

KREATIVNI TURIZAM KAO ŠANSA ZA RAZVOJ RURALNIH PODRUČJA

Andrijana Mirković Svitlica¹

Apstrakt: Turizam se u okviru razvojnih politika često koristi kao instrument rešavanja problema nastalih kao posledica promena u privrednoj strukturi, poput urušavanja tradicionalnih ruralnih sektora - poljoprivrede i prerađivačke industrije. Kreativizacija ruralnih industrija ima značajan potencijal u procesu potpune eksploatacije razvojnih potencijala ruralnih područja. Kreativni turizam kao savremeni oblik turizma može doprineti diversifikaciji i inovaciji turističkog iskustva i na taj način stimulisati lokalni ekonomski, socijalni i kulturni razvoj. Istraživanja potvrđuju da ruralna područja predstavljaju privlačno okruženje za kreativnu klasu uprkos problemima poput prostorne disperzije lokalnih resursa i kapaciteta, i ograničene dostupnosti kapitala. Atraktivni prirodni, kulturni i istorijski potencijal kao i adekvatna infrastruktura predstavljaju neke od glavnih razloga lokalizacije kreativne klase u ruralnim oblastima.

Ključne reči: kreativni turizam, diversifikacija, ruralni razvoj

CREATIVE TOURISM AS A CHANCE FOR DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Abstract: Tourism is often used in development policies as an instrument to address problems arising from changes in the economic structure, such as the collapse of traditional rural sectors - agriculture and manufacturing. Creativity of rural industries has significant potential in the process of full exploitation of development potentials of rural areas. Creative tourism as a modern form of tourism can contribute to the diversification and innovation of the tourist experience and thus stimulate local economic, social and cultural development. Research confirms that rural areas are an attractive environment for the creative class despite problems such as spatial dispersion of local resources and capacities, and limited availability of capital. Attractive natural, cultural and historical potential as well as adequate infrastructure are some of the main reasons for the localization of the creative class in rural areas.

Key words: creative tourism, diversification, rural development

UVOD

Podrška ruralnim područjima izloženim višedecenijskom gubitku stanovništva i padu prihoda u poljoprivrednom sektoru ogleda se u kreiranju adekvatnih turističkih strategija sa ciljem da turizam, kao komplementarna delatnost, podstakne razvoj u datim oblastima.

Kreativizacija ruralnih industrija ima značajan potencijal u procesu potpune

¹ Univerzitet u Beogradu Geografski fakultet, Studentski trg 3/III, andrijana.mirkovic@gef.bg.ac.rs

Kreativni turizam kao šansa za razvoj ruralnih područja

eksploatacije razvojnih potencijala ruralnih područja. Sprovedenjem ambicioznih kulturnih projekata na ruralnim područjima koja se odlikuju visokom nezaposlenošću može se pokrenuti društvena i ekonomska osnova. U osnovi procesa kreativizacije ruralnih područja nalaze se strukturne promene - smanjuje se udeo poljoprivrede, a povećava udeo sekundarnih i posebno tercijarnih delatnosti.

Razvoj kreativnog turizma ruralnim oblastima može doneti brojne prednosti poput oživljavanja lokalnih zanata i tradicije, vraćanja i jačanja osećaja ponosa lokalnog stanovništva prema svom kulturnom nasleđu, očuvanja materijalnog i nematerijalnog kulturnog nasleđa, kreiranja novih poslova u kreativnim sektorima i rast prihoda po osnovu poslovanja tih sektora, efekata prelivanja kreativnosti, i rasta konkurentnosti ciljne destinacije.

KONCEPT KREATIVNOG TURIZMA

Kreativni turizam je po prvi put definisan od strane Richards i Raymond (2000), kao „turizam koji posetiocima pruža priliku da razviju svoj kreativni potencijal kroz aktivnu participaciju u iskustvima učenja koja su karakteristična za odmorishnu destinaciju u kojoj se odvijaju“. Kreativni turizam predstavlja formu kulturnog turizma. Do preusmeravanja od tradicionalnog kulturnog turizma ka kreativnom turizmu dolazi usled većeg broja razloga. Andersson i Thomsen (2008) navode da su nova integracija kulture i biznisa i samim tim ekonomija iskustva centralni elementi koji odslikavaju 'kreativni' zaokret u kome kultura postaje instrument rasta i razvoja. Pored toga, tradicionalni kulturni turizam se, prema tvrdnjama mnogih autora, pretvorio u masovni turizam, pri čemu se ponuda u destinacijama sve manje razlikuje. Novi tip turista više nije zadovoljan se jednostavnim 3S² tipom turizma već žele da na neki način iskuse kulturu i destinacije. Ovaj tip turista su kreativni turisti koji tragaju za iskustvima i njih karakterišu sledeće osobenosti (Musikyan, 2016):

- žele da iskuse lokalnu kulturu učestvovanjem u umetničkim i kreativnim aktivnostima,
- žele iskustva putem kojih se osećaju kao deo destinacije,
- ne tragaju za 'monumentalnošću' ili nečim 'spektakularnim'
- troše značajan deo budžeta na učestvovanje u različiti radionicama / aktivnostima / iskustvima
- veoma često tokom jednog putovanja kombinuju više vidova turizma: kreativni, kulinarski, eko-turizam, 'spori' turizam.

Richards (2011) veruje da su promene koje se dešavaju na polju kreativnosti i turizma povezane sa brojnim značajnim kulturnim, socijalnim i ekonomskim trendovima:

1. Osnova kulturne ekonomije je nastavila dalji razvoj, proizvođači dalje odstupanje od pokroviteljstva i subvencija visoke kulture, ka podršci kreativnim industrijama i simboličkoj proizvodnji.
2. Promenljiva osnova iskustava od nasleđa i materijalnih kulturnih resursa ka simboličnim i nematerijalnim oblicima kulture podložnija je kreativnoj (re) interpretaciji.
3. U kreativnosti, naglasak se pomerio sa individualnog znanja i veština ka više kolektivnom, društveno kreiranom znanju, kome se može pristupiti kroz međuljudske odnose.
4. Kulturni i kreativni elementi ugrađeni u turistički proizvod gradova postaju sve više inkorporirani u svakodnevni život, kao u slučaju iskustva 'živi kao lokalac'.

² sun, sea, sand

Prema Rudan (2014), umesto statične kulturne ponudem kreativni turizam kreira novu dimenziju koja odgovara potrebama modernog putnika - njegove potrebe za kreativnošću i učestvovanjem u mnoštvu kreativnih aktivnosti koje kreiraju autentično iskustvo u destinaciji, i na taj način se udaljava od tzv. 'serijske reprodukcije'. Želja turista da iskuse nešto drugačije od tipičnog iskustva tokom putovanja predstavlja jedan od osnovnih razloga uključivanja u kreativna putovanja. U skladu sa tim, kreativni turisti posećuju manja i slabije posećena mesta koja im pružaju mogućnost da dožive lokalnu autentičnu kulturu. Oni pored mogućnosti da posmatraju kreativne aktivnosti žele i direktno učestvovanje u njima. Na taj način dolazi do brisanja granica između domaćina i turista, što je istaknuto u Uneskovoj definiciji kreativnog turizma po kojoj je on viđen kao proces gde posetioci „imaju obrazovnu, emocionalnu, društvenu i participativnu interakciju sa mestom, njegovom kulturom i ljudima koji tamo žive“ (UNESCO, 2006). Kao rezultat ove vrste interakcije, turisti razvijaju dublju emotivnu vezu apsorbujući evakodnevnna kulturna iskustva kroz aktivnu participaciju u destinacijama (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010). Kako sve više turista traži autentična iskustva, jedno od glavnih pitanja u turističkoj potrošnji, uključujući i kreativni turizam, je upravo postizanje te autentičnosti.

Poredeći kreativni i kulturni turizam, Richards i Wilson (2006) ističu određene karakteristike kreativnog turizma koje mu daju niz potencijalnih prednosti u odnosu na tradicionalni kulturni turizam. Ove osobine su sledeće:

- Kreativnost potencijalno može lakše dodati vrednost zbog svoje oskudnosti.
- Kreativnost omogućava destinacijama da relativno brzo inoviraju nove proizvode, dajući im konkurentsku prednost u odnosu na druge lokacije.
- Pošto je kreativnost proces, kreativni resursi su generalno održiviji od materijalnih kulturnih proizvoda.
- Kreativnost je generalno mobilnija od materijalnih kulturnih proizvoda. Tamo gde kulturna potrošnja zavisi od koncentracije kulturnih resursa, kreativnost može postati izuzetno mobilna - umetničke predstave i umetnička dela danas se mogu proizvoditi praktično bilo gde, bez potrebe za mnogo infrastrukture.

Prema Muskiyan (2016) efikasno povezivanje turizma sa kreativnim industrijama može imati niz potencijalnih efekata koji prevazilaze povećanje potražnje za turističkim iskustvima. Ovi efekti uključuju:

- povećanje turističke tražnje i/ili promenu profila turista generisanjem novih i zanimljivih turističkih iskustava;
- izgradnju imidža kroz povećanje primene kreativnosti u marketingu destinacije i boljem prostornom dizajnu;
- razvoj „meke infrastrukture“ kao što su mala kreativna preduzeća, kreativni prostori, kursevi, iskustva, kafići i restorani koji funkcionišu kao čvorovi u kreativnim mrežama, omogućavajući proizvođačima i potrošačima da komuniciraju;
- stvaranje atmosfere kako bi se mesta učinila privlačnijim za kreativne radnike, turiste i stanovnike;
- privlačenje kreativnih talenata povećanjem kvaliteta života i kvaliteta prilika u turizmu i kreativnim industrijama;
- stimulisanje inovacija dodavanjem kreativnih impulsa i nove tehnologije razvoju turizma i izazivanje kreativnih industrija da pronađu nove načine upravljanja turizmom i poboljšanja poslovanja u turizmu;
- podsticanje izvoza kroz proizvode koji povezuju kreativne sadržaje, mesta i kulturu kako bi se povećao opšti nivo interesovanja za lokalno stvaralaštvo i stimulisale turističke posete;

- grupisanje i umrežavanje kako bi se pomoglo uspostavljanju mesta kao čvorova u kreativnim mrežama, stimulišući i poslovna i turistička putovanja i okupljajući kreativce u stalne (klastere) ili privremene čvorove (događaji);
- razvoj znanja i veština kao rezultat povećanja kontakata između kreativnih i profesionalaca u turističkoj industriji, između proizvođača i potrošača i između potrošača i stanovnika.

MREŽE KREATIVNOG TURIZMA

Na svom putu usvajanja i implementacije kreativnih turističkih strategija mnogim destinacijama su potrebne smernice i konsultacije, kao i partnerstvo sa drugim destinacijama sa sličnim ciljevima. Potreba za organizacijom koja osigurava da stejkholderi usvoje najbolje prakse, stvore dobar kontekst za benčmarking i ujedine destinacije sa sličnim ciljevima dovela je do formiranja kreativnih turističkih mreža.

Mreža kreativnog turizma identifikovala je osam vrlina kreativnog turizma, koje su navedene u nastavku:

- Pozitivni efekti na profitabilnost kulturnih infrastruktura zahvaljujući ovoj novoj potražnji.
- Kvalitetan turizam sa visokom dodatnom vrednošću i kupovnom moći.
- Autentičnost i održivost jer koristi kreativnost kao glavni resurs.
- Pozitivno utiče na samopouzdanje lokalnog stanovništva zahvaljujući novom interesovanju za svoju kulturu i tradiciju.
- Desezonizirajući karakter omogućava bolju distribuciju turističke aktivnosti tokom godine.
- Geografski outsourcing. Manji interes kreativnih turista za tradicionalne 'turističke atrakcije' doprinosi boljoj prostornoj distribuciji unutar destinacije.
- Obnova nematerijalnog nasleđa.
- Diverzifikacija turističke ponude bez ulaganja, samo optimizacijom postojećeg materijalnog i nematerijalnog nasleđa.

Kreativni turizam se brzo razvija i nije u skladu sa jednim modelom ili perspektivom, već je otvoren i fleksibilan u prilagođavanju lokalnom kontekstu. Mreže su važne u smislu da se udružuju partneri sa različitim interesima, u ovom slučaju iz oblasti turizma, kulturne i kreativne industrije i vlade (Richards & Marques, 2012). Neki od njihovih glavnih ciljeva su:

- Pronalaženje i promocija destinacija koje imaju potencijal da privuku kreativne turiste. Odlikuju ih „kreativna atmosfera“ i resursi i sadržaji koji se nude posetiocima koji traže kulturna i ljudska iskustva.
- Pomoć destinacijama da razviju kreativni turizam na svojoj teritoriji prilagođavajući svoju ponudu specifičnostima ove specifične tražnje.
- Identifikovati kreativne turiste kroz njihovu pripadnost različitim segmentima.
- Razvijati partnerstva sa drugim organizacijama i mrežama (međunarodne asocijacije kulinarskog turizma, umetnički kolektivi, itd...) u cilju proširenja specifičnog ciljnog segmenta.
- Osmisliti kreativne turističke rute između destinacija članica.

VEZA IZMEĐU KREATIVNOG I REGENERATIVNOG TURIZMA

Savremeni trendovi u razvoju turizma poput koncepta odrasta (*de-growth*) pogoduju kreativnom turizmu. Kreativni turizam može biti put za razvijanje turističkih paradigmi malog obima u kojima su istaknute specifičnosti mesta, kulturna održivost, socijalna inkluzija i poboljšanje lokalnog kvaliteta života kroz 'alternativne' turističke putanje.

Ekstremni pad turističkih putovanja tokom pandemije COVID-19 još više je naglasio potrebu za novom paradigmom turističkog razvoja na globalnom nivou. Na primer, u organizaciji UNESCO-a u debati krajem septembra 2020. raspravljalo se o tome kako se ovaj pad „može iskoristiti za razvoj novih modela i pristupa za otporan i održiv oporavak turizma koji podržava zajednice, otvara radna mesta, promovise kulturu i štiti nasleđe i njegovo prenošenje“, pri čemu stručnjaci ukazuju na potrebu za 'inkluzivnim i regenerativnim turizmom' (UNESCO, 2020).

Regenerativni turizam, kao novi koncept fokus ne stavlja na održivost turizma već na načine na koje turizam može biti sredstvo za postizanje lokalnog blagostanja, revitalizacije i održivosti. Suština je na 'uzvratanju' i doprinošenju proaktivnoj regeneraciji zajednica, kultura, nasleđa, mesta, pejzaža (Duxbury et al., 2021). Pristupi regenerativnog turizma imaju za cilj da prevaziđu tradicionalne održive pristupe: "Stari načini su i dalje fokusirani na smanjenje negativnog uticaja ljudske aktivnosti na planeti. Regenerativni pristupi koji su sistemski zasnovani i usklađeni kulturni i prirodni obrasci se posmatraju kao put napred i imaju za cilj stvaranje pozitivnih ishoda, a ne samo 'činjenje manje štete'" (Hoxie, 2012, 66). Značaj regenerativnog turizma ogleda se u regeneraciji turističkih destinacija koje su pretrpele posledice masovnog turizma (i suočavanje sa negativnim uticajima istog) i posmatranju turizma kao načina da se regeneriše marginalizovani pejzaž, zajednica ili mesto koje nije nužno turistička destinacija, ali ima potencijal da to postane.

Kreativni turizam ima potencijal kao regenerativni element u procesu razvoja zajednica. U ruralnim područjima kreativne turističke inicijative imaju tendenciju da se fokusiraju na isticanje lokalnih kulturnih specifičnosti i identiteta, istaknutih karakteristika mesta i pružanje impulsa ka jačanju lokalne kulturne vitalnosti i doprinosu kulturnoj održivosti. Kreativne turističke inicijative mogu inspirisati nove ideje i puteve aktivnosti i doprineti vitalnosti lokalne zajednice i potencijalnoj dinamici regeneracije (Cabeça et al., 2019).

U cilju definisanja endogenih procesa putem kojih se može stimulisati održiv i kreativan lokalni razvoj Duxbury et al. (2021) u okviru modela kreativnog turizma ističu tri ključne teme u pogledu njihovog uticaja na širu zajednicu i dinamiku razvoja:

1. jačanje karakterističnih elemenata lokalnog identiteta,
2. podsticanje tokova i veza između lokalnog i eksternog, i
3. uloga platforme za lokalnu saradnju, razmenu, i razvoj.

Jačanje karakterističnih elemenata lokalnog identiteta.

Kreativni turizam počiva na povezanosti sa lokalnim identitetom i specifičnošću mesta koji se prepliću sa materijalnim i nematerijalnim nasleđem, lokalnom kulturom i tradicijom, narativima i istorijom, pejzažom i lokalnom zajednicom. Upravo ta povezanost i inkorporiranost kreativnog turizma u lokalne specifičnosti predstavlja strateški faktor diferencijacije za pružanje jedinstvenih ponuda, i dovodi do privlačenja posetioca u konkretnu destinaciju. Ulaganje u turizam malog obima zasnovan na kulturi i lokalnoj zajednici zajednici može pružiti regenerativne opcije za lokalnu tradiciju.

Podsticanje tokova i veza između lokalnog i eksternog.

Osnovu kreativnog turizma čini interakcija između posetilaca i lokalnog stanovništva u čijoj se osnovi nalaze procesi deljenja koji mogu da "artikulišu brojne aspekte koji se odnose na nečiju vezanost za mesto i da pokrenu deljenje sećanja posetilaca i lokalnog stanovništva" (Vinagre de Castro et al., 2020. Interakcije među turistima i lokalnim stanovništvom neizbežno dovode do uticaja na lokalnu i eksternu kulturu, povećavaju raznovrsnost ideja unutar lokalne baze znanja i potencijalno dovesti do bogatije inovaciopne dinamike.

Uloga platforme za lokalnu saradnju, razmenu , i razvoj.

Urođena raznolikost i interdisciplinarnost kreativnog turizma može dovesti do participativnog i kolaborativnog pristupa udruživanju snaga, izgradnji resursa i deljenja znanja.

Na ovaj način, kreativna turistička strategija može biti s' namerom dizajnirana i razvijena kako bi se zajednički izgradili kapaciteti zajednice kroz podsticanje razmene lokalnog znanja i iskustva i izgradnju kritične mase. Ovaj pristup može biti presudan u manjim zajednicama i udaljenim mestima gde postoji odsustvo čvrste i jake kritične mase, koja je prisutna u gradskim oblastima.

ZAKLJUČAK

Ruralna područja izložena su višedecenijskoj depopulaciji i opadanju privredne aktivnosti i kao takva su posebno ugrožena. Razvoj tercijarnih delatnosti u cilju diversifikacije privrednih aktivnosti i stvaranja dodatnih prihoda za seoska domaćinstva jedan je od načina zadržavanja i vraćanja stanovništva u ruralna područja. Kao delatnost koja pozitivno utiče na BDP, zaposlenost, platni bilans, investicije i životni standard stanovništva, turizam ima veliki potencijal kao instrument podsticanja rasta i razvoja i smanjenja regionalnih nejednakosti.

Savremeni trendovi u turizmu dovode do neophodnosti preusmeravanja turističkih kretanja od masovnog ka turizmu malog obima. Aktuelna pandemija samo je ubrzala taj proces, a novi motivi za putovanja primarno bazirani na osećaju bezbednosti doveli su do rastućeg značaja ruralnog turizma i putovanja u izolovane destinacije. Promena paradigme turističkih putovanja pruža razvojnu šansu ruralnim područjima kroz proaktivno učestvovanje turizma u promovisanju lokalne održivosti i regeneraciju lokalnih zajednica. Kreativni turizam se može posmatrati kao vid regenerativne aktivnosti koja podstiče lokalno blagostanje, revitalizaciju i održivost, kao i očuvanje lokalne kulturne baštine, zanata i tradicije.

LITERATURA

Cabeça, S.M., Gonçalves, A.R., Marques, J.F. & Tavares, M. (2019). Contributions of creative tourism to sustainable development: The CREATOUR research and incubation project. In Proceedings of the HERITAGE 2018—6th International Conference on Heritage and Sustainable Development, Granada, Spain, 12–15 June 2018; Green Lines Institute for Sustainable Development: Barcelos, Portugal, 1671–1680.

Duxbury, N., Bakas, F.E., Vinagre de Castro, T. & Silva, S. (2021). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. Sustainability 2021, 13, 2. <https://dx.doi.org/10.3390/su13010002>

Hoxie, C., Berkebile, R. & Todd, J.A. (2012). Stimulating regenerative development through community dialogue. *Build. Res. Inf.*, 40, 65–80.

Musikyan, S. (2016). The Influence of Creative Tourism on Sustainable Development of Tourism and Reduction of Seasonality – Case Study of Óbidos.

Ohridska-Olson, R., & Ivanov, S. (2010). Creative tourism business model and its application in Bulgaria. In *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum 'Cultural Tourism – the Future of Bulgaria'*, Varna, Bulgaria. http://cultur-alrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, str. 16–20.

Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27, 1408–1413.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), str. 1225–1253.

Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors' introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1–11.

Rudan, E., Stipanović, C. (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination.

Vinagre de Castro, T. et al. (2020). *Creative Tourism: A Guide for Practitioners*. CREATOUR Project, Centre for Social Studies, University of Coimbra: Coimbra, Portugal.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism*. <http://unesdoc.unesco.org/im-ages/0015/001598/159811e.pdf>

UNESCO (2020). Experts Call for Inclusive and Regenerative Tourism to Build Back Stronger Post-COVID-19. News Article from an Online Debate 'Culture, Tourism and COVID-19: Recovery, Resiliency and Rejuvenation', held on 28 September 2020. <http://whc.unesco.org/en/news/2177>