско-историјском контексту; темељни културни туристички ресурс.

Ж

животни стил — устаљени образац потрошње, вредности и активности појединца или групе; обликује туристичке изборе.

И

избеглице — особе које су прешле државну границу бежећи од прогона или оружаног сукоба, заштићене Женевском конвенцијом из 1951. године.

имиграција — усељавање, долазак и настањивање у новој земљи или региону; особа која се усељава је имигрант.

индустријализација — историјски процес развоја индустрије који је раздвојио време рада и одмора и створио услове за масовни туризам.

инклузивни туризам — развој који омогућава учешће различитих, посебно маргинализованих група у туристичкој привреди, управљању и коришћењу простора.

интеркултурна компетенција — способност да се сопствени културни обрасци не узимају као универзални и да се понашање прилагоди датом друштвеном и културном контексту.

интеркултурни сусрет — контакт припадника различитих култура у туризму; прилика за размену, али и за неспоразуме.

ислам — монотеистичка светска религија заснована на објави пророка Мухамеда и светој књизи Курану.

Ј

језичка структура становништва — подела становништва према матерњем језику; значајна за комуникацију и културни идентитет у туризму.

јудаизам — најстарија аврамска монотеистичка религија, везана за јеврејски народ и његово свето наслеђе.

К

капацитет носивости — највећи обим посете који простор или заједница може да поднесе без деградације ресурса и квалитета доживљаја.

квалитативне методе — истраживачки поступци усмерени на разумевање значења и искустава (интервјуи, посматрање, студије случаја).

квантитативне методе — истраживачки поступци засновани на бројчаним подацима и статистичкој анализи (анкете, статистике, показатељи).

климатска одговорност — обавеза смањивања климатског утицаја туризма кроз политике, инфраструктуру и понашање, а не само лични избор туристе.

климатске промене — дугорочна промена климе која прекраја туристичке сезоне, дестинације и одговорност сектора.

комодификација — претварање културних и духовних садржаја у робу; одмерена финансира заштиту, прекомерна разара аутентичност.

контактна зона — прелазни простор у коме се преклапају и прожимају културе, језици и религије; средиште размене и вишеструких идентитета.

кориснички генерисан садржај — фотографије, рецензије и објаве самих путника које постају грађа туђе инспирације и репутациони систем дестинација.

култура — научен и друштвено преношен систем знања, вредности, веровања, симбола и пракси; темељ културног и етносоцијалног туризма.

културна дифузија — ширење културних елемената (идеја, техника, обичаја) из једног простора у друге путем контаката, миграција и трговине.

културни ареал — простор у коме преовлађује сродан скуп културних обележја; основна јединица културне регионализације.

културни пејзаж — предео настао деловањем културне групе на природну средину („култура је агенс, природа медиј“); читљив документ друштва.

културно-географска целина (цивилизацијски ареал) — велики простор повезан заједничким цивилизацијским темељом — религијом, писмом, вредностима и наслеђем.

Л

лиминалност — прелазно стање изван свакодневних улога, својствено ходочашћу и путовању; извор осећања communitas.

локална заједница — становништво које трајно живи у туристичком простору; носилац, посредник и мерило вредновања туристичког развоја.

локални идентитет — осећање припадности и посебности локалне заједнице везано за место, културу и наслеђе; ресурс, али и вредност угрожена туристификацијом.

М

макрорегион — велика културно-географска целина издвојена ради просторне оријентације; није држава, народ ни раса.

медијална старост — старост која становништво дели на две бројчано једнаке половине; синтетички показатељ демографске старости.

ментифакти — духовне компоненте културе — религија, митологија, фолклор, језик, вредности.

место — локалитет с посебним значењем за људе; уз простор и средину чини основне географске концепте (Грчић).

мешовите методе — комбиновање квантитативних и квалитативних поступака у истом истраживању.

миграције — просторна кретања становништва с променом места боравка; са туризмом чине континуум просторне покретљивости.

младе генерације — млађе старосне кохорте чији одлазак или останак одређује виталност заједнице и радну снагу туризма.

мобилност — свеобухватно кретање људи, роба, информација и капитала у простору; туризам је један од његових најизразитијих облика.

монотеизам — веровање у једно божанство; својствен аврамским религијама (јудаизам, хришћанство, ислам).

морталитет — учесталост умирања у популацији; изражава се стопом морталитета — бројем умрлих на 1.000 становника годишње.

музеификација — процес у коме историјско насеље губи сталне становнике и свакодневне функције, а задржава само туристичке.

Н

народне религијске традиције — облици народне побожности и обичаја испреплетени с локалном културом, изван строго институционалне религије.

насеље — просторно-функционална јединица сталног или повременог становања; оквир туристичке понуде и туристичка вредност сама по себи.

наталитет — учесталост рађања у популацији; изражава се стопом наталитета — бројем живорођених на 1.000 становника годишње (у промилима).

не-места — простори транзита без идентитета, односа и историје (аеродроми, ланци хотела); супротност местима с духом.

нематеријално културно наслеђе — живе праксе, знања, вештине и изрази заједнице (обичаји, музика, плес, занати, гастрономија) које UNESCO штити Конвенцијом из 2003. године.

нетеистичке традиције — религијско-филозофске традиције без средишњег божанства (нпр. будизам, конфуцијанство).

нуклеарна породица — просто домаћинство двоје одраслих са дететом или децом, односно без деце.

О

обичај — устаљени, друштвено прихваћен образац понашања који се преноси с генерације на генерацију.

образовна структура — састав становништва према нивоу образовања и писмености; утиче на платежну способност, стил живота и културне склоности у туризму.

обред (ритуал) — ритуализован низ радњи симболичке вредности везан за значајан тренутак заједнице или појединца.

одлив мозгова — исељавање високообразоване радне снаге; у туризму ублажаван сезонским и повратним миграцијама.

одрживост — способност да развој задовољи потребе садашњости без угрожавања могућности будућих генерација; обухвата еколошку, социјалну и економску димензију.

отпорност (резилијентност) — способност дестинације да апсорбује поремећај и брзо се опорави уз очување основних функција.

П

паметна дестинација — дестинација која информационим технологијама и подацима управља токовима посетилаца, персонализује доживљај и штеди ресурсе.

платформификација — растућа улога дигиталних платформи у организацији смештаја, превоза и видљивости дестинација; повезано с појмом платформска економија.

платформска економија — посредовање туристичких услуга преко глобалних дигиталних платформи; демократизује понуду, али ствара зависност и гентрификацију.

„поглед туристе“ — друштвено формиран начин гледања места и људи, унапред обликован медијским и културним очекивањима (по Џону Арију).

политеизам — веровање у више божанстава.

полно-старосна структура — састав становништва према полу и старости; темељна структура од које зависе фертилитет, морталитет, економска активност и обрасци туристичке тражње.

популациона пирамида — графички приказ полно-старосне структуре; облик открива младо, зрело или остарело становништво.

популациони раст — увећање броја становника; глобално успорава, али остаје просторно неравномерно.

пословни туризам — путовања мотивисана пословним активностима (састанци, конгреси, сајмови); шири појам од MICE туризма.

постколонијално наслеђе — друштвени, културни и просторни трагови колонијализма који и данас обликују идентитете, односе и туристичке представе.

прекомерни туризам — стање у коме туристички притисак превазилази капацитет носивости дестинације и трајно нарушава живот заједнице (енгл. overtourism).

привреда — систем производње, размене и потрошње; туризам је њен део, али и чинилац који мења локалне економије.

принудне миграције — кретања узрокована ратом, прогоном, природним катастрофама или еколошком деградацијом.

природни прираштај — разлика између броја живорођених и умрлих; ако је број умрлих већи, реч је о природном смањењу становништва.

природно кретање становништва — промене броја становника услед рађања и умирања (наталитет, морталитет, природни прираштај).

приступачни туризам — туризам заснован на универзалном дизајну, доступан особама с ограниченом покретљивошћу и свим осетљивим групама.

просечна величина домаћинства — просечан број чланова домаћинства; у савременим друштвима опада.

простор — основна географска категорија; распоред, удаљеност и доступност појава на Земљиној површини.

просторна анализа — испитивање размештаја, токова и веза туристичких појава у простору.

просторна дифузија религија — ширење религија кроз простор миграцијама, мисионарством, трговином и освајањима.

просторне неједнакости — неравномеран развој и приступ ресурсима међу просторима; туризам их може ублажити или продубити.

просторни распоред религија — размештај религијских заједница у простору као наслеђе историјских дифузија и миграција.

проширена породица — вишегенерацијско домаћинство сродника који живе заједно.

Р

рањивост дестинације — изложеност дестинације штетама од криза, зависна од економске зависности од туризма, инфраструктуре и капацитета прилагођавања.

расна структура становништва — подела становништва према наслеђеним физичким обележјима; научно превазиђена као хијерархија, друштвено релевантна кроз последице дискриминације.

регенеративни туризам — концепт по коме туризам треба да остави место бољим него што га је затекао — обнављајући екосистеме и оснажујући заједнице.

регион — омеђена територија; природни, културно-историјски и политичко-административни региони различите су трајности и туристичке носивости.

религија — систем веровања, симбола и пракси којима заједница уређује однос према светом; вера у надприродно.

религије источне Азије — конфуцијанство, таоизам и шинто — традиције које се преклапају и прожимају свакодневни живот и наслеђе.

религијска мобилност — кретања мотивисана вером — ходочашћа, посете сакралном наслеђу и учешће у верским празницима.

религијска разноврсност — упоредо постојање више религија у истом простору; културно богатство и изазов управљања.

религијски пејзаж — простор обликован размештајем светих места, храмова, симбола и верских заједница.

религијски туризам — путовања чија је мотивација, у целини или делимично, религијске природе; историјско језгро му је ходочашће.

религиозност — степен и облици личне и колективне везаности за религију.

рурална гентрификација — потискивање локалног становништва села растом цена некретнина услед куповине кућа за одмор и туристички смештај.

рурална идила — урбана социјална конструкција села као места једноставности и „правих“ вредности; моћан промотивни ресурс и извор комодификације.

рурални културни предео — сеоски пејзаж обликован пољопривредом, насељем и локалном заједницом; наслеђе и ресурс руралног туризма.

рурални простор — села и мања насеља с атарима, пољопривредним и шумским површинама и заједницама које у њима живе; шира територијална и друштвена целина од села.

рурални туризам — туристичке активности лоциране у руралном простору и функционално руралне — малог обима, локално контролисане и укорењене у живот села.

рурално становништво — становништво које живи у сеоским и мањим насељима руралног простора.

рурално-урбани континуум — низ прелазних облика насеља између изразито урбаних и изразито руралних подручја; показује да оштра граница града и села не постоји.

С

савремено друштво — друштво обликовано глобализацијом, мобилношћу и дигитализацијом, у коме је туризам постао масовна пракса.

сакрална географија — правац културне географије који истражује простор у религијама — света места, сакралне просторе и ходочасничке токове.

сакрални објекат — храм, црква, манастир, џамија, синагога, ступа или светилиште; истовремено место култа и туристички ресурс.

сакрални пејзаж — предео прожет светим местима, објектима и путањама ходочашћа.

сакрални центри — најзначајнија средишта окупљања верника једне религије (Јерусалим, Мека, Варанаси…).

салашарски туризам — панонски облик руралног туризма заснован на наслеђу салаша — повремених насеља војвођанског атара.

самачко домаћинство — домаћинство једне особе; све чешћи тип у савременим друштвима.

санктуаријум — најсветији објекат или простор поклоњења унутар светог места (locus sacer).

саобраћај — систем превоза људи и роба; техничко-просторни предуслов доступности дестинација.

свети простор — простор издвојен и посвећен религијским значењем, супротстављен профаном окружењу.

свето и профано — темељна подела религијске слике света на издвојено, посвећено и на световну свакодневицу (Диркем, Елијаде).

свето место — локалитет коме заједница приписује светост и ка коме усмерава ходочасничке токове.

светска популација — укупан број становника Земље.

светска религија — национално отворена, мисионарска религија — хришћанство, ислам и будизам.

секуларизација — опадање институционалне религиозности у модерним друштвима; у туризму шири публику сакралног наслеђа и духовну тражњу.

село — насеље мање густине и величине, традиционално везано за пољопривреду; ужи појам од руралног простора.

сениорски туризам („сребрна економија“) — туристички сегмент старијег становништва — вансезонски, дуготрајнији, захтеван по приступачности и здравственој сигурности.

сикизам — монотеистичка религија настала у Пенџабу у 15. веку, с елементима хиндуизма и ислама.

слободно време — део свакодневице издвојен од рада и обавеза; друштвени предуслов масовних туристичких кретања.

соло туризам — путовања појединаца који путују сами; повезано с порастом самачких домаћинстава.

социјална права — законом гарантована права (плаћени одмор, скраћено радно време) која су омогућила масовни туризам.

социјална размена — размена користи и трошкова између туриста и домаћина; основа односа заједнице према туризму (теорија социјалне размене).

социокултурни утицаји — деловање туризма на вредности, обичаје и начин живота домаћина и гостију.

социофакти — друштвене компоненте културе — породица, сродство, институције, норме и облици организације.

спољне миграције — међународне миграције, с преласком државне границе.

средина — укупност природних и друштвених обележја једног локалитета које посетилац доживљава.

становништво — укупност људи који живе на одређеном простору; истовремено извор туристичке тражње и локална заједница дестинације.

старење становништва — пораст удела старијих старосних кохорти у укупној популацији; покреће „сребрну економију“ и сениорски туризам.

Т

теренско истраживање — непосредно прикупљање података у простору (посматрање, интервјуи, картирање).

традицијски занат — вештина ручне израде предмета укорењена у локалну културу; ресурс креативног и културног туризма.

триангулација — комбиновање више извора, метода или перспектива ради поузданијег и потпунијег закључивања у истраживању.

туристификација — процес претварања простора и насеља у туристички простор — променом функција, физиономије, цена и становништва.

туристичка гентрификација — истискивање станара из атрактивних четврти пренаменом станова у туристички смештај и растом цена.

туристичка дестинација — простор ка коме су усмерена туристичка кретања; истовремено место потрошње и место живота локалног становништва.

туристичка зона града — део градске територије у коме се концентришу атрактивности, услуге и туристи (историјско језгро, приобаље, креативне четврти).

туристичка кретања — просторно премештање људи ради одмора, рекреације, културе или других немиграцијских мотива, с намером повратка.

туристички мехур — издвојена, безбедна и естетизована зона у којој туриста борави без стварног додира с локалним животом.

туристички простор — део географског простора функционално и физиономски преобликован туристичким кретањима; настаје процесом туристификације.

туристички раст — увећање обима туристичких кретања и прихода; сам по себи није развој.

туристички ризик — вероватноћа и обим штете по туристичке токове услед криза, поремећаја и опасности.

туристички сусрет — непосредан социокултурни контакт између туриста и локалног становништва, обликован односима моћи и културним разликама.

туристичко насеље — насеље у коме је туризам главна социо-економска функција (бање, летовалишта, планински центри); одликује га сезонска пулсација становништва.

У

универзалне религије — религије отворене свим људима, које се шире мисионарством (хришћанство, ислам, будизам).

унутрашње миграције — просторна кретања становништва унутар граница исте државе (нпр. рурално-урбане миграције).

управљање кризама — планирање и поступци усмерени на предвиђање, ублажавање и опоравак од криза у туризму.

урбана револуција — настанак градова као израз дубоких промена друштвених односа (Чајлд); праг цивилизације.

урбана регенерација — обнова запуштених градских простора новим функцијама — музејима, конгресним центрима, креативним четвртима — често с туризмом као полугом.

урбани туризам — туристичка кретања чије је одредиште град и који се одвијају у срединама створеним за становнике, а не за туристе.

урбанизација — пораст удела градског становништва и ширење градског начина живота; чинилац раста туристичке тражње и урбаног туризма.

Ф

фертилитет (плодност) — интензитет рађања мерен у односу на број жена у репродуктивном добу; кључан за репродукцију становништва.

Х

хиндуизам — сложена религијска традиција Индијског потконтинента, без јединственог оснивача и јединственог светог списа.

ходочасничка рута — устаљена путања кретања ходочасника ка светом месту (нпр. Камино де Сантјаго).

ходочасничко средиште — место великих окупљања ходочасника, с развијеном инфраструктуром прихвата.

ходочашће — путовање ка светом месту предузето из побожности, завета или духовне обнове; најстарији облик туристичких кретања.

хришћанство — монотеистичка светска религија заснована на личности и учењу Исуса Христа; данас најбројнија по броју верника.

Ц

цивилизација — дуготрајна и просторно широка историјско-културна формација повезана религијом, писмом, институцијама и наслеђем; у уџбенику аналитички, а не вредносни оквир.

Џ

џаинизам — древна индијска религија строгог ненасиља (ахимса) и аскезе.

8 ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ

Almeida-García, F., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macías, R. (2015). Resident's Attitudes towards the Impacts of Tourism. *Tourism Management* Perspectives, 13, 33–40.

American Association of Physical Anthropologists. (2019). AAPA statement on race and racism. American Journal of Physical Anthropology, 169(3), 400–402. https://doi.org/10.1002/ajpa.23882

Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, *37*(2), 120–130. https://doi.org/10.1177/004728759803700205

Asante, M. K., & Mazama, A. (Eds.). (2009). *Encyclopedia of African Religion. Thousand Oaks, CA: SAGE*.

Ashkenazi, M. (1993). *Matsuri: Festivals of a Japanese Town*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Ashworth, G. J., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. Tourism Management, 32(1), 1–15. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002

Barro, R. J., & Lee, J.-W. (2013). A new data set of educational attainment in the world, 1950–2010. Journal of Development Economics, 104, 184–198. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2012.10.001

Baskin, J. R., & Seeskin, K. (Eds.). (2010). *The Cambridge Guide to Jewish History, Religion, and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bassin, M., Glebov, S., & Laruelle, M. (Eds.). (2015). Between Europe and Asia: The Origins, Theories, and Legacies of Russian Eurasianism. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press.

Becker, G. S. (1991). A Treatise on the Family (Enlarged ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, *25*(4), 1026–1046. https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376

Berger, P. (1999). *The Desecularization of the World: Resurgent Religion and World Politics*. Grand Rapids: Eerdmans.

Berkey, J. P. (2003). The Formation of Islam: Religion and Society in the Near East, 600–1800. Cambridge: Cambridge University Press.

Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, *38*(1), 21–34.

Bhatt, P., & Pickering, C. (2023). Analysing Spatial and Temporal Patterns of Tourism and Tourists' Satisfaction in Nepal Using Social Media. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *44*, 100647.

Blair, S. S., & Bloom, J. M. (1994). The Art and Architecture of Islam 1250–1800. New Haven, CT: Yale University Press.

Boersma, H., & Levering, M. (Eds.). (2015). *The Oxford Handbook of Sacramental Theology*. Oxford: Oxford University Press.

Божић, С., Соларевић, М., Пивац, Т., & Блешић, И. (2018). Културна партиципација као вид активног старења – могућности и предлози иницијатива. *Зборник Матице српске за друштвене науке*, *167*(3), 561–571. https://doi.org/10.2298/ZMSDN1867561B

Bozzi, A. (2024). Digital nomadism from the perspective of places and mobilities: A literature review. *European Transport Research Review*, *16*, Article 50. https://doi.org/10.1186/s12544-024-00663-z

Brandes, S. (2006). *Skulls to the Living, Bread to the Dead: The Day of the Dead in Mexico and Beyond*. Malden: Blackwell Publishing.

Breen, J., & Teeuwen, M. (2010). *A New History of Shinto*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. Tourism Review, 75(1), 267–272. https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. Tourism Management, 29(4), 609–623. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

Buswell, R. E., Jr., & Lopez, D. S., Jr. (2014). *The Princeton Dictionary of Buddhism*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Butler, R., & Hinch, T. (Eds.). (2007). *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Cáceres-Feria, R., Hernández-Ramírez, M., & Ruiz-Ballesteros, E. (2021). Depopulation, community-based tourism, and community resilience in southwest Spain. *Journal of Rural Studies*, *88*, 108–116. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.10.008

Caldwell, J. C. (1982). Theory of Fertility Decline. London: Academic Press.

Cantarero-Prieto, D., Pascual-Sáez, M., & Blázquez-Fernández, C. (2018). What is Happening with Quality of Life Among the Oldest People in Southern European Countries? An Empirical Approach Based on the SHARE Data. *Social Indicators Research*, 140(3), 1195–1209. https://doi.org/10.1007/s11205-017-1828-5

Capineri, C., & Romano, A. (2021). The platformization of tourism: From accommodation to Experiences. Digital Geography and Society, 2, 100012. https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2021.100012

Childe, V. G. (1950). The urban revolution. Town Planning Review, 21(1), 3–17.

Clark, C. (1940). The Conditions of Economic Progress. London: Macmillan.

Clarke, A., & Warren, L. (2007). Hopes, fears and expectations about the future: what do older people's stories tell us about active ageing? *Ageing & Society*, *27*(4), 465–488.

Cloos, P., Allen, F., Alvarado, B., Zunzunegui, M., Simeon, D., & Eldemire-Shearer, D. (2010). Active ageing: A qualitative study in six Caribbean countries. *Ageing & Society*, *30*(1), 79–101.

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. Annals of Tourism Research, 15(3), 371–386. https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X

Cohen, E. (1992). Pilgrimage centers: Concentric and excentric. Annals of Tourism Research, 19(1), 33–50. https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90105-X

Coleman, S., & Eade, J. (Eds.). (2004). *Reframing Pilgrimage: Cultures in Motion*. London–New York: Routledge.

Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism, 14(6), 629–644. https://doi.org/10.2167/jost607.0

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, *37*(2), 440–456. https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016

Comune di Venezia. (2024). Regolamentazione dei gruppi turistici accompagnati. https://www.comune.venezia.it/it/node/60125

Comune di Venezia. (2026). Contributo di Accesso: FAQ 2026. https://cda.ve.it/it/faq?category=pagamento-accesso

Conerly, T. R., Holmes, K., & Tamang, A. L. (2021). *Introduction to Sociology 3e*. Houston, TX: OpenStax.

Cort, J. E. (2001). *Jains in the World: Religious Values and Ideology in India*. New York: Oxford University Press.

Custodia Terrae Sanctae. (2019). *Jerusalem, the City of the Historical Via Crucis. Jerusalem: Custody of the Holy Land*.

Dattani, S., & Rodés-Guirao, L. (2025). *The baby boom in seven charts*. Our World in Data. https://archive.ourworldindata.org/20260304-094028/baby-boom-seven-charts.html

Davie, G. (1994). *Religion in Britain since 1945: Believing without Belonging*. Oxford: Blackwell.

De Lange, N. (2009). *An Introduction to Judaism (2nd ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Девеџић, М. (2006). *О природном кретању становништва*. Београд: Завод за уџбенике.

Ђурђев, Б. С. (2001). *Основне технике у демографији*. Београд: Друштво демографа Југославије; Нови Сад: Змај.

Doepke, M., Hazan, M., & Maoz, Y. (2015). *The Baby Boom and World War II: A Macroeconomic Analysis. Review of Economic Studies, 82(3), 1031–1073*.

Dundas, P. (2002). *The Jains (2nd ed.)*. London: Routledge.

Durkheim, E. (1995). *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: Free Press.

Eade, J., & Sallnow, M. J. (Eds.). (1991). Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage. London–New York: Routledge.

Eck, D. L. (1998). *Darsan: Seeing the Divine Image in India (3rd ed.)*. New York: Columbia University Press.

Eck, D. L. (2012). *India: A Sacred Geography*. New York: Harmony Books.

Eicher, J. B. (Ed.). (1995). *Dress and Ethnicity: Change Across Space and Time*. Oxford: Berg.

Eliade, M. (2003). *Свето и профано*. Сремски Карловци - Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, *68*, 250–263.

Esposito, J. L. (2016). Islam: The Straight Path (5th ed.). New York: Oxford University Press.

Esteve, A., Pohl, M., Becca, F., Fang, H., Galeano, J., García-Román, J., Reher, D., Trias-Prats, R., & Turu, A. (2024). A global perspective on household size and composition, 1970–2020. Genus, 80, Article 2. https://doi.org/10.1186/s41118-024-00211-6

Eurostat. (2017). *Eurostat: Statistics explained*.

Eurostat. (2024). *Demography of Europe – 2024 edition*. Retrieved April, 2026 from European Commission: https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/demography-2024

Eurostat. (2025a). *Population and population change statistics. (European Commission) Retrieved April, 2026 from Statistics Explained: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_and_population_change_statistics*

Eurostat. (2025b). *Fertility statistics. (European Commission) Retrieved April, 2026 from Statistics Explained: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Fertility_statistics*

Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, *16*(2), 150–167.

Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, *22*(2), 135–147. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0

Fisher, A. G. B. (1939). Production, primary, secondary and tertiary. Economic Record, 15(1), 24–38.

Flood, G. D. (1996). *An Introduction to Hinduism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fuller, C. J. (2004). *The Camphor Flame: Popular Hinduism and Society in India (Rev. and expanded ed.)*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Geertz, C. (1993). Religion as a Cultural System. In The Interpretation of Cultures: Selected Essays (pp. 87–125). London: Fontana Press.

Gethin, R. (1998). *The Foundations of Buddhism*. Oxford: Oxford University Press.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, 29(3), 403–428. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, *29*(1), 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708

Грчић, М. (2011). *Географија религија*. Београд: Географски факултет Универзитета у Београду.

Грчић, М. (2014). *Географија култура и цивилизација*. Београд: Географски факултет Универзитета у Београду.

Грчић, М. (2000). Политичка географија. Београд: Географски факултет.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25, 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Guttentag, D. A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. International Journal of Tourism Research, 11(6), 537–551. https://doi.org/10.1002/jtr.727

Hackett, C., Stonawski, M., Tong, Y., Kramer, S., Shi, A. F., & Fahmy, D. (2025). *How the Global Religious Landscape Changed From 2010 to 2020*. Pew Research Center. https://doi.org/10.58094/fj71-ny11

Hadinejad, A., Moyle, B. D., Scott, N., Kralj, A., & Nunkoo, R. (2019). Residents' Attitudes to Tourism: A Review. *Tourism Review*, *74*(2), 157–172.

Halfacree, K. (2006). Rural space: Constructing a three-fold architecture. In P. Cloke, T. Marsden, & P. H. Mooney (Eds.), *Handbook of Rural Studies* (pp. 44–62). SAGE.

Hall, C. M. (2012). Spatial analysis: A critical tool for tourism geographies. In J. Wilson (Ed.), The Routledge handbook of tourism geographies. Routledge.

Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2018). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Bristol: Channel View Publications. https://doi.org/10.21832/9781845416317

Hall, C. M., & Tucker, H. (Eds.). (2004). Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations. London–New York: Routledge.

Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, *22*(3), 335–353. https://doi.org/10.1007/s40558-020-00177-z

Harvey, G. (2005). *Animism: Respecting the Living World*. New York: Columbia University Press.

Harvey, G., & Whitehead, A. (Eds.). (2018). *Indigenous Religions: Critical Concepts in Religious Studies*. London: Routledge.

Harvey, P. (2013). *An Introduction to Buddhism: Teachings, History and Practices (2nd ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hawks, J., Hunley, K., Lee, S.-H., & Wolpoff, M. (2000). Population Bottlenecks and Pleistocene Human Evolution. *Molecular Biology and Evolution*, *17*(1), 2–22.

Hazbun, W. (2008). *Beaches, Ruins, Resorts: The Politics of Tourism in the Arab World*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Higgins-Desbiolles, F. (2011). Resisting the Hegemony of the Market: Reclaiming the Social Capacities of Tourism. In S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann (Eds.), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice* (pp. 53–68). Bristol: Channel View Publications.

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. Tourism Geographies, 22(3), 610–623. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748

Hill, P. C., Pargament, K. I., Hood, R. W., McCullough, M. E., Swyers, J. P., Larson, D. B., & Zinnbauer, B. J. (2000). Conceptualizing Religion and Spirituality: Points of Commonality, Points of Departure. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, *30*(1), 51–77. https://doi.org/10.1111/1468-5914.00119

Hoffmann, H. M., & Mills, M. (2020). Religious freedom, the value of sacred places, and the price of cultural ignorance. In A Third Way: Decolonizing the Laws of Indigenous Cultural Protection (pp. 41–56). Cambridge: Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108697743.005

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Huang, L., Zan, J., Lv, K., & Zhao, X. (2025). A Systematic Review of Mixed Methods Research in Tourism and Hospitality. Journal of Hospitality and *Tourism Management*, *63*, 163–176.

Huntington, S. P. (1996). The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York: Simon & Schuster.

Huxley, J. (1955). Evolution, cultural and biological. *Yearbook of Anthropology*, 2–25. https://doi.org/10.1086/yearanth.0.3031134

ICOMOS. (2022). International Charter for Cultural Heritage Tourism: Reinforcing Cultural Heritage Protection and Community Resilience through Responsible and Sustainable Tourism Management. Charenton-le-Pont: ICOMOS. https://openarchive.icomos.org/id/eprint/2801/

Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. New York: Cambridge University Press.

International Labour Organization. (2024a). ILOSTAT database. https://ilostat.ilo.org/data/

International Labour Organization. (2024b). World Employment and Social Outlook: Trends 2024. Geneva: ILO.

International Labour Organization. (2024c). Global Employment Trends for Youth 2024: Decent Work, Brighter Futures. Geneva: ILO. https://doi.org/10.54394/ZUUI5430

Jansen-Verbeke, M. (1986). Inner-city tourism: Resources, tourists and promoters. Annals of Tourism Research, 13(1), 79–100. https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90058-7

Judd, D. R. (1999). Constructing the tourist bubble. In D. R. Judd & S. S. Fainstein (Eds.), The Tourist City (pp. 35–53). New Haven, CT: Yale University Press.

Kadušić, A., Smajić, S., & Mešanović, Dž. (2018). Turistička geografija: fizičkogeografske i društvenogeografske osnove turizma. Tuzla: Off-set; Geografsko društvo Tuzlanskog kantona.

Kaeppler, A. L. (2000). Dance ethnology and the anthropology of dance. *Dance Research Journal*, *32*(1), 116–125.

Khalid, A. (2021). Central Asia: A New History from the Imperial Conquests to the Present. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Kilde, J. H. (Ed.). (2022). The Oxford Handbook of Religious Space. New York: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190874988.001.0001

Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage. Berkeley, CA: University of California Press.

Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, *10*(12), 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384

Kohn, L. (2009). *Introducing Daoism*. London: Routledge.

Komjathy, L. (2013). The Daoist Tradition: An Introduction. London–New York: Bloomsbury Academic.

Kozak, M., Cetin, G., & Alrawadieh, Z. (2024). Repositioning Work and Leisure: Digital Nomads Versus Tourists. *International Journal of Tourism Research*, *26*, e2732. https://doi.org/10.1002/jtr.2732

Lam, D. (2025). The Next 2 Billion: Can the World Support 10 Billion People? *Population and Development Review*, *51*, 63–102.

Lane, B. (1994). What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2(1–2), 7–21. https://doi.org/10.1080/09669589409510680

Lapidus, I. M. (2014). *A History of Islamic Societies. 3rd ed*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lashley, C. (2000). Towards a theoretical understanding. In C. Lashley & A. Morrison (Eds.), *In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates* (pp. 1–17). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Lassen, A., & Moreira, T. (2014). Unmaking old age: political and cognitive formats of active ageing. *Journal of ageing studies*, *30*, 33–46.

Lewontin, R. C. (1972). The apportionment of human diversity. Evolutionary Biology, 6, 381–398.

Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: University Press of Kentucky.

Lutz, W., Butz, W. P., & KC, S. (Eds.). (2014). World Population and Human Capital in the Twenty-First Century. Oxford: Oxford University Press.

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. American Journal of Sociology, 79(3), 589–603. https://doi.org/10.1086/225585

MacCannell, D. (1976). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken Books.

MacCulloch, D. (2009). *A History of Christianity: The First Three Thousand Years*. London: Allen Lane.

Maclean, K. (2008). *Pilgrimage and Power: The Kumbh Mela in Allahabad, 1765–1954*. Oxford: Oxford University Press.

Mandair, A.-P. S. (2013). *Sikhism: A Guide for the Perplexed*. London: Bloomsbury Academic.

Mastercard & CrescentRating. (2023). Global Muslim Travel Index 2023. https://www.crescentrating.com/images/downloads/fgTyfXmm_GMTI_2023_Report_-_Final_Version_-_1st_June.pdf

MBO Partners. (2022). 2022 Digital Nomads Report. https://www.mbopartners.com/state-of-independence/digital-nomads-2022-report/

McGrath, A. E. (2015). *Christianity: An Introduction (3rd ed.)*. Chichester: Wiley Blackwell.

McKenna, M. (2008). Transcultural nursing care of older adult clients. In M. Andrews & J. Boyle (Eds.), *Transcultural concepts in nursing care* (pp. 168–195). Wolters-Kluwer.

McSweeney, B. (2002). Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith — a failure of analysis. *Human Relations*, *55(1)*, *89*–118. https://doi.org/10.1177/0018726702551004

Michaels, A. (2004). *Hinduism: Past and Present*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Mignolo, W. D. (2005). *The Idea of Latin America*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Milano, C., Koens, K., & Russo, A. P. (2024). The politics of urban tourism (im)mobilities: Critical perspectives on inequalities and social justice. *Cities*, *152*, Article 105148.

Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*, *16(4)*, *353–357*. *https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604*

Mitchell, R. E., & Reid, D. G. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, *28*(1), 113–139.

Molina-Azorín, J. F., & Font, X. (2016). Mixed Methods in Sustainable Tourism Research: An Analysis of Prevalence, Designs and Application in JOST (2005–2014). *Journal of Sustainable Tourism*, *24(4)*, *549–573*. https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1073739

Nedelea, A. (2008). Tourism Market and Demographic Changes. *Contemporary Economics*, *2*(4), 61–67.

Nesbitt, E. (2016). *Sikhism: A Very Short Introduction (2nd ed.)*. Oxford: Oxford University Press.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. Electronic Markets, 25, 243–254. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1

Noble, A. G. (1992). *To Build in a New Land: Ethnic Landscapes in North America*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Nolan, M., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, *19*(1), 68–78.

Norris, P., & Inglehart, R. (2011). *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide (2nd ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, *39*(1), 243–268.

OECD. (2024). *Society at a glance 2024: OECD social indicators*. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/918d8db3-en

OECD. (2020). Rural Well-being: Geography of Opportunities. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/d25cef80-en

OECD, European Commission, FAO, UN-Habitat, ILO, & World Bank. (2021). Applying the Degree of Urbanisation: A Methodological Manual to Define *Cities*, Towns and Rural Areas for International Comparisons. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/4bc1c502-en

Olupona, J. K. (2014). *African Religions: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Oxley, H. (2009). *Policies for Healthy Ageing: An Overview*. Paris: OECD Publishing.

Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in *Tourism Management*: Is urban tourism a paradoxical research domain? Progress since 2011 and prospects for the future. Tourism Management, 98, 104737. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104737

Palazzo, M., Gheorghe, G., Blaga, D.-A., & Țiță, A. (2022). Sustainable tourism issues in European countries during the global pandemic crisis. *Sustainability*, *14*, Article 3844.

Park, C. (1994). *Sacred Worlds: An Introduction to Geography and Religion*. London - New York: Routledge.

Park, C. (2004). Religion and geography. In J. R. Hinnells (Ed.), *The Routledge Companion to the Study of Religion* (pp. 414–445). London: Routledge.

Perek-Białas, J., Ruzik, A., & Vidovićová, L. (2006). Active ageing policies in the Czech Republic and Poland. *International Social Science Journal*, *58*(190), 559–570.

Pew Research Center. (2017). *The Changing Global Religious Landscape*. Washington, D.C.: Pew Research Center.

Pew Research Center. (2015). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050. Washington, D.C.: Pew Research Center.

Pilcher, J. M. (2012). *Planet Taco: A Global History of Mexican Food*. Oxford: Oxford University Press.

Plaza, B. (2006). The return on investment of the Guggenheim Museum Bilbao. *International Journal of Urban and Regional Research*, *30*(2), 452–467. https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2006.00672.x

Plaza, B. (2008). On some challenges and conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be an effective economic re-activator. *International Journal of Urban and Regional Research*, *32*(2), 506–517. https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2008.00796.x

Poceski, M. (2009). *Introducing Chinese Religions*. London: Routledge.

Poston, D. L., & Bouvier, L. F. (2017). *Population and Society: An Introduction to Demography — 2nd edition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pregadio, F. (Ed.). (2008). The Encyclopedia of Taoism. London–New York: Routledge.

Preston, S., Heuveline, P., & Guillot, M. (2001). *Demography: Measuring and Modeling Population Processes*. Oxford / Malden: Blackwell Publishers.

Primiano, L. N. (1995). Vernacular religion and the search for method in religious folklife. *Western Folklore*, *54*(1), 37–56.

Reader, I. (2015). *Pilgrimage: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2003). Cross-Cultural Behaviour in Tourism: Concepts and Analysis. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, *19*(1), 51–67. https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y

Ritchie, B. W. (2003). Managing Educational Tourism. Clevedon: Channel View Publications. https://doi.org/10.21832/9781873150528

Ritchie, H., & Rodés-Guirao, L. (2024). *Peak global population and other key findings from the 2024 UN World Population Prospects*. Our World in Data. https://archive.ourworldindata.org/20260501-210130/un-population-2024-revision.html

Ritchie, H., & Roser, M. (2024). *Age structure*. Retrieved May, 2026 from Our World in Data: https://ourworldindata.org/age-structure

Ritchie, H., Samborska, V., Ortiz-Ospina, E., & Roser, M. (2023). Global Education. Our World in Data. https://ourworldindata.org/global-education

Robinet, I. (1997). Taoism: Growth of a Religion. Stanford, CA: Stanford University Press.

Rohenkohl, B., Arriagada, P., & Ortiz-Ospina, E. (2026). Work and Employment. Our World in Data. https://ourworldindata.org/work-employment

Roser, M. (2019). *The global population pyramid: How global demography has changed and what we can expect for the 21st century*. Our World in Data. https://archive.ourworldindata.org/20260515-160429/global-population-pyramid.html

Roser, M., Ritchie, H., & Samborska, V. (2023). *How has world population growth changed over time? Retrieved May 2026, from Our World in Data: https://archive.ourworldindata.org/20260326-084936/population-growth-over-time.html*

Ruthven, M. (2012). Islam: A Very Short Introduction (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/actrade/9780199642878.001.0001

Saarinen, J. (2014). *Tourism Geographies*: Connections with Human Geography and Emerging Responsible Geographies. Geographia Polonica, 87(3), 343–352.

Said, E. W. (1978). *Orientalism*. New York: Pantheon Books.

Sallnow, M. J. (1987). *Pilgrims of the Andes: Regional Cults in Cusco*. Washington, D.C.: Smithsonian Institution Press.

Savigliano, M. E. (1995). *Tango and the Political Economy of Passion*. Boulder: Westview Press.

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management, 20(2), 245–249. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7

Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, *20*(4), 589–609. https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985

Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, *77*, 49–61. https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007

Šegota, T., Kozak, M., & Kumar, M. (2024). Resident Perceptions and Responses to Tourism: Individual vs Community Level Impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, *32(2), 340–363. https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2149759*

Seyfi, S., Nunkoo, R., & Devi Juwaheer, T. (2024). Rethinking Research on Social Impacts of Tourism. In R. Nunkoo, *A Research Agenda for the Social Impacts of Tourism* (pp. 1–14). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Shackley, M. (2001). *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. London: Continuum.

Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(11), 1932–1946. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732

Sheller, M. (2003). *Consuming the Caribbean: From Arawaks to Zombies*. London: Routledge.

Sheller, M. (2023). Mobility – Tourism. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), Encyclopedia of Tourism. Cham: Springer.

Sheller, M., & Urry, J. (2004). *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. London: Routledge.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. Journal of Business Research, 117, 312–321. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015

Silva, O., & Correia, A. (2008). Facilitators and Constraints in Leisure Travel Participation: The Case of the Southeast of Portugal. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, *2*(1), 25–43.

Silverstein, A. J., Stroumsa, G. G., & Blidstein, M. (Eds.). (2015). *The Oxford Handbook of the Abrahamic Religions*. Oxford: Oxford University Press.

Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, *17*(3), 321–336.

Smeral, E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: New challenges for tourism policies in European countries. Tourism Management, 19(4), 371–380. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00036-3

Smith, L. (2006). Uses of Heritage. London–New York: Routledge.

Smith, S., Tayman, J., & Swanson, D. (2013). *A Practitioner's Guide to State and Local Population Projections*. Dordrecht: Springer.

Smith, V. (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, *19*(1), 1–17.

Smith, V. L. (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism — 2nd edition*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Solarević, M., & Božić, S. (2018). Through Serbia to peace and a better life: A global phenomenon or a local problem? In T. Lukić & A. Terzić (Eds.), Ethnic Groups at the Beginning of the 21st Century (pp. 57–84). Novi Sad: University of Novi Sad, Faculty of Sciences, Department of Geography, Tourism and Hotel Management.

Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, *25*(2), 416–456. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00093-5

Stone, M. J., & Petrick, J. F. (2013). The educational benefits of travel experiences: A literature review. Journal of Travel Research, 52(6), 731–744. https://doi.org/10.1177/0047287513500588

Strong, J. S. (2015). *Buddhisms: An Introduction*. London: Oneworld Publications.

Stump, R. (2008). *The Geography of Religion: Faith, Place, and Space. Lanham: Rowman & Littlefield*.

Sun, Y.-Y., Faturay, F., Lenzen, M., Gössling, S., & Higham, J. (2024). Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*, *15*, Article 10384. https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7

Sykes, G. (2007). *The society of captives: A study of a maximum security prison*. Princeton: Princeton University Press.

Tafjord, B. O. (2013). Indigenous religion(s) as an analytical category. *Method & Theory in the Study of Religion*, *25*(3), 221–243.

Tao, C., Zhou, X., Wang, Y., & Zhang, X. (2026). Comparisons in Limited Mobility: Exploring the Shaping of Travel Experience for Individuals with Physical Disabilities. *Journal of Travel Research*, *65*(2), 557–576.

Timothy, D. (2018). Geography: The Substance of Tourism. *Tourism Geographies*, *20*(1), 166–169.

Timothy, D. J. (2011). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Bristol: Channel View Publications.

Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (Eds.). (2009). Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective. London–New York: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203877753

Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. London and New York: Routledge.

Tong, Y. (2026). *Religious Diversity Around the World*. Pew Research Center. https://doi.org/10.58094/ef8g-cr20

Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. Tourism Management, 21(6), 613–633. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1

Turner, V., & Turner, E. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture*. New York: Columbia University Press.

Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on artificial intelligence and robotics in tourism. Annals of Tourism Research, 81, 102883. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883

Tylor, E. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: John Murray.

UNESCO. (2008a). *Indigenous Festivity Dedicated to the Dead*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/indigenous-festivity-dedicated-to-the-dead-00054

UNESCO. (2008b). *Taquile and Its Textile Art*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/taquile-and-its-textile-art-00166

UNESCO. (2009a). *Indonesian Batik*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170

UNESCO. (2009b). *Tango*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/tango-00258

UNESCO. (2010a). *Flamenco*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/flamenco-00363

UNESCO. (2010b). *Traditional Mexican Cuisine: Ancestral, Ongoing Community Culture, the Michoacán Paradigm*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-mexican-cuisine-ancestral-ongoing-community-culture-the-michoacan-paradigm-00400

UNESCO. (2011). *Pilgrimage to the Sanctuary of the Lord of Qoyllurit'i*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/pilgrimage-to-the-sanctuary-of-the-lord-of-qoyllurit-i-00567

UNESCO. (2013a). *Commemoration Feast of the Finding of the True Holy Cross of Christ*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/commemoration-feast-of-the-finding-of-the-true-holy-cross-of-christ-00858

UNESCO. (2013b). *Kimjang, Making and Sharing Kimchi in the Republic of Korea*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/kimjang-making-and-sharing-kimchi-in-the-republic-of-korea-00881

UNESCO. (2013c). *Mediterranean Diet*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/mediterranean-diet-00884

UNESCO. (2013d). *Washoku, Traditional Dietary Cultures of the Japanese, Notably for the Celebration of New Year*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869

UNESCO. (2014). *Slava, Celebration of Family Saint Patron's Day*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/slava-celebration-of-family-saint-patron-s-day-01010

UNESCO. (2015). *Surova Folk Feast in Pernik Region*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/surova-folk-feast-in-pernik-region-00968

UNESCO. (2016). *Yama, Hoko, Yatai, Float Festivals in Japan*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/yama-hoko-yatai-float-festivals-in-japan-02292

UNESCO. (2017a). *Kolo, Traditional Folk Dance*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/kolo-traditional-folk-dance-01270

UNESCO. (2017b). *Kumbh Mela*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/kumbh-mela-01258

UNESCO. (2020). *Zlakusa Pottery Making, Hand-Wheel Pottery Making in the Village of Zlakusa*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/zlakusa-pottery-making-hand-wheel-pottery-making-in-the-village-of-zlakusa-01466

UNESCO. (2021a). *Gamelan*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/gamelan-01607

UNESCO. (2021b). *Living Heritage and Foodways*. Paris: UNESCO Intangible Cultural Heritage. https://ich.unesco.org/en/news/16-october-world-food-day-a-focus-on-living-heritage-and-foodways-13343

UNESCO. (2024). *Basic Texts of the 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. https://ich.unesco.org/en/basic-texts-00503

UNESCO. (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Paris: UNESCO. https://whc.unesco.org/en/conventiontext/

UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris: UNESCO. https://ich.unesco.org/en/convention

UNESCO World Heritage Centre. (2015). *Routes of Santiago de Compostela: Camino Francés and Routes of Northern Spain*. Paris: UNESCO. https://whc.unesco.org/en/list/669/

United Nations. (2024). *World Population Prospects 2024: Summary of Results*. New York: United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division.

United Nations. (2015). Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations. https://sdgs.un.org/2030agenda

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2023). *World Population Ageing 2023: Challenges and Opportunities of Population Ageing in the Least Developed Countries*. New York: United Nations.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2025a). *World Urbanization Prospects 2025: Summary of Results*. New York: United Nations. https://population.un.org/wup/

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2025b). The World's *Cities* in 2025: Data Booklet. New York: United Nations. https://www.un.org/development/desa/pd/node/4460

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2025c). International Migrant Stock 2024: Key Facts and Figures. New York: United Nations. https://www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock-2024-key-facts-and-figures

United Nations High Commissioner for Refugees. (2023). Global Trends: Forced Displacement in 2022. Geneva: UNHCR.

United Nations High Commissioner for Refugees. (2025). Global Trends: Forced Displacement in 2024. Geneva: UNHCR. https://www.unhcr.org/global-trends-report-2024

United Nations Statistics Division. (2023). *Ethnicity: A review of data collection and dissemination*. New York: United Nations.

United Nations Statistics Division. (2024). *Towards an overarching conceptual framework for social and demographic statistics*. New York: United Nations.

United Nations & UN Tourism. (2024). *Statistical framework for measuring the sustainability of tourism (SF-MST)*. https://www.untourism.int/tourism-statistics/statistical-framework-for-measuring-the-sustainability-of-tourism

UNWTO. (2014). *Tourism can protect and promote religious heritage*. Madrid: World Tourism Organization.

Đurđev, B. S. (2004). Koliko dece treba Srbiji? *Stanovništvo*, *42*(1–4), 29–44. https://doi.org/10.2298/STNV0404029D

Urry, J. (2000). *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*. London/New York: Routledge.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. New York: SAGE Publications.

Vencatsamy, B. (2024). The World Religions Paradigm: Why Context Matters in Religious Studies. *Critical Research on Religion*, *12*(1), 11–25. https://doi.org/10.1177/20503032241226966

Walker, A. (2009). Commentary: The emergence and application of active aging in Europe. *Journal of Aging & Social Policy*, *21*(1), 75–93.

Walker, A., & Maltby, T. (2012). Active ageing: A strategic policy solution to demographic ageing in the European Union. *International Journal of Social Welfare*, *21*, 117–130.

Washabaugh, W. (1996). *Flamenco: Passion, Politics and Popular Culture*. Oxford: Berg.

Weber, M. (1993). *The Sociology of Religion*. Boston: Beacon Press.

Williams, S. (2009). *Tourism Geography: A New Synthesis (Vol. 2nd edition)*. Abingdon/New York: Routledge.

Woodhead, L. (2014). *Christianity: A Very Short Introduction (2nd ed.). Oxford University Press*.

Woods, M. (2005). *Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring*. London: SAGE.

Woods, M. (2011). *Rural*. London: Routledge.

World Bank. (2023). World Development Report 2023: Migrants, Refugees, and Societies. Washington, D.C.: World Bank. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1941-4

World Health Organisation. (2002). *Active Ageing: A Policy Framework*. Geneva: WHO.

World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals*. https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals

World Tourism Organization. (2020a). International Tourism Highlights, 2020 Edition. Madrid: UNWTO.

World Tourism Organization. (2020b). Recommendations on Tourism and Rural Development: A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development. Madrid: UNWTO.

World Tourism Organization, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, & NHL Stenden University of Applied Sciences. (2019). *'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. Volume 2: Case studies*. Madrid: UNWTO. https://doi.org/10.18111/9789284420629

World Travel & Tourism Council. (2026). World Travel & Tourism Economic Impact Research Factsheet. https://researchhub.wttc.org/product/factsheet-world-travel-tourism-economic-impact-research

World Values Survey Association. (2023). *The Inglehart–Welzel World Cultural Map — World Values Survey 7*. https://www.worldvaluessurvey.org/WVSNewsShow.jsp?ID=467

WTO, & ETC. (2010). *Demographic Change and Tourism*. Madrid/Brussels: World Tourism Organization and European Travel Commission.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. Tourism Management, 31(2), 179–188. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016

Xu, J. (2016). Pargament's Theory of Religious Coping: Implications for Spiritually Sensitive Social Work Practice. *The British Journal of Social Work*, *46*(5), 1394–1410. https://doi.org/10.1093/bjsw/bcv080

Yang, C. K. (1961). *Religion in Chinese Society: A Study of Contemporary Social Functions of Religion and Some of Their Historical Factors*. Berkeley, CA: University of California Press.

Yao, X. (2000). *An Introduction to Confucianism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Yeoman, I., & Butterfield, S. (2010). Tourism and Demography: An Overview. In I. Yeoman, C. H. C. Hsu, K. Smith, & S. Watson (Eds.), Tourism and Demography. Oxford: Goodfellow Publishers.

Yeoman, I., Schänzel, H., Mars, J. N., & Chiawy Hamidon, U. (2013). sclerosis of demography: How ageing populations lead to the incremental decline of New Zealand tourism. *Tourist studies*, *13*(1), 91–103.

Zelinsky, W. (1973). *The Cultural Geography of the United States*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Zeppel, H. (2010). Managing cultural values in sustainable tourism: Conflicts in protected areas. *Tourism and Hospitality Research*, *10*(2), 93–104.