



INSTITUT
EKONOMSKIH
NAUKA

MUZEJI SRBIJE KAO DEO KULTURNO TURISTIČKE PONUDE ZA PORODICE SA DECOM



Ivana Domazet
Maša Vukanović
Biljana Jokić
Maja Todorović

Beograd, 2018.



INSTITUT EKONOMSKIH NAUKA

**MUZEJI SRBIJE KAO DEO KULTURNO
TURISTIČKE PONUDE ZA PORODICE SA DECOM**

**Ivana Domazet
Maša Vukanović
Biljana Jokić
Maja Todorović**

Beograd, 2018.

Izdavač: Institut ekonomskih nauka, Beograd

Autori:

Ivana Domazet
Maša Vukanović
Biljana Jokić
Maja Todorović

Naslov: Muzeji Srbije kao deo kulturno turističke ponude za porodice sa decom

Recenzenti:

Dr Jovan Zubović, Institut ekonomskih nauka, Beograd
Dr Slobodan Mrđa, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd
Mr Danijela Vićentijević, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija
Republike Srbije

ISBN 978-86-89465-38-9

Istraživanje je realizovano u saradnji sa Zavodom za proučavanje kulturnog razvitka Republike Srbije, a podržao ga je PERFORM projekat Švajcarske agencije za razvoj i saradnju (SDC) koji sprovode Helvetas Swiss Intercooperation i Univerzitet u Friburgu. PERFORM je fokusiran na jačanje istraživačke zajednice u društvenim naukama, na olakšavanje izgradnje sistemskih veza između istraživanja u društvenim naukama i domena javnih politika i na stvaranje okruženja pogodnog za istraživanja u društvenim naukama.

Stavovi izneti u ovoj monografskoj studiji su stavovi autora i ne odražavaju mišljenje i stavove Švajcarske agencije za razvoj i saradnju niti organizacije Helvetas Swiss Intercooperation i Univerziteta u Friburgu.

Copyright @Institut ekonomskih nauka, Beograd, 2018.

SADRŽAJ

UVOD	5
KONCEPT KULTURNOG TURIZMA	8
Pojam i značaj kulturnog turizma	8
Tržišni trendovi i oblici kulturnog turizma	13
Kulturni turizam u Evropi	20
Muzeji i turizam	25
PERSPEKTIVE RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U SRBIJI	31
METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	37
REZULTATI ISTRAŽIVANJA	44
Analiza stanja kulturnog turizma u gradovima Srbije	44
Novi Sad i Bač	45
Apatin	52
Sombor	54
Subotica	57
Kikinda	59
Kovačica	63
Kladovo i Golubac	65
Zaječar	69
Knjaževac	71
Pirot	73
Niš	79
Leskovac	83
Vranje	85
Ćuprija	88
Jagodina	90
Arandelovac	93
Kragujevac	96
Šabac	100
Valjevo	103

Čačak	107
Prijepolje	109
Novi Pazar	112
Istraživanje u muzejima	115
Metodološke napomene	115
Rezultati	116
Rezime i diskusija glavnih nalaza	135
Anketa potencijalnih korisnika: roditelji	142
Metodološke napomene	142
Rezultati	144
Rezime i diskusija glavnih nalaza	162
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREPORUKE	167
PRILOG: Upitnici	182

UVOD

Monografska studija „Muzeji Srbije kao deo kulturno turističke ponude za porodice sa decom“ je rezultat istraživačkog projekta koji je bio fokusiran na jačanje saradnje turističkih operatera i muzeja u Srbiji, odnosno ohrabrivanja njihovog zajedničkog rada na razvijanju kulturno-turističkog proizvoda namenjenog porodicama (odraslima i deci uzrasta do 15 godina). Predmet istraživanja jesu mogućnosti za primenu koncepta „porodični dan u muzeju“ u funkciji razvoja kulturnog turizma sa akcentom na porodičnim odmorima. Naime, „Porodični dan u muzeju“ je koncept koji praktikuju brojni muzeji širom sveta, a reč je o specijalnim vođenjima kroz stalnu i/ili povremene izložbe za decu i njihove roditelje uz prateće programe kao što su kratke predstave, video projekcije ili radionice na kojima pre svega deca uz pomoć kustosa i roditelja na sebi svojstvene načine (npr. crtežom, rečju, pokretom) izražavaju šta su naučili tokom posete. Koncept je, pre svega, osmišljen i namenjen lokalnom stanovništvu, ali može biti veoma atraktivan za turiste/porodice na odmoru jer omogućava potpuno drugačiji doživljaj u odnosu na rutinske posete lokalnim muzejima u okviru turističkih aranžmana. Takva opcija prepoznata je u gradovima kao što je San Sebastian u Španiji, Otava u Kanadi, oblasti Meinfeld u Švajcarskoj, itd.

Rezultati istraživanja poslužiće za kreiranje modela programa u kome su porodični dani u muzejima u Srbiji centralna aktivnost. Pored učešća u porodičnom danu u muzejima, turisti bi se upoznali i sa drugim znamenitostima grada/opštine (prirodne lepote, objekti arhitektonskog nasleđa uključujući i tradicionalno neimarstvo, gastronomija, tradicionalni zanati, itd.). Inicijalno, reč je o izletima/dvodnevnim aranžmanima u okolini centara koji privlače veći broj turista i gde se može očekivati veće interesovanje

građana za porodične aktivnosti van mesta boravka (npr. Beograd, Niš, Novi Sad, Subotica, Jagodina, Kragujevac).

Koncept je osmišljen u kontekstu kulturnog turizma, koji poslednjih decenija širom sveta predstavlja granu u usponu i beleži sve značajnije ekonomske efekte (Jelinčić, 2010). Prema prognozama Svetske turističke organizacije (UNWTO) već 2020. godine kulturni turizam će postati vodeća grana turističke privrede u svetu. Kulturno nasleđe je jedan od najznačajnijih resursa za razvoj kulturnog turizma i osnova njegovog održivog razvoja. Interpretacija nasleđa je bazični sadržaj kulturno turističkog proizvoda (Đukić i Todorović, 2008). U tom smislu posebnu ulogu imaju muzeji, kao ustanove kulture koje istražuju, čuvaju i prezentuju nasleđe, a nasleđe je okosnica društvenog pamćenja, te tako i važan faktor u izgradnji kulturnog identiteta.

Iskustva u muzejima, kao deo kulturne participacije, doprinose jačanju spona pojedinaca i zajednice, ali i razumevanju različitosti drugih grupa i zajednica. Takođe, posete muzejima jesu nezaobilazan deo turističkih putovanja. Ipak, kada je reč o domaćim turistima, lokalnom stanovništvu, posete domaćim muzejima predstavljaju najmanje popularne aktivnosti u slobodno vreme (Cvetičanin 2007; Mrđa 2011a, 2011b; Opačić i Subašić 2016). Istovremeno muzejske manifestacije („Noć muzeja“, „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“) i posebne izložbe (npr. „Mankala – misaona igra“ u Muzeju afričke umetnosti i „Pupin – od fizičke do duhovne realnosti“ u Istorijskom muzeju Srbije) privlače veoma veliki broj posetilaca (Martinović i Jokić 2012; Jokić i Žeželj 2013; Jokić 2016; Jokić, Mrđa i Martinović 2016). Iako je relativno mali broj inovativnih muzejskih programa namenjenih porodicama i deci uzrasta do 15 godina, upravo muzejske manifestacije pokazuju da za takvim vrstama programa postoji interesovanje. Ipak, on je u Srbiji retkost – praktikuje ga tek nekoliko muzeja, pri čemu je najčešće reč o povremenim programima bez ustaljene dinamike.

U ovoj studiji će najpre biti opisani ključni koncepti: kulturni turizam u svetu i kod nas, sa posebnim osvrtom na ulogu muzeja u tom kontekstu. Zatim sledi prikaz istraživačkog dela, koji obuhvata tri celine: 1. analizu odabranih gradova u Srbiji, na osnovu sekundarnih izvora i terenskog istraživanja; 2. anketu kustosa u muzejima; 3. anketu roditelja maloletne dece, kao potencijalnih korisnika test tura, dok su na kraju studije predstavljena zaključna razmatranja i preporuke proizašle iz istraživanja.

KONCEPT KULTURNOG TURIZMA

Pojam i značaj kulturnog turizma

Iako je kultura oduvek bila jedan od motiva za putovanje, promene koje su se dogodile u novijem razdoblju uticale su na širinu potrošnje, kao i na oblike i načine prema kojima se ona koristi za ostvarivanje predviđenih turističkih ciljeva. Kada je sredinom 70-ih godina 20. veka evropsko tržište ušlo u fazu zrelosti, stvorili su se prvi segmenti tržišnih niša, među kojima je kulturni turizam imao primat (Pančić, 2006).

Kulturni sadržaji pozicioniraju se vrlo visoko na lestvici motiva i popularnih oblika aktivnosti na turističkim putovanjima. Istovremeno, dešavaju se procesi demokratizacije kulture i njene sve veće konvergencije sa svakodnevnim životom. Sektor kulture se sve više okreće ka tržištu, što zbog manjih državnih budžeta, tako i zbog promena u kulturnoj politici koje stavljaju naglasak na komunikacijske aspekte sa korisnicima. Sektori kulture i turizma, koji su se nezavisno razvijali, sve više počinju da saraduju na obostranu korist kroz razvoj kulturnog turizma. S jedne strane, kultura za turizam postaje bazičan element usmeren na kreiranje atraktivnije turističke ponude, koja će odgovoriti zahtevima tražnje na sve konkurentnijem turističkom tržištu. S druge strane, turizam za kulturu predstavlja šansu za privlačenje dodatnih finansijskih sredstava i efikasniju promociju programa i vrednosti kako kulturnog nasleđa (Šešić i Stojković, 2000) tako i savremenog stvaralaštva, posebno kada je reč o turizmu događaja (*eng.* event tourism). Pored toga, kulturni turizam doprinosi stvaranju propulzivnih kulturnih mesta i prepoznavanju kulture kao faktora ekonomskog, ali i socio-kulturnog razvoja.

Budući da ima brojne implikacije na različite aspekte društvenog života, okruženje i oblike ljudske delatnosti, kulturni turizam tokom poslednjih

decenija postao je jedan od najaktuelnijih oblika turističke industrije i jedna od prvih asocijacija na temu ekonomije kulture. Iako su još od 80-ih godina 20. veka sprovedena naučna istraživanja u oblasti kulturnog turizma, i dalje ne postoji jedinstveno određenje ovog pojma. Bazičnom se smatra definicija kulturnog turizma koju je 1976. u svojoj prvoj *Povelji o kulturnom turizmu* dao ICOMOS (*International of Monuments and Sites*) a prema kojoj kulturni turizam jeste „poseban oblik turizma koji uključuje posete turista van mesta stalnog boravka motivisane potrebom za kulturom, što podrazumeva istoriju, umetnost, nasleđe ili stil života ljudi na nekom lokalitetu“ (ICOMOS, 1976). Prema dokumentu *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy* koji je 1994. objavila australijska vlada, kulturni turizam „obuhvata pun opseg iskustava koje posetioци mogu imati dok upoznaju ono što destinaciju čini distinktivnom – stilove života u njoj, njeno nasleđe, njenu umetnost, njene ljude – i biznis pružanja i interpretacije te kulture posetiocima.“

U najopštijem smislu, pojam kulturnog turizma se odnosi na putovanja koja uključuju posetu kulturnim atrakcijama, kao što su: muzeji, izložbe, koncerti, kulturno-istorijski spomenici, arheološki lokaliteti i drugi oblici nepokretnog materijalnog nasleđa. Ovakvo određenje kulturnog turizma karakterisalo je njegove rane faze razvoja, a danas se smatra selektivnim jer isključuje duhovne dimenzije kulture, tj. zanemaruje činjenicu da nematerijalni oblici kulturnog nasleđa u određenim sredinama, naročito nezapadnim delovima sveta, imaju veću vrednost i značaj u odnosu na materijalno, izgrađeno, nasleđe. Kulturni turizam je širi fenomen koji integriše kako materijalne, tako i nematerijalne dimenzije kulture, odnosno pokriva sve aspekte „visoke“ i „popularne“ kulture. U tom smislu može se definisati kao upoznavanje turista s onim što neki grad, region ili državu čini različitom i zanimljivom, bez obzira na to da li je to umetnost, kultura, istorija ili sve to zajedno (Jelinčić, 2009).

Tabela 1. – Tipologija kulturnog turizma

Vrsta kulturnog turizma	Vrsta interesovanja
Turizam nasleđa	Posete spomenicima, muzejima, verskim i arheološkim lokalitetima
Umetnički turizam	Posete pozorištu, koncerti, galerije, festivali i manifestacije
Kreativni turizam	Fotografija, slikarstvo, grnčarija, zanati, učenje jezika
Gradski kulturni turizam	Istorijski gradovi, umetničke i atrakcije nasleđa
Seoski kulturni turizam	Seoski ili agro turizam, eko muzeji, kulturni pejzaži, nacionalni parkovi
Domorodački kulturni turizam	Umetnost i tradicionalni zanati, posete kulturnim centrima, festivali
Popularni kulturni turizam	Zabavni parkovi, tržni centri, pop koncerti i festivali, industrijsko nasleđe...

U definisanju kulturnog turizma kultura se često pozicionira kao primarni motiv putovanja, ali se izostavljaju putovanja u kojim kultura može biti sekundarni, odnosno usputni motiv. Zbog toga je u stručnoj literaturi veća pažnja počela da se posvećuje objašnjenju zajedničkih sadržalaca svih definicija, a to su: turizam, korišćenje kulturnog nasleđa, konzumiranje iskustva, proizvod i naravno – turista (McKercher & Du Cros, 2002). Pošto se kulturni turizam u praksi često kombinuje sa drugim vrstama turizma, može se reći da turisti koji su orijentisani ka tome da upoznaju kulturu određenog mesta koriste svaku priliku da svoja putovanja povežu i sa upoznavanjem kulture. To može da podrazumeva i poslovna putovanja ili posete prijateljima i rodbini. Uzimajući u obzir interesovanja u savremenim post-industrijskim

društvima u pogledu formi kulturnog turizma mogu se specifikovati sledeći posebni proizvodi kulturnog turizma: a) turizam nasleđa; b) muzejski turizam; c) industrijski turizam; d) turizam kulturnih događaja; e) istorijsko-vojni turizam; f) religijsko-hodočasnički turizam; i g) gastronomski turizam. Kulturno-turistički proizvod je diferenciran kako u pogledu benefita koje nudi tako i u pogledu toga kome se obraća (Niemczyk, 2013) Oblici kulturnog turizma, mesta i moguće aktivnosti prikazani su u Tabeli 1 baziranoj na Smitovoj tipologiji (Smith, 2003).

Prema ovoj tipologiji turizam nasleđa predstavlja glavno polje kulturnog turizma – elementi ovog vida turizma uključeni su u skoro sve druge kategorije. Pored materijalnog, poslednjih decenija i nematerijalno nasleđe postalo je izuzetno popularno među turistima koji tragaju za svedočanstvima autentičnog i tradicionalnog načina života. U tom smislu, u okviru kulturnog turizma, razvija se veliki broj folklornih manifestacija i festivala na kojima se reprezentuju elementi nematerijalnog nasleđa kao što su gastronomija, muzika, zanati a pre svega iskustvo življenja u određenom podneblju, na čemu se i najviše insistira u samom doživljaju destinacije. Pored toga, i drugi oblici manifestacionog ili festivalskog turizma bazirani na savremenoj popularnoj kulturi (muzika, dizajn, film, pozorišne predstave, književnost i sl.) predstavljaju značajne oblike kulturno-turističke ponude mnogih destinacija. Tako na primer „Međunarodni festival u Edinburgu“, koji predstavlja kombinaciju džez, književnog i pozorišnog festivala, privlači posetioce iz zemlje i inostranstva i pozitivno utiče na ekonomiju zemlje, jer posetioci festivala posetu gradu kombinuju sa odmorom u drugim krajevima Škotske.

Korišćenje kulturnog nasleđa u turističke svrhe povezano je sa izuzetnom kompleksnošću kulturnog turizma, jer on mora biti vođen sa stanovišta turizma, a kulturnim dobrima se upravlja po principima menadžmenta nasleđa. Bez obzira na to što kulturni turizam koristi kulturu ili

kulturno nasleđe kao destinaciju, njegove karakteristike sastavljene su od istih principa kao i bilo koja druga forma turizma, a primarni cilj je ostvarenje profita.

Najvažnije komponente – šta privlači turiste jedinstvenošću i izuzetnošću – su kulturne znamenitosti odabranog mesta. Ove znamenitosti su stvorene veštinama ljudi i imaju objektivnu, istorijsku i umetničku vrednost. One mogu imati opipljive i nematerijalne dimenzije koje se odnose i na prošlost i na savremeni život. To su, između ostalog, karakteristike istorijskih spomenika, muzeji, arhitektura, folklor, priče i legende vezane za region kao i stilovi života stanovnika. Oni kreiraju glavnu silu koja privlači turiste da upoznaju i da se uključe u kulturu podneblja. Proizvod kulturnog turizma je veoma diferenciran, kako u pogledu benefita koje nudi tako i u pogledu toga kome se obraća. Kulturni turizam je primarno komercijalna aktivnost, koja uključuje konzumiranje iskustava i ponudu proizvoda koji moraju imati i zabavni karakter. Svi kulturni sadržaji nisu podjednako atraktivni, a sve kulturno nasleđe nije turistički interesantno. Da bi kulturni turista zadovoljio svoje potrebe neophodno je kulturno nasleđe i druge elemente kulture transformisati u kulturno turistički proizvod (McKercher & Du Cros, 2002). Kulturni proizvod nisu same građevine ili predmeti iz prošlosti, već je proizvod način njihove interpretacije, pristup koji turistima treba da pruži odgovarajuće iskustvo/doživljaj. Drugim rečima, za razvoj kulturnog turizma nije dovoljno samo postojanje kulturnih potencijala, već ih je neophodno oživeti i aktivirati (interpretirati i prezentovati), učiniti ih dostupnim, privlačnim i atraktivnim za potencijalne turiste. Osmišljavanjem kulturno turističkog proizvoda obogaćuje se osnovni proizvod, kreira imidž turističke destinacije, povećava se potrošnja, dužina boravka i zadovoljstvo boravkom (zadovoljstvo korisnika usluga), što za rezultat ima stimulisanje lokalne i

regionalne tražnje i mogućnosti za razvoj novih tržišnih segmenata (Đukić, 2005).

Budući da lokalne zajednice često polažu prava na resurse, koji se koriste u svrhe privlačenja turista, važno je imati na umu i benefite koje one mogu da ostvare. Prema konceptu *Partners for Livable Communities*, pravilno prepoznat i sproveden kulturni turizam (odnosno turizam kulturnog nasleđa, što je termin koji se koristi u SAD) jeste način za obezbeđivanje ekonomskih i društvenih benefita zajednica kroz održivi razvoj i ojačavanje zajednice. „Koristeći kulturna dobra da bi se privukao turista zainteresovan za upoznavanje kulture, siromašnije zajednice i one sa više manjinskih grupa mogu reinstalirati ponos te i održivu ekonomsku bazu tamo gde ona ne postoji. Turistička industrija je više zainteresovana za biznis. Na zajednicama je da svoju budućnost drže na konstruktivne načine dok se unapređuju i zajednice oko njih pre nego da postanu plen pustošućih efekata turizma koji kreće odozdo.“ (Partners for Livable Communities, 2014)

Tržišni trendovi i oblici kulturnog turizma

U savremenim globalnim turističkim kretanjima kultura i kulturno nasleđe postali su važan faktor koji odražava vitalnost turističkog proizvoda u sve oštrijoj konkurenciji na svetskom turističkom tržištu. Svetski eksperti za kulturni turizam tvrde da 35% - 70% svih međunarodnih putovanja spada u ovu kategoriju (McKercher & Du Cros, 2002). UNWTO navodi da je broj međunarodnih putovanja u kulturnom turizmu porastao sa 37% u 1995. godini na 40% u 2004. godini (Richards, 2011). Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) u svom izveštaju o uticaju kulture na turizam iz 2009. godine, potvrđuje da kulturni turizam u 2007. godini čini skoro 360 miliona međunarodnih turističkih putovanja ili 40% celokupnog svetskog turizma (OECD, 2009). U finansijskim pokazateljima, doprinos kulturnog turizma je

još veći, jer se procenjuje da ovi turisti troše jednu trećinu više od prosečne potrošnje turista (Richards, 2007). Kulturni turizam se svrstao u 10 najvažnijih i najdinamičnijih vrsta turizma. Prema podacima UNWTO i ostalih međunarodnih organizacija, predviđa se rast kulturnog turizma do 2020. godine po prosečnoj godišnjoj stopi od 15%, dok se istovremeno predviđa prosečan godišnji rast od samo 4% za ukupni turizam u svetu (Toursim 2020, Vison Europe, 2000). Prema prognozama UNWTO, 2020. godine kulturni turizam će postati vodeća grana turističke industrije u svetu (UNWTO, One Billion Tourists: One Billion Opportunities, 2012)

Trendovi razvoja ponude i potražnje kulturnog turizma uzrokovani su dinamičnom prirodom turističkog sistema, koji je pod uticajem globalnih društveno-ekonomskih faktora. Da bi se jasnije razumeli aktuelni tržišni trendovi kulturnog turizma, neophodno je sagledati njegov razvoj u kontekstu transformacija turističke industrije. Koreni kulturnog turizma mogu se povezati i sa prvim individualnim putnicima iz pretkolumbijskog doba, jer je motiv njihovih putovanja između ostalog bio i upoznavanje kulture drugih mesta. Srednjovekovna hodočašća, “Grand Toure” putovanja po Evropi u 17. veku i slična organizovana putovanja evropske aristokratije u 19. veku takođe su jedna vrsta preteče kulturno-turističkih putovanja. Međutim, kako je u to vreme putovanje još uvek privilegija bogatih, ne može se govoriti o razvijenom turizmu (Stojanović, 2011)

Razvoj masovnog turizma se vezuje za period posle Drugog svetskog rata, a karakteriše ga “beg iz stvarnosti” (Jelinčić, 2009). Osnovni motiv turista nije bila kultura već su to bili odmor, rekreacija i opuštanje u različitim letovalištim. Promene koje su se desile u svetskoj ekonomiji 70-ih godina prošlog veka, snažno su uticale na transformaciju turističkih tokova i to pre svega u kvalitativnom pogledu. Zbog društveno-ekonomskih i tehničko-tehnoloških promena, turizam se transformiše iz tvrdog (hard) u meki (soft)

oblik turizma, humaniji i više okrenut ka pojedincu (Kušen, 2002). Takođe, došlo je do promena u strukturi turističke potrošnje i ponašanju samih turista. Veća obrazovanost i mobilnost putnika, veće zarade i zasićenost “jednoličnom” ponudom masovnog turizma tokom '80-ih godina „stvorili“ su novi tip putnika – postmodernog turistu (Jelinčić, 2009). Želja za novim iskustvom, edukacijom i aktivnim odmorom karakteristike su tog novog tipa turista. Njegove turističke potrebe su više oblikovane određenim interesima koje želi da ostvari na putovanju. Na takve segmentirane potrebe tržišta turizam odgovara stvaranjem brojnih novih oblika turizma posebnih interesa (tržišnih niša) kao što je eko turizam, zdravstveni turizam, avanturistički i kulturni turizam, ali i novih formi turizma nastalih u okviru turističkih niša, kao što su vinski turizam, dark turizam, vagabundo turizam i sl.

Kulturni turizam se razvijao kao način sticanja individualnih iskustava koja se mogu koristiti za kreiranje narativa o sebi ili pružanje sirovih materijala za razlikovanje. Turizam, a posebno kulturni turizam, dobili su specifičan značaj u društvima koje favorizuju iskustvo postavši deo kulturne ili simboličke ekonomije te važan pokretački točak procesa razvoja „ekonomije iskustva“ sa razvojem specifičnih okruženja iskustava i prepakivanja opsega turističkih usluga kao iskustava. U potrazi za iskustvima, turisti traže autentičnost, koja se, pak, može razumeti kao „konceptualna reprezentacija nečega što percipiramo kao autentično. (...) društvene konstrukcije autentičnosti se stalno kreiraju i re-kreiraju u svojim različitim formama.“ (Wickens, 2017)

Na globalnom nivou uočavaju se trendovi životnog stila koji idu na ruku razvoju kulturnog turizma. Među njima su:

- sve veća popularnost kratkih odmora (odmori koji se organizuju više puta u toku godine, na uštrb velikih odmora koji su se koristili jednom

ili dva puta godišnje jer su ciljne grupe na tržištu kulturnog turizma obrazovani zaposleni ljudi sa ubrzanim i stresnim načinom života);

- porast broja starijih stanovnika, koji su manje zainteresovani da kompletan odmor provedu na „suncu, pesku i moru“ a više za obilazak kulturnih znamenitosti i upoznavanje kulture i tradicije destinacija;
- porast potražnje za individualnim paket-aranžmanima (posebno prilagođenih interesovanjima turista);
- veća popularnost turizma baziranog na iskustvu, a ne samo na konkretnim objektima za smeštaj i ishranu (akcentovanje priča, doživljaje i iskustva sa kulturnim značenjem koji će turisti poneti u mesto stalnog boravka);
- promena koncepta muzeja i njihove ponude (muzeji bazirani na ideji da i sama zgrada može predstavljati koncept ili ideju za prezentaciju i interpretaciju kulturnog nasleđa);
- povezivanje „visoke“ i „popularne“ kulture, što podrazumeva spoj modernog i tradicionalnog; nova svest o zaštiti i pristupačnosti prirodnog i kulturnog nasleđa (Lord, 2002).

Dodatno, razvoju kulturnog turizma na ruku je išao i razvoj savremenih informacionih tehnologija. U novim uslovima globalizacije, opšta prisutnost i korišćenje informacionih i komunikacijskih tehnologija utiče na menjanje načina na koji ljudi razumeju kulturu. Internet menja odnos prema znanju, deregulira kretanje kulturnih dobara i usluga, menja naše poimanje stvaralaštva (Le Glatin, 2007). Devedesetih godina 20. veka došlo je do tehnološkog zaokreta u svim vidovima kulturne komunikacije: novi su načini pristupanja i manipulisanju informacijama, razvija se participativno korišćenje i podstiču specifični oblici stvaralaštva. Razvoj digitalne kulture i prezentacije kulturnog proizvoda u virtuelnoj sferi pružaju stalan izazov

konceptijama i pristupima kulturnom turizmu, jer postmoderni turista postaje izrazito individualan, što odgovara njegovoj upućenosti na internet izvore informacija (Cvjetičanin, 2008).

Najzad, faktor u razvoju kulturnog turizma čine promene u poslovanju institucija kulture. Suočene sa smanjivanjima budžeta, one su se okrenule menadžmentu i marketingu prilagođavajući ih svojim potrebama i pozicionirajući se kao ravnopravni partneri u biznis ambijentu turizma. Rad internacionalnih organizacija poput UNESCO, ICOMOS, ICOM i Savet Evrope takođe je bio ohrabrujući za razvoj strategija diferenciranja, isticanja, čuvanja i negovanja lokalnih specifičnosti koje istovremeno obezbeđuju konkurentnost na izrazito kompetitivnom tržištu kulturnog turizma. U tom smislu, uočava se i trend da određene destinacije koje nemaju „tradicionalne“ turističke resurse, razvijaju kulturni turizam kao svoju osnovnu ponudu, gradeći tako svoj imidž na kulturno specifičnim vrednostima i autentičnom kulturno-turističkom proizvodu (Jelinčić, 2009).

Kada je reč o tržištu kulturnog turizma u globalnim okvirima zemlje Zapadne Evrope, Severne Amerike i Australije ostvaruju značajne ekonomske efekte od kulturnog turizma, a imidž mnogih njihovih gradova vezuje se upravo za kulturne atrakcije. Prema podacima TIA (*Travel Industry Association of America*) u periodu od 1997. do 2002. godine 65% odraslih turista koji su posetili SAD uključili su sadržaje iz oblasti umetnosti, kulture, istorije ili nasleđa u svoje putovanje. Pored pomenutih tržišta, značajan je porast atraktivnosti azijsko-pacifičkog regiona, a Kina ubrzano postaje jedna od najatraktivnijih destinacija na svetu, gde je turizam kulturnog nasleđa jedna od najznačajnijih formi (Hadžić, 2005).

Imajući u vidu značaj kulture u odabiru destinacija i iskustva koje se traži, te s obzirom na raznovrsnost kulturno–turističkih proizvoda, može se razlikovati pet tipova turista. Prvi tip su kulturni turisti sa namerom, odnosno

oni kojima je sticanje znanja o kulturi drugih naroda i nacija glavni razlog putovanja, a nivo recepcije sadržaja na licu mesta je visok. Drugi tip su „slučajni“ (kulturni) turisti kojima pitanja kulture nisu naročito bitna pri planiranju putovanja, ali se tokom boravka uključuju u neke od kulturnih aktivnosti (mada kod ovih turista kognitivni značaj uključivanja nema posebnu važnost). Treći tip su turisti „slučajni pronalazači“ kojima je nevažan efekat fokusiranja na kulturu naročito tokom priprema putovanja, ali rado učestvuju u nekim formama kulturnih aktivnosti tokom svog boravka i to tako da je nivo recepcije sadržaja veliki. Za četvrti tip turista, povremene turiste, fokus na kulturu nije važan pri planiranju putovanja a i samo putovanje, iako može uključiti kontakte sa kulturom podneblja, najčešće je površno u pogledu kognitivnog uticaja. Peti tip turista jesu posetioci koji žele da upoznaju kulturu destinacije, ali je ta želja neobavezna i fokusirana na zabavu (Niemczyk, 2013:26).

Kada je u pitanju profil kulturnog turiste, u velikom broju studija iznete su njegove sledeće karakteristike: ima specifične interese, pripada starijoj generaciji, ima viši stepen obrazovanja, veću prosečnu zaradu i troši više od prosečnog turiste. Kulturni turisti često potiču iz srednje klase, u kojoj kulturni užitek, kao jačanje socijalnog položaja, ima važnu ulogu. Proširenje vidokruga, učenje i sticanje novih iskustava na prvom su mestu kao motivacija kulturnih turista (Richards prema Weber-Kainz 2005). Međutim, nasuprot ovom dugo rasprostranjenom mišljenju da kulturna ponuda privlači stariju populaciju i turiste „dubljeg džepa“, poslednjih godina raste broj studija koje pokazuju suprotan trend. Mnogi mladi ljudi, studenti koji često ne pripadaju visokoplatežnoj grupi, putuju prvenstveno zbog kulturnih sadržaja. Podaci iz ATLAS-og istraživanja iz 2007. godine, koje je sprovedeno u šest evropskih zemalja, Meksiku i Vijetnamu, pokazali su da gotovo 40% kulturnih turista bilo mlađe od 30 godina (Richards, 2007). Tržište mladih posetilaca pokazuje

visok stepen fleksibilnosti, a oni su i važan multiplikator i utiču na buduće ponašanje posetilaca. Takođe, značajan procenat kulturnih turista čine profesionalci koji rade u kulturi i nauci, a koji ne moraju svuda predstavljati bogatiji sloj ljudi. Prema pomenutom istraživanju od svih kulturnih turista, 27% njih potiče iz profesionalnih krugova bliskim kulturi, što može značiti da oni koji rade u muzejima i za vreme svojih putovanja posećuju muzeje ma gde putovali.

Identifikacija profila kulturnih turista značajna je u pozicioniranju kulturno-turističkog proizvoda u skladu sa tržišnim potrebama i sve većom konkurencijom ponude različitih kulturnih atrakcija. Ukupno posmatrano, tržište vezano za turiste kojima je kultura sekundarni motiv putovanja je tri puta veće od tržišta koje čine turisti kojima je upoznavanje kulturnih atrakcija primarna motivacija (Prentice, prema: Vrtiprah 2006).

Rastući trend putovanja motivisanih kulturom i sve veći broj kulturnih turista reflektuje se i kroz sve veću ponudu različitih oblika kulturnog turizma i kreiranja novih kulturno turističkih proizvoda, čiji se broj može ograničiti samo nedostatkom kreativnosti. Imajući u vidu da su interesovanja brojnih turista tokom svojih putovanja usmerena ka više različitih tipova (kulturnih) atrakcija, može se govoriti o spektru kulturno-turističkih proizvoda koji uključuje postojeće građevine (kulturno-istorijski spomenici i drugi oblici tzv. autentičnog kulturnog nasleđa), modifikovane prostore i namenski izgrađene, odnosno izvedene atrakcije. Takođe se izdvajaju i tipovi kulturne ponude, pa se razlikuju primarna, sekundarna i ponuda kulturnog turizma malih razmera. Ako se posmatraju tradicionalna paket-putovanja kreirana za posete kulturnim sadržajima, sadržaj putovanja su pre samo deceniju, činile crkve i muzeji, a tek ponekad neka izložba ili predstava. Savremena paket putovanja (organizovani paket aranžman) sastoje se delom od najpoznatijih kulturnih lokacija (tzv. *hot spots*), a delom od ostalih aspekata kulture. Doživljaj ili

„otkriće“ svakodnevnog života nekog grada ili sela, uživanje u lokalnoj gastronomiji, poseta seoskom domaćinstvu, upoznavanje lokalnog zanatlije i njegovih proizvoda postala su tražena kulturna iskustva na turističkim destinacijama (Shore 2010).

Kultura se više ne shvata kao suprotnost ležanju na plaži, jer se turizam shvata kao kombinacija kulturnih atrakcija, razgledanja, zabave, kupovine, konzumiranja hrane u cilju doživljaja identiteta nekog mesta i njegove atmosfere. Turisti su manje zainteresovani za kulturnu vrednost neke atrakcije u užem smislu, već ih zanimaju njena složena značenja i lična iskustva. Takođe, učenje i edukacija se ne smatraju kao suprotnost opuštanju. Ponuda kulturnog turizma se sve više razvija u pravcu kreativnog turizma koji vodi od pasivnih oblika konzumacije do aktivnijeg uključivanja u događaje nekog mesta (Nikočević, 2008). U tom smislu, naglasak se stavlja na razvoj kreativnih modela reprezentacije kulturnog nasleđa i drugih kulturnih vrednosti. Trend kreativnih programa kulturnog turizma, koji primenjuju modele aktivnog učenja, prisutan je često u muzejima ili na drugim kulturnim destinacijama u formi umetničkih, zanatskih i sličnih radionica i hobi programa.

Kulturni turizam u Evropi

Kao kolevka zapadne civilizacije, Evropski kontinent ima epitet najzrelije i najveće turističke destinacije sveta. Od ukupnog broja svetskih dolazaka Evropu poseti 53% turista, dok se 50% prihoda od turizma koncentriše baš na ovom kontinentu. Prema studiji Evropske komisije, 20% turista koji posećuju Evropu motivisani su kulturom, dok je 60% evropskih turista tokom putovanja zainteresovano za kulturu. Zbog jedinstvenog kulturnog nasleđa Evropa je na prvom mestu destinacija kulturnog turizma u

svetu i privlači 60% internacionalnih dolazaka (UNWTO, European Tourism Forecast, International Tourism Fair, 2000).

U većini država Evropske unije, kulturna ekonomija čini makar 5% u ostvarenom BDP, što je od velikog značaja za ukupnu evropsku ekonomiju. U okviru Evropske unije postoji oko 200.000 zaštićenih urbanih celina i 2,5 miliona građevina pod zaštitom (Christou, 2005). To je izuzetan potencijal pa je, očekivano, kultura postala glavni pokretač turističke potražnje i rasta, kao i središnja tema urbanih i ruralnih strategija razvoja, koje uključuju stimulacije i subvencije za stvaranje novih ili inovativnih turističkih proizvoda. Pored ekonomskih dimenzija, kulturni turizam se u brojnim dokumentima Evropske unije posmatra i kao instrument interkulturalnog dijaloga i jačanja evropskog kulturnog diverziteta kao zajedničkog nasleđa stanovnika Evrope.

Tradicionalno najposećenije evropske destinacije kulturnog turizma, koje svoju promociju zasnivaju na svetski prepoznatljivom kulturnom nasleđu, su: Velika Britanija, Francuska, Španija, Italija, Austrija. Poslednjih godina, zbog zanimljivih programa, pažnju u kulturnom turizmu privlače Holandija, Finska, kao i neki gradovi srednje Evrope, kao što su Prag i Budimpešta (Hadžić, 2005).

Iako u zemljama srednje i istočne Evrope kulturni turizam nije dovoljno razvijen, u gotovo svim tim zemljama pokazuje tendenciju razvoja. On je prepoznat ne samo kao šansa privrednog razvoja, već i kao mogućnost da zemlje koje su bile deo komunističkog režima redefinišu svoj imidž i kreiraju povoljniju sliku o sebi na međunarodnom tržištu (Hughes & Allen, 2005). Hrvatska je jedna od malobrojnih evropskih zemalja koja je donela strategiju razvoja kulturnog turizma na nacionalnom nivou i koja pored obalnog/morskog turizma sistemski razvija kulturno-turističke proizvode.

Trendovi kulturnog turizma u Evropi bili su predmet konferencija u Barseloni (2001), Kardifu (2005) i Geteborgu (2010). Ti trendovi se mogu sumirati u sledećim tačkama:

- Interakcija kulture i turizma, koja potiče iz ranog perioda turizma, u 21. veku dobija na značaju;
- Kulturni turizam je ključni faktor održivog razvoja i interkulturalnog dijaloga;
- Kulturna baština je izraz identiteta naroda, teritorija, njegove istorije, tradicije i civilizacije;
- Održivi turizam koristi najbolje od kulturne baštine i predstavlja značajnu privrednu i socijalnu snagu, ima ogroman razvojni potencijal i otvara nova radna mesta u turizmu;
- Povećanje potražnje za kulturnom praksom, dobrima i uslugama u vezi je sa životnim standardom, viškom slobodnog vremena i višim obrazovanjem stanovništva;
- Evropa poseduje bogatu i raznovrsnu baštinu koja može zadovoljiti kulturnu tražnju;
- Oko 30% evropskih turističkih destinacija zadovoljava ovu vrstu tražnje a uključivanjem šireg kulturnog sektora, festivala i drugih kulturnih događaja, čak 45% (Klein, 2001).

Istraživanje na nivou Evropske unije sprovedeno 2011. godine potvrdilo je da su kulturni resursi (kulturno nasleđe, gastronomija, umetnost, festivali i kulturni događaji) dominantni u izboru destinacije, odnosno da je 41% turista destinaciju odabralo zbog njenih kulturnih resursa. (Eurobarometar, 2011). Širenjem EU kulturno turističko tržište se povećava neistraženim destinacijama. Strateškim razvojem kulturnog turizma slabije razvijene i manje zemlje jačaju kulturni identitet, čuvaju svoje kulturno nasleđe i tradiciju (Blažević, Alkier, Zadel 2009). Evropljani su sve uključeni u tokove

kulturnog turizma, što pokazuje broj putnika na turama koji je povećan u 2011. godini za 12%, a na „City Breaks“ putovanjima za 9% u odnosu na 2010. godinu. Broj kulturnih atrakcija se za 20 godina povećao preko 100% (IPK International, 2011), a samo u Španiji u protekle dve decenije je udvostručen broj muzeja.

U istraživanju potencijalnih turista iz 27 zemalja EU, više od jedne trećine ispitanika (36%) potvrdilo je da je otkrivanje lokalne kulture, načina života i tradicije njihovo primarno očekivanje od destinacija u nastajanju. Na drugom mestu je veća vrednost za novac (21%), a na trećem sa 17% niže cene (Krasojević, 2013). Očigledno je da su kulturne i finansijske komponente ovim potencijalnim turistima najvažniji kriterijum za izbor destinacije.

Na prostoru čitave Evrope od početka 21. veka Evropska komisija i Savet Evrope su inicirali dva dominantna programska koncepta – *Evropska prestonica kulture* i *Kulturne rute*.

Program „Evropska prestonica kulture“ (EPK) pokrenut je 1983. godine sa ciljem da ovaj događaj evropskoj publici učini pristupačnom kulturu (evropskih) gradova, da se uspostavi slika evropske kulture kao celine, te istovremeno promovisu mere evro-integracija. Prvi grad – Evropska prestonica kulture – bila je Atina 1985. godine, a od tada više od 40 gradova je ponelo ovu titulu (Liu, 2014). Kao program Evropske komisije, EPK se bazira na ohrabrivanju gradova da razvijaju niz raznovrsnih kulturnih i kulturno-turističkih sadržaja, te da ti sadržaji tokom jedne godine budu u žiži interesovanja kako Evropljana, tako i turista iz različitih krajeva sveta. Titulu Evropska prestonica kulture može dobiti jedan ili nekoliko gradova, a odabir se vrši prema kriterijumima zadatim na konkursu Evropske komisije. Motivi za kandidaturu jednog grada za Evropsku prestonicu kulture, da kroz predstavljanje svoje kulturne ponude i kulturnih sadržaja, ogledaju se u nastojanjima da poboljšaju svoj izgled i imidž, povećaju prepoznatljivost

grada na kulturno-turističkoj karti Evrope, unaprede kulturni razvoj, razvoj kulturnog turizma i ostvare kulturnu regeneraciju grada (Jelinčić, 2009). Takvi gradovi postaju evropski centri za umetnike i mamac za turiste, što zahteva velike pripreme te je i finansijska podrška Evropske komisije, posebno za projekte jačanja infrastrukture, značajna. Ipak, važno je naglasiti da je EPK pre svega (jednogodišnji) događaj sačinjen od niza manjih i različitih kulturnih dešavanja (izložbi, koncerata, predstava, performansa, itd) i to kako domaćih tako i internacionalno poznatih umetnika.

U Evropi mnogi gradovi aktivno razvijaju strategije bazirane na događajima kao sredstvo za konkurentnije tržište turizma te za stvaranje lokalnih distinkcija na globalnom nivou. Na primer, Gracu je ovaj projekt uz veliku popularnost u oblasti kulture doneo i nove turističke atrakcije, spomenike moderne arhitekture: Kunsthaus Graz (nazvan "a friendly alien"), veštačko ostrvo na Muri, a poznati Uhrturm na brežuljku Slossberg kraj grada je dobio svoju repliku (Krasojević, 2013).

Evaluacija programa, bazirana na pet kritičkih aspekata (ekonomiju iskustva, oblikovanje imidža, urbanu regeneraciju, kulturne uticaje i partnerske poduhvate) pokazala je da EPK pruža resurse za rast turizma, urbanu i ekonomsku regeneraciju te materijalizaciju pluralizma kultura. Ipak, gradovi imaju poteškoća da zadrže veliki broj posetilaca u godinama posle one kada su bili Evropska prestonica kulture. Takođe, važno je imati na umu da su „mega-događaji“ generalno samo deo dugotrajnog procesa revitalizacije gradova. Njihovi uticaji i održivost su veći kada su inicijative regeneracije integrisane u ukupne strategije urbanog razvoja (Liu, 2014).

U 2021. godini, uz Temišvar (Rumunija) i Elefsinu (Grčka), Evropska prestonica kulture biće i Novi Sad.

Drugi važan programski koncept na području Evrope jesu kulturne rute. Projekat je pokrenut 1987. godine na inicijativu Parlamentarne skupštine

Saveta Evrope, sa ciljem da se rehabilituju teme koje povezuju evropljane, te evropske kulturne vrednosti učine dostupnijim današnjim turistima. Tako osmišljene kulturne maršrute imaju svrhu da visokokvalitetnim kulturnim turizmom podsete Evropljane na njihov zajednički kulturni identitet. Pored toga, ovaj projekat ima cilj da podstakne procese oživljavanja i aktuelizacije lokalnog i regionalnog kulturnog nasleđa, radi daljeg razvoja kulturnog turizma i uspostavljanja saradnje istraživača, umetnika i svih onih koji donose presudne odluke vezane za kulturnu i ekonomsku politiku (Đukić, 2005).

Reč je o kulturnim itinererima koji prolaze kroz jednu ili više zemalja ili regija, a organizovani su oko tema čiji je istorijski, umetnički ili društveni interes očigledno evropski, bilo po osobinama geografske rute koju sledi bilo po svojoj prirodi i/ili opsegu i značenju. Uključivanje u projekat zahteva zadovoljavanje određenih sertifikovanih kriterijuma, a Evropski institut kulturnih ruta, smešten u Luksemburgu, koordinira i evaluira rad mreža uključenih u program. Program kulturnih maršruta obuhvata tri ključne oblasti i to: ljudi, migracije i osnovni pravci filozofskih, umetničkih, religijskih, naučnih i tehničkih pokreta u Evropi. U okviru ovih ključnih oblasti razvijaju se različite teme kulturnih ruta kao što su: Hodočasnički putevi, Evropski putevi svile i tekstila, Put baroka, Keltski putevi, Putevi humanizma i dr. Danas ovaj projekat okuplja preko 2000 partnera i pokriva skoro trideset tema (Jelinčić, 2009). Kulturne rute se razvijaju i na nivou država pojedinačno a u evropske kulturne rute se mogu (ukoliko zadovolje kriterijume Evropskog instituta za kulturne rute) uključiti i pojedinačne lokalne zajednice.

Muzeji i turizam

Širom sveta proteklih vekova muzeji su nastajali kao izraz želja vladara, velmoža, uglednih ljudi ali i čitavih zajednica da očuvaju artefakte od značaja za svet, naciju ili lokalnu zajednicu jer predstavljaju dostignuća na poljima

umetnosti, privrede i zanatstva, tehnologije i nauke kao i svedočanstva o društvenom, ekonomskom, religijskom i umetničkom životu određenog podneblja. Danas, muzeji jesu „stalne neprofitne institucije u službi društva i njegovog razvoja otvorene za javnost a koje prikupljaju, konzerviraju, istražuju, približavaju i izlažu opipljivo i nematerijalno nasleđe čovečanstva i njegovog okruženja u svrhe obrazovanja, proučavanja i uživanja“ (ICOM Statutes Article 3). Poslednjih decenija 20. veka muzeji privlače sve veći broj ljudi. „Muzeji su postali žiže u zajednici, tačke fizičkih susretanja. Muzeji su takođe postali tačke sastajanja za razmišljanje, refleksije, zadovoljstvo i znanje.“ (Roland Arpin, Executive Director Musée de la Civilisation, Quebec, 1992, navedeno iz: Herreman 1998) Takođe, muzejski turizam je postao jedan od vodećih oblika kulturnog turizma širom sveta.

Veze muzeja i turizma, podstaknute uviđanjem da su u strukturi posetilaca muzeja sve značajniji oni kojima stalno mesto boravka nije u gradu/mestu u kome je muzej, ispitivane su od '80-ih godina 20. veka (Capstick, 1985; Lord & Lord, 1982). U '80-im, pre nego svesna potraga za akademskim znanjem, turističke posete muzejima se mogu prepoznati kao deo programa odmora. Prema istraživanju *British Museum*-a iz osamdesetih godina prošlog veka, većina posetilaca nije znala da odgovori na pitanje zašto su došli u muzej, šta će tu da vide, a njihov užitak je bio u direktnijoj vezi sa prepoznavanjem poznatih i dobro znanih artefakata kao što su *Rosetta Stone* ili *Elgin Marble*. Slični obrasci ponašanja su uočeni i u drugim muzejima – npr. posetioци Luvra koji su došli da vide Mona Lizu ili posetioци Vatikana koji su dolazili samo da vide Sikstinsku kapelu. Istraživanje, koje je 1982. godine sproveo *National Museum of Canada*, pokazalo je da je više od polovine posetilaca smatralo da su znanja o sadržajima u muzeju koja su imali pre same posete bila nužna da bi razumeli i cenili muzejske postavke (Capstick, 1985). Podaci koje su pružila ova istraživanja uticala su na

preispitivanje zadataka muzeja ishodujući u svojevrsnoj „krizi identiteta muzeja“ (Šola, 2011), jer s jedne strane stoje zahtevi zaštite nasleđa, a s druge strane zahtevi savremenog života lokalnih zajednica kao i zahtevi koje postavljaju turisti. Muzeji su morali da postanu inovativni u svojim profesionalnim praksama bez narušavanja ili distanciranja od svojih tradicionalnih ciljeva usklađujući konzervaciju sa savremenim potrebama zajednice, zaštite nasleđa i turizma.

U tom pogledu, potrebno je podsetiti da muzeji mogu da imaju sledeće uloge (Herreman 1998):

a) da interpretiraju i komuniciraju druge kulture zarad benefita zajednice time što će osmisliti i implementirati strateške planove izložbi;

b) da pomažu lokalnoj zajednici da razume druge kulture na društveno zdrav način;

c) da interpretiraju i komuniciraju (posreduju) lokalnu kulturu, prošlost i sadašnjost zarad benefita turista kako bi i oni mogli da razumeju lokalnu kulturu;

d) da deluju kao obrazovni centri u lokalnoj zajednici u pogledu razumevanja kultura;

e) da deluju kao centri za orijentaciju turista posebno u malim zajednicama;

f) da razvijaju svoju ulogu centara za proučavanje tradicionalnih zanata i lokalnih znanja i veština.

U savremenoj muzeologiji poslednjih decenija ojačalo je razumevanje da su muzejske postavke namenjene posetiocima – ljudima koji su se odlučili da svoje slobodno vreme posvete njihovom istraživanju i otkrivanju novih odnosno drugačijih znanja, te je, u skladu sa tim jedan od vodećih savremenih muzeologa, Lord, izneo tvrdnju da muzejima u centru pažnje treba da budu posetioci a ne predmeti (Lord, 2002). Šola je predložio formulu E (excellence)

= m (museum) * c (capacity, tj, kapacitet postavke da posetiocima prenese ideje koje artefakti dokumentuju kao i c za creativity odnosno kreativnost u pogledu ostvarivanja razumevanja muzejskih postavki i posetilaca) (prema: Anđelković i Dragin, 2015).

U razvoju nove muzeološke paradigme akcentuje se činjenica da su muzeji javne institucije, dakle one koje su u službi javnosti a ne elita (Gavrilović, 2007). Fokus ka interpretaciji nasleđa – bilo da je reč o lokalnoj zajednici koja u lokalnom muzeju može naučiti o sopstvenoj prošlosti, bilo da je reč o turistima koji u lokalnom muzeju mogu naučiti o lokalnoj kulturi i u prošlosti i u sadašnjosti – ishode je našao i u specijalizovanim programima namenjenim različitim grupama posetilaca. Tome je na ruku išao i razvoj tehnologije koji je omogućio različite kanale približavanja sadržaja publici, od audio-vizuelnih programa vođenja kroz izložbe (koje je početkom '90-ih inicirao Rijksmuseum u Amsterdamu), preko ekrana osetljivih na dodir (*touch-screen*) instaliranih uz same postavke do aplikacija koje sami posetioci mogu instalirati na svojim „pametnim“ telefonima.

Edukativna funkcija muzeja, koja je bila prepoznata i u tradicionalnim postavkama muzeja još od 19. veka, koja se prepoznaje kao izuzetno važna i u modernoj muzeologiji, ishodovala je i pažnjom prema deci. Naime, muzeji su prepoznati kao važna poprišta kako formalnog (kroz programe škola i vrtića) tako i neformalnog obrazovanja – mesta gde deca i sama i u društvu roditelja, baka, deka, članova porodice ili odraslih prijatelja mogu pronaći ilustracije i objašnjenja pojava u svom bliskom i širem okruženju. Koncept dečjih muzeja, kod nas primenjen u Muzeju nauke i tehnike, podrazumeva i izlaganja eksponata vezanih za dečje igre i život dece i eksplikacije prilagođene dečjem rastu u okvirima stalnih postavki, zabavne dodatne prostore, prilagođena vođenja za đake, i sl. Dečji muzeji su širom sveta razvijani još od '70-ih godina 20. veka upravo sa ciljem da se muzeji ojačaju

kao centri učenja najmlađih naraštaja. U „tradicionalnijim“ muzejima osnivani su dečji klubovi kao poseban prostor u okviru muzeja prilagođen potrebama dece da izraze svoja opažanja i razmišljanja vezana za muzejske eksponate (bilo da su predstavljeni u okvirima stalnih izložbi ili u okviru povremenih tematskih izložbi).

Istraživanja su pokazala da deca mnogo više nauče u interakciji sa odraslima nego kada sama istražuju na primer muzejske postavke, kada posle posete sa roditeljima razgovaraju o sadržajima izložbi, te kada roditelji povežu muzejsku izložbu sa životom deteta (Anderson et al.2002). Kada deca istražuju naučne izložbe u porodičnom krugu, više su fokusirana i duže istražuju nego kada to rade sama; generišu kompleksnije naučne hipoteze u kojima su artefakti sa izložbe shvaćeni kao „dokazni materijal“ (Song et al. 2017).

Mnogi muzeji su počeli da razvijaju programe koji podrazumevaju jednu ili kombinaciju više opcija za prenošenje znanja čiji su „dokazi“ muzejski eksponati: adaptiranje dela prostora za radionice za decu (npr. deca crtežom ili praveći figure od glinamola izražavaju šta su naučila tokom posete); postavljanje dodatnih prostora ili adaptiranje dela prostora tako da se rekonstruišu teme o kojima svedoče eksponati iz muzejskih zbirki poput zubarskih ordinacija, bakalnica, domorodačkih koliba, naučnih laboratorija, itd; povezivanje nauke, umetnosti i ekologije kroz vođenja na kojima se na umetničkim slikama traže ptice, leptiri, biljke, principi geometrije u skulpturama ili prave mape za traženje blaga koje su zapravo muzejski eksponati. Ovakvi sadržaji i programi interpretacije koncipiraju se tako da korespondiraju i sa nastavnim programima u vrtićima i školama i sa opcijama provođenja slobodnog vremena u društvu roditelja.

Istraživanje koje je 2004. godine sproveo *Smithsonian Institution* pokazalo je da 40% posetilaca muzeja jesu porodice (Doering, 2004). Takav

trend je zabeležen i u drugim zemljama a kao odgovor nastao je programski koncept „Porodični dan u muzeju“. Cilj ovog programskog koncepta je da muzejske postavke komuniciraju istovremeno sa odraslima (kojima proširuju postojeća znanja, te omogućavaju da ta znanja prenesu svojoj deci uz dodatna improvizovana objašnjenja na licu mesta i sistematizovana posle posete muzeju) i decom (za koju se organizuju i dodatne radionice na kojima uz pomoć roditelja i kustosa sažimaju znanja koja su stekla istražujući izložbe, kao i ukupno iskustvo stečeno tokom posete).

Budući da je u srži ovih programa inovacija na planu interpretacije nasleđa koje muzej čuva i štiti, koja je od ključne važnosti i u kulturnom turizmu, te da se akcenat stavlja na opcije kreativnog provođenja slobodnog vremena, „Porodični dan u muzeju“ je u brojnim gradovima i muzejima širom sveta shvaćen kao izuzetno upotrebljiva i korisna opcija kulturno-turističkog proizvoda. U Evropi primer pruža španski/baskijski grad San Sebastijan. Turistima se nude dve opcije dvodnevnog aranžmana – jedna uključuje posetu *Eureka! Zientzia Museoa* i Planetarijumu tokom jednog dana te posetu *Aquarium* Okeanografskom muzeju tokom drugog dana; dok druga opcija u jednom danu uključuje posetu eko-parku/eko-muzeju *Kuxta ekogunea ur parkea*, a drugog dana se posećuje Akvarijum Okeanografski Muzej. U cenu ovog aranžmana uključene su ulaznice, smeštaj na bazi noćenja sa doručkom, San Sebastian turistička kartica i karta za gradski autobus. U švajcarskom Majenfeldu, turistička ponuda se bazira na dobro poznatoj priči o devojčici Hajdi i njenim prijateljima, a uključuje i program u kući-muzeju.

PERSPEKTIVE RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U SRBIJI

Trenutno stanje opšte razvijenosti turizma Srbije, a samim tim i kulturnog turizma, odraz je zatečenog turističkog sistema i infrastrukture, koji je stvaran tokom druge polovine XX veka za ukupnu teritoriju Srbije. Sve inicijalne ponude, u okviru ključnih turističkih atrakcija, oblikovane su pre više decenija, a zbog odsustva Srbije sa međunarodnog turističkog tržišta ostale su nemodernizovane i nedovoljno privlačne i atraktivne. Uz to, može se konstatovati da je sektor kulturnog turizma permanentno zanemarivan – kultura je jedino tretirana kao turistička resursna osnova, ali detaljnije nije razrađena, niti su shvaćene njene turističke razvojne mogućnosti (Đukić i Todorović, 2008).

U aktuelnoj Strategiji turizma Republike Srbije (Strategija turizma Republike Srbije za period 2016-2025) ističe se da je Srbija na istorijskoj prekretnici, jer prolazi završne tranzicione reforme. Republika Srbija danas ima samo komparativne, ali ne i konkurentske prednosti u turizmu, nije strateški pozicionirana na svetskom turističkom tržištu tako da mora bitno da podigne atraktivnost svojih turističkih proizvoda (Strategija turizma Republike Srbije za period 2016-2025, str. 44).

U tom smislu brojni elementi kulture Srbije, kao što su materijalna i duhovna kultura, institucije, manifestacije, predstavljaju značajan potencijal za razvoj atraktivnih turističkih proizvoda. Međutim, Srbija još uvek nema razvijen kulturni turizam, jer resursi kulture nisu pretvoreni u osmišljene kulturno-turističke proizvode i još uvek čine samo potencijale na kojima je moguće razvijati kulturni turizam kao značajan segment kulturne industrije. Postoje određene dobre inicijative i projekti kulturnog turizma, ali su oni još uvek na nivou pojedinačnih inicijativa, bez kontinuiranog marketinga i

sinergije svih relevantnih aktera. S obzirom na to da u Srbiji ne postoje sistematska istraživanja i relevantni statistički podaci o stanju kulturnog turizma na nacionalnom nivou, u ovoj studiji data je opšta ocena nekih od ključnih problema vezanih za ovu oblast kulturne politike.

Bogatstvo kompaktnih urbanih i ruralnih istorijskih sredina, materijalno i nematerijalno nasleđe različitih istorijskih epoha, etničkih i verskih zajednica, predstavlja značajnu prednost u pogledu razvoja kulturnog turizma Srbije. Međutim, jedan od ključnih nedostataka je neadekvatna opremljenost, pre svega materijalnog kulturnog nasleđa, za turističku ponudu. Na većini objekata materijalne kulture nisu sprovedene adekvatne mere zaštite, što je preduslov njihovog turističkog korišćenja. Mnogi lokaliteti su slabo infrastrukturno opremljeni, što ima negativan uticaj na zadovoljstvo posetilaca. Nedostaju prateći sadržaji kojima se „oživljavaju“ kulturna dobra, a posebno interpretacije pojedinih kulturnih dobara i njihovog šireg konteksta.

Razvijena mreža institucija kulture u Srbiji (muzeji, galerije, biblioteke, domovi kulture, arhivi) koje svojim programima doprinose razvoju kulture, takođe su značajan potencijal kulturnog turizma, ali ni one nisu na adekvatan način uključene u turističku ponudu. Jedan od ključnih problema je što institucije nemaju razvijene strategije privlačenja turista. Pored toga, institucije nisu tržišno orjentisane, pa često njihov menadžment i ne prepoznaje kulturni turizam kao granu industrije koja bi bila u stanju da generiše profit. Posledica toga je nedovoljno razvijen marketing u institucijama koji prouzrokuje i nedostatak atraktivnih višejezičnih brošura, zanimljivih suvenira i bolje korišćenje interneta za promociju i prodaju programa-proizvoda.

Brojnost ponude manifestacionih dešavanja u Srbiji, takođe čini značajan turistički potencijal. Međutim, veliki broj manifestacija pretežno je lokalnog karaktera i karakteriše ih manjak sadržaja i usluga kojima bi se

povećala potrošnja i privukla poseta publike van lokalnog nivoa. Pojedine kulturne manifestacije slabo su integrisane u turističku ponudu – iako mogu biti atraktivne za širu publiku, organizuju se za stalne „elitne“ posetioce.

Do sada politika i strategija kulturnog turizma Srbije nije bila definisana ni na državnom ni na lokalnom nivou. Usled nejasnih ciljeva i prioriteta razvoja u ovoj oblasti, kulturni turizam u Srbiji se razvija stihijski i bez plana. Kulturni potencijali naše zemlje su veliki, ali su zbog nedostatka planiranja i nedostaci u oblasti menadžmenta i marketinga veliki. Zato se retko susrećemo s dobro oblikovanim proizvodom koji je dobro marketinški ispraćen.

Međutim poslednjih godina uočavaju se određene tendencije koje upućuju na pozitivne pomake u razvoju kulturnog turizma Srbije. U periodu od 2011. godine do danas, turistički promet u Srbiji se iz godine u godinu povećavao. To se može sagledati analizom lančanih indeksa ukupnog broja dolazaka koji je u 2011. godini iznosio 103,0 (zabeleženo je povećanje ukupnog broja dolazaka turista u Srbiji za 3% više nego u 2010. godini), u 2012. godini indeks 101,1 (povećanje ukupnog broja dolazaka od 1,1%), a u 2013. godini indeks je iznosio 105,4 (čime je zabeleženo povećanje od 5,4 %). U 2014. godini ukupan broj dolazaka je ostao nepromenjen u odnosu na 2013.

Tabela 2. Lančani indeksi ukupnog broja dolazaka turista u Srbiju

Godina	Lančani index
2011	103,0
2012	101,1
2013	105,4
2014	100,0
2015	111,2
2016	113,0

Izvor: Republički zavod za statistiku, Republika Srbija

Značajno povećanje broja dolazaka turista u Srbiju ostvareno je u protekle dve godine (2015. i 2016). Tokom 2015. godine ukupan broj dolazaka u Srbiju povećan je za 11,2% u odnosu na 2014.godinu. Broj dolazaka turista je nastavio sa rastom i u 2016. kada je dostigao broj od 2.753.591 dolazaka turista, što je za 13% više nego u 2015. godini.

Posebno raste interesovanje stranih turista za posetu kulturnih lokaliteta Srbije. Primarni motiv dolaska inostranih turista je poseta značajnim turističkim manifestacijama: EXIT, Guča, Nišvil, Beogradski festival piva i sl. Takođe, posete inostranih turista beleže rast kada su u pitanju poslovna putovanja u Srbiju. Poseta kulturnim lokalitetima (manastiri, muzeji, a posebno arheološki lokaliteti) postaje sve značajniji dodatni sadržaj (komplementarni proizvod) za gore pomenute turističke proizvode (događaji i poslovna putovanja).

U Srbiji se ulažu izvesni naponi i sprovode određeni projekti kako bi se kulturno nasleđe integrisalo u turističku ponudu. U tom smislu je Turistička organizacija Srbije (TOS), u saradnji sa ministarstvom nadležnim za turizam i Ministarstvom kulture, razvila (srpski) deo rute *Transromanica* - putevi romaničkog nasleđa u Evropi koja od država obuhvata Nemačku, Austriju, Italiju, Francusku, Španiju, Sloveniju i Srbiju. Na srpskom delu rute se nalaze manastiri Žiča, Studenica, Gradac, Sopoćani i Đurđevi stupovi. Takođe, razvijana je i ruta *Put rimskih careva* zasnovana na činjenici da se niz Dunav na teritoriji današnje Srbije protezao rimski Limes, te da je na teritoriji Srbije rođeno 17 rimskih imperatora.

Ruta uključuje lokalitete Sirmium (Sremska Mitrovica), Singidunum (Beograd), Viminacium (Kostolac/ Požarevac), Diana i Pontes/ Trajanova tabla (Kladovo), Felix Romuliana/ Gamzigrad (Zaječar), Naisus/ Mediana (Niš) i Iustiana Prima / Caričin grad (Lebane). Od 2013. godine ova ruta je povezana i sa rutom *Dunavski put vina*. Najzad, TOS je u saradnji sa

Ministarstvom kulture i informisanja radio na razvijanju rute Tvrđave Dunava koja bi povezala sedam dunavskih tvrđava od posebne kulturne važnosti: Bač (opština Bač), Petrovaradin (Novi Sad), Beograd, Smederevo, Ram (opština Veliko Gradište), Golubac (opština Golubac) i Fetislam (opština Kladovo).

Mogućnost da se lokalne zajednice uključe na neku od postojećih evropskih kulturnih ruta iskoristio je grad Subotica. Naime, u saradnji gradske uprave i Turističke organizacije Subotice ovaj grad se uključio u transnacionalne kulturne rute *The European Route of Jewish Heritage*, *The Atrium Route or The European Cultural Route on the Architecture of the Totalitarian regimes* i *The Réseau Art Nouveau Network*.

Programi koje su domaći muzeji namenjivali deci predstavljali su retkost (Rosandić i dr. 1984) ali je taj trend tokom poslednje decenije počeo da se menja te su muzeji koji organizuju posebne programe za decu sve brojniji. I dalje prevlađuju programi namenjeni deci školskog uzrasta nego oni namenjeni predškolicima i mlađoj deci. Program porodičnih dana se realizuje u manjem broju muzeja, pretežno za lokalno stanovništvo. Opcija da ovaj program postane kulturno – turistički proizvod do sada, izgleda, nije detaljnije razmatrana.

Evaluacija sprovođenja Strategije razvoja turizma do 2015. godine je pokazala da su proizvodi koji se odnose na posebne interese (npr. kultura, posebno kulturne, vinarsko-kulinarske i gastronomske rute) delimično uspešni i da u narednim godinama treba obratiti pažnju na razvoj sadržaja unutar proizvoda (Strategija razvoja turizma u Republici Srbiji 2016-2025, str. 10). Takođe, zadatak u narednim godinama je stvaranje i implementacija Programa razvoja kulturnog turizma u Republici Srbiji (ibid, str. 46). Takođe je značajno istaći da se i u okviru nacrtu Strategije razvoja kulture Srbije iz 2017. godine kulturni turizam navodi kao jedan od ciljeva kulturnog razvoja, odnosno međuresornog povezivanja.

Shodno svemu gore navedenom, istraživanje postojećeg tržišta kulturnog turizma Srbije, sprovedeno u okviru ovog projekta, ima za cilj približavanje kulturnog nasleđa pre svega deci i njihovim roditeljima, kao način za što efektivnije brendiranje srpskog kulturnog okruženja za turističke i edukativne programe uz jačanje kulturne participacije uopšte i povećanje poseta muzejima posebno.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje tržišta je sistematsko prikupljanje i analiziranje podataka o definisanom problemu i predstavlja polaznu osnovu za donošenje celishodnih upravljačkih odluka, izradu preporuka i dokumenata za rešavanje problema i izazova identifikovanih u okviru istraživanja, kao i za sprovođenje aktivnosti javnog zagovaranja za njihovo usvajanje. Kao kompleksna aktivnost, istraživanje tržišta obuhvata niz međusobno povezanih aktivnosti koje treba obaviti u određenoj vremenskoj sukcesiji da bi se ostvarili planirani ciljevi istraživanja. Aktivnosti iz kojih se sastoji istraživački proces obično se razvrstavaju prema kriterijumu sličnosti u određeni broj grupa koje se nazivaju faze procesa istraživanja (Hanić, 2006).

U zavisnosti od stepena sažimanja istraživačkih aktivnosti, proces istraživanja tržišta se može raščlaniti na manji ili veći broj faza. Projekat „Mi smo porodica“ obuhvata sledeće aktivnosti tržišnog istraživanja:

1. Definisane ciljeva istraživanja
2. Utvrđivanje izvora informacija
3. Razvijanje strategije uzorkovanja
4. Utvrđivanje metoda i tehnika prikupljanja podataka
5. Kreiranje anketnih upitnika
6. Prikupljanje primarnih i sekundarnih podataka
7. Obrada, analiza i interpretacija podataka
8. Prezentacija rezultata naručiocu

Definisane ciljeva istraživanja je početna faza svakog istraživačkog projekta. Ovaj deo sadrži opšte i specifične ciljeve istraživanja iz kojih se izvode zadaci istraživača tržišta koji određuju smer istraživanja. Osnovni ciljevi i zadaci definisani u okviru projekta Mi smo porodica jesu da se obezbedi uvid u relevantne sadržaje od značaja za:

1. Približavanje kulturnog nasleđa deci i njihovim roditeljima, kao način za brendiranje srpskog kulturnog okruženja atraktivnog za turističke i edukativne programe;
2. Jačanje kulturne participacije uopšte i povećanje poseta muzejima posebno;
3. Razvoj inovativnih pristupa u oblasti kulture turizma posebno imajući u vidu njegove društvene i ekonomske efekte;
4. Unapređenje na planu prezentacije i očuvanja kulturnog nasleđa.

Utvrđivanje izvora informacija. Nakon definisanih zadataka i ciljeva projekta potrebno je utvrditi izvore iz kojih će se prikupljati podaci, a nakon toga obraditi u kvalitetne informacije, neophodne za postizanje definisanih ciljeva projekta. Izvori podataka mogu biti postojeći korisnici usluga kulturnog turizma, posrednici u prodaji (turističke agencije), statističke publikacije, biblioteke, elektronske i komercijalne baze, i dr. Izbor konkretnog izvora ili, što je češći slučaj, kombinacije različitih izvora podataka zavisi od specifičnosti ciljeva istraživanja odnosno liste potrebnih informacija. Prilikom izbora izvora podataka koriste se razni kriterijumi, kao što su: tačnost, pouzdanost, troškovi i vreme potrebno za prikupljanje podataka iz datog izvora, i dr.

Sekundarni podaci (podaci iz sekundarnih izvora), tj. podaci koji su prikupljeni ranije, za neku drugu svrhu i već negde postoje imaju osnovnu prednost u pogledu nižih troškova i brže raspoloživosti. Zbog toga istraživanja po pravilu počinju prikupljanjem podataka iz sekundarnih izvora, da bi se ispitalo da li marketinški problem može da se reši bez prikupljanja skupih primarnih podataka. Kada marketinški problem ne može u celini da se reši na osnovu sekundarnih podataka, odnosno kada ovi podaci ne postoje ili su nekompletni, zastareli, netačni ili nepouzđani, što je najčešći slučaj, tada

istraživač tržišta mora razviti strategiju prikupljanja primarnih podataka (Hanić, 2006). Primarni podaci, tj. podaci prikupljeni za određeni istraživački projekt u principu su skupi i sporo raspoloživi, ali imaju važnu prednost u pogledu obaveštenja koje pružaju, kao na primer, šta potrošači misle o zadatoj temi, zašto kupuju određenu marku proizvoda, prema kojim kriterijumima biraju turističke destinacije i sl.

U slučaju projekta „Mi smo porodica“ korišćeni su sledeći izvori sekundarnih podataka:

- Republički zavod za statistiku,
- Stalna konferencija gradova i opština,
- Zavod za proučavanje kulturnog razvitka (projekti e-Kultura, Lokalne kulturne politike, Kulturni resursi okruga Srbije)
- Nacionalni centar za digitalizaciju i
- zvanični sajtovi gradova, turističkih organizacija i muzeja.

Planom istraživanja u okviru projekta „Mi smo porodica“ definisane su tri celine, kao tri segmenta istraživanja, od kojih je prvi (Analiza stanja u gradovima) prvenstveno baziran na sekundarnim podacima, dok je drugim (Anketa kustosa u muzejima) i trećim (Anketa potencijalnih korisnika: roditelja) segmentom predviđeno prikupljanje primarnih podataka metodom anketnog ispitivanja, što je podrazumevalo definisanje osnovnih dimenzija strategije uzorkovanja.

Za segment istraživanja o muzejima osnovne dimenzije strategije uzorkovanja definisane su na sledeći način:

- Jedinice uzorkovanja (koga treba anketirati) – kustosi koji učestvuju u osmišljavanju i realizaciji programske ponude muzeja u gradovima koji su obuhvaćeni planom projekta.
- Veličina uzorka (koliko ispitanika treba anketirati) – projektnim planom već je definisana lista gradova, a u okviru ovog segmenta

istraživanja planirano je da ispitivanjem budu obuhvaćeni predstavnici muzeja iz tih gradova.

- Postupak uzorkovanja (način izbora ispitanika) – ispitanici su planski odabrani tako da svaki muzej ima jednog reprezentanta koji je kompetentan za oblast koju istražujemo.
- Način kontaktiranja sa ispitanicima (licem u lice, putem telefona, online) – upućen je zvaničan dopis na adrese muzeja, a zatim obavljen telefonski razgovor sa odabranim predstavnicima muzeja, da bi sa njima bile dogovorene posete naših istraživača, a zatim i da bi im na elektronske adrese bila prosleđena elektronska forma upitnika. Izbor elektronske verzije upitnika podrazumeva uštedu, ali i osigurava veću preciznost i izbegavanje grešaka koje se javljaju kada anketari unose podatke.
- Instrumente ispitivanja (anketni upitnik, podsetnik ili neki mehanički instrument) – kreiran je posebno strukturirani elektronski upitnik za potrebe ovog istraživanja.
- Tokom terenskog istraživanja sprovedeni su nestrukturirani intervjui sa direktorima odnosno kustosima muzeja.

Za segment istraživanja o potencijalnim korisnicima osnovne dimenzije strategije uzorkovanja definisane su na sledeći način:

- Jedinice uzorkovanja (koga treba anketirati) – roditelji bar jednog deteta uzrasta od 5 do 15 godina sa prebivalištem na teritoriji Grada Beograda. Uzrasna kategorija dece definisana je s obzirom na kritičan uzrast za formiranje kulturnih potreba i navika, imajući u vidu značaj porodičnih poseta muzejima. Ograničenje uzorka na teritoriju Grada Beograda uslovljeno je potrebom da uzorak bude u što većoj meri homogenizovan u pogledu aktuelne kulturne ponude i dostupnosti kulturno-turističkih sadržaja, kako bi preciznije mogli da se sagledaju

ključni faktori za diferencijaciju zainteresovanosti za novu programsku ponudu (Porodični dani u muzeju), kao i glavne prepreke i mogućnosti.

- Veličina uzorka (koliko ispitanika treba anketirati) – s obzirom na svrhu podataka koji treba da posluže prvenstveno u ilustrativne svrhe, planirano je da uzorak bude veći od 100 ispitanika, bez limitiranja gornje granice broja ispitanika.
- Postupak uzorkovanja (način izbora ispitanika) – uzorak je bio prigodan, što ga ne čini reprezentativnim za ispitivanu populaciju, ali je pogodan za istraživanje ovog tipa, kao jedan od izvora primarnih podataka.
- Način kontaktiranja sa ispitanicima (licem u lice, putem telefona, online) – ispitanici su bili roditelji maloletne dece starosti do 15 godina, koja pohađaju beogradske osnovne škole i predškolske ustanove. Oni su kontaktirani online, putem elektronskih adresa objedinjenih kroz neformalno kreirane roditeljske grupe na društvenim mrežama.
- Instrumente ispitivanja (anketni upitnik, podsetnik ili neki mehanički instrument) – kreiran je posebno strukturirani elektronski upitnik za potrebe ovog dela istraživanja.

Budući da je projekat „Mi smo porodica“ usmeren na prikupljanje primarnih podataka putem ispitivanja kroz unapred definisane anketne upitnike, projektnim planom je predviđen način organizovanja i kontrole prikupljanja podataka. Istraživanje o muzejima podrazumeva prethodnu direktnu komunikaciju sa kustosima koji su zatim popunjavali upitnike. Pošto je upitnikom predviđeno da se evidentira i naziv muzeja, bila je omogućena direktna dodatna provera prikupljenih podataka. Segment o potencijalnim korisnicima osmišljen je tako da anketa bude anonimna, a popunjavanje

elektronskim putem, što, s jedne strane, onemogućava direktnu kontrolu procesa prikupljanja podataka, ali, s druge strane, umanjuje efekat socijalne poželjnosti, koja bi očekivano bila više izražena ukoliko anketa ne bi bila anonimna. Nakon završetka faze prikupljanja podataka, izvršena je logička kontrola, kao i kontrola selekcionih kriterijuma u pogledu prebivališta i uzrasta dece ispitanika.

U planu istraživanja projekta „Mi smo porodica“ bila je predviđena sveobuhvatna obrada i analiza podataka iz sekundarnih izvora, kao i podataka prikupljenih anketnim istraživanjima u okviru segmenata istraživanja o muzejima i potencijalnim korisnicima. U istraživanju su bile primenjene sledeće naučne metode obrade i analize podataka: metod komparativne analize; analitičko-sintetički metod; induktivno-deduktivni metod kao i statističke analize empirijskih podataka uz korišćenje savremenih softverskih paketa.

Planom istraživanja predviđena je prezentacija rezultata istraživanja zainteresovanim partnerima iz privrede. Izveštaj i prezentacija o sprovedenom istraživanju pored ostalog sadrže osnovne istraživačke nalaze i preporuke za:

- približavanje kulturnog nasleđa deci i njihovim roditeljima, kao način za brendiranje srpskog kulturnog okruženja atraktivnog za turističke i edukativne programe;
- jačanje kulturne participacije uopšte i povećanje poseta muzejima posebno;
- razvoj inovativnih pristupa u oblasti kulture turizma posebno imajući u vidu njegove društvene i ekonomske efekte;
- unapređenje na planu prezentacije i očuvanja kulturnog nasleđa

Sastavni element ovog istraživačkog projekta bio je i vremenski okvir potreban za sprovođenje celokupnog istraživanja. Ukupno planirano vreme

trajanja istraživanja zavisi od specifičnosti istraživačkog problema, a u našem slučaju vreme za izradu celokupne studije bilo je tri meseca.

Pored ovih opštih metodoloških rešenja, prilikom prikaza rezultata istraživanja u narednom delu projekta biće navedene i posebne metodološke napomene, koje su značajne za tumačenje rezultata i formulisanje preporuka.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Analiza stanja kulturnog turizma u gradovima Srbije

Turizam gradova predstavlja poseban segment kulturnog turizma, budući da su sami gradovi često predstavljeni kroz lokalnu kulturu i njen istorijski razvoj – oličenu u objektima graditeljskog nasleđa, rad ustanova i organizacija kulture među kojima se ističu muzeji, manifestacijama, događajima i mestima socijalnih interakcija koje odražavaju duh grada i njegovu vibrantnost. Stoga je u našem istraživanju posebna pažnja posvećena gradovima u Srbiji – 24 grada odabrana su po kriterijumu blizine Beogradu, kako bi se program „Mi smo porodica“ konceptualizovao kao jednodnevni i (u perspektivi) kao dvodnevni aranžman.

U ovom delu studije predstavljeni su gradovi Srbije kroz njihov kratki istorijat, ustanove kulture, objekte i elemente kulturnog nasleđa, kao i uz kratak pregled prirodnih znamenitosti u samom gradu i u njegovoj neposrednoj okolini. Budući da su kulturno nasleđe i prostor Nacionalnog parka Đerdap zajednički Golupcu i Kladovu, oni su zajedno i predstavljeni. Takođe, Bač, zbog blizine ali i činjenice da Tvrđava predstavlja glavnu znamenitost, nije izdvojen od Novog Sada.

Redosled izlaganja prati geografske celine. Najpre su predstavljeni gradovi Vojvodine, zatim oni uz Dunav ka Istočnoj Srbiji, preko Niša i južne Srbije, uz koridor X do Pomoravlja, konačno ka Šumadiji i Zapadnoj Srbiji.

Pored terenskog istraživanja, u cilju mapiranja kulturnih vrednosti izabranih gradova, korišćeni su i sekundarni izvori podataka: podaci Republičkog zavoda za statistiku, Stalne konferencije gradova i opština, Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka (projekti e-Kultura, Lokalne kulturne politike, Kulturni resursi okruga Srbije) i zvanični sajtovi gradova i turističkih organizacija.

Novi Sad i Bač

Grad Novi Sad je glavni grad AP Vojvodine smešten na obali Dunava na njenom 1255. kilometru a 95 km uzvodno od Beograda s tim da se do njega najbrže dolazi autoputem. Prema popisu iz 2011. godine na području Novog Sada živi 341.625 stanovnika od kojih je 231.798 u samom gradu.

Sam grad je mlad – prvi put je u istorijskim izvorima pomenut 1694. godine dve godine otkako je iz pepela turskog pohoda na Beč (1683. godine) počela izgradnja Petrovaradinske tvrđave. Međutim, arheološki nalazi govore da su na petrovaradinskoj steni utvrđenje napravili Rimljani koje su kasnije Mađari obnovili a Turci održali. Naspram Tvrđave, na levoj, močvarnoj obali Dunava, posle proterivanja Turaka, krajem XVII veka, Austrijanci su podigli mostobran, a oko njega je niklo naselje vojnika, zanatlija i trgovaca. Isprva je naselje nazvano Racko (Srpsko) selo, a kasnije Petrovaradinski šanac. Kada se naselje uvećalo, posle prestanka ratova vođenih početkom XVIII veka, 1748. godine pod imenom Novi Sad grad je od carice Marije Terezije dobio status slobodnog kraljevskog grada. Od samog početka, kao i danas, Novi Sad je bio višenacionalni grad. U njemu zajedno su živeli i žive Srbi, Mađari, Hrvati, Slovaci, Rusini, Grci, Cincari, Jevreji, Rumuni, Romi i drugi narodi.

Od samog nastanka grada, njegovi građani brinuli su o svom duhovnom životu, te su odmah podizali crkve. Prve pravoslavne bile su: Nikolajevska, Saborna crkva sv. Georgija, Uspenska i Almaška. Sopstvene vernike okupljale su: rimokatolička, grkokatolička, reformatska, protestantska, jermenska crkva, a kasnije i jevrejska sinagoga. Uz crkvena zdanja, podizane su i škole. Novosađani su u XIX veku imali dve gimnazije: srpsku i mađarsku, te i druge škole. Negovan je kulturni život građanstva. Razvijano je knjižarstvo, novinarstvo i štamparstvo. Od kulturnih institucija osnovane su Srpska čitaonica (1845) i Srpsko narodno pozorište (1861). Ali

najvažniji događaj bio je preseljenje Matice srpske u Novi Sad, 1864. godine. Matica srpska, najstarija srpska kulturna institucija novog veka, osnovana je u Budimpešti 1826. godine. U njenom krilu razvile su se i druge ustanove, kao što su: Biblioteka Matice srpske, Galerija Matice srpske, Muzej Vojvodine, Muzej grada Novog Sada i dr. U doba nacionalnog romantizma i građanskog liberalizma, politički život u Novom Sadu i Vojvodini probudio je Svetozar Miletić, najveći političar kod Srba XIX veka. Njegov spomenik nalazi se u samom centru grada, na Trgu slobode, gde je i zgrada nekadašnjeg Magistrata, danas Gradske kuće.

Na ovoj raskrsnici rečnih, drumskih i trgovačkih puteva, susretanja kultura i civilizacija, evropske i orijentalne ekonomije, nastali su već u XIX veku sajmovi. Na tradiciji vašara, stvoren je Novosadski Sajam, koji tokom cele godine održava izložbe evropskog značaja. Građanski život Novog Sada bi bio nezanimljiv bez kafana i zabava, ali i bez tradicionalnih kulturnih manifestacija. Štimung čuvenih starih kafana u Novom Sadu se još oseća.

U Novom Sadu se održavaju:

- pozorišni festival „Sterijino pozorje“,
- dečji festival „Zmajeve dečje igre“,
- pesnički susreti „Brankovo kolo“, Novosadske muzičke svečanosti, „Vojvođanska tamburica“,
- letnji internacionalni rok festival „Exit“ na Petrovaradinskoj tvrđavi, i
- Festival uličnih svirača.

Danas je Novi Sad kulturno sedište te je, kao takav, dobio nominaciju da 2021. godine bude i jedna od Evropskih prestonica kulture. U njemu važnu ulogu imaju muzeji.

Galerija Matice Srpske je najbogatiji umetnički muzej srpske umetnosti novijeg doba, osnovan 1847. godine. Kao samostalna ustanova

Matice srpske deluje od 1958. godine. Njena stalna izložba hronološki prikazuje odabrana dela iz celokupnog umetničkog fonda koji sadrži oko pet hiljada umetničkih radova značajnih za nacionalnu istoriju umetnosti novijeg doba i kulturu srpskog naroda u Vojvodini od kraja 17. do kraja XX veka. Sva umetnička dela koja je Galerija Matice srpske primila na poklon od mnogobrojnih darodavaca, preuzela na čuvanje od Srpske pravoslavne crkve i drugih vlasnika, otkupila iz privatnog vlasništva ili pribavila planskim kopiranjem zidnih slika, čuvaju se, proučavaju, zaštićuju i koriste pod odgovarajućim uslovima. U zavisnosti od fizičkih, umetničkih i kulturno istorijskih svojstava, umetnička dela u fondu Galerije razvrstavaju se u sistematske zbirke srpskog slikarstva, grafike, crteža, skulpture, oleografija i kopija. Sve zbirke su dostupne javnosti. Mogu da se razgledaju u stalnoj postavci i na povremenim izložbama.

Muzej Vojvodine jedan je od najvećih muzeja kompleksnog tipa u Srbiji. Osnovan je 1847. godine u Pešti, na sednici Upravnog odbora Matice srpske, na inicijativu uglednih Srba iz Vojvodine pod nazivom „Srpska narodna zbirka ili Museum”. Godine 1933. otvoren je Muzej Matice srpske, prva javna kulturna institucija ove vrste u istoriji Novog Sada, sa zadatkom skupljanja, čuvanja muzejskih akvizicija sa područja Vojvodine. U ovom muzeju oformljene su zbirke: galerija slika, arheološka, etnološka i numizmatička zbirka, zbirka dragocenih fotografija i klišeja, biblioteku i arhiv. Posle Drugog svetskog rata, 1947. godine osniva se Vojvođanski muzej sa zbirka iz arheologije, istorije, etnologije, umetnosti, zoologije, botanike, geologije, paleontologije i minerologije. Današnji naziv Muzej Vojvodine dobio je 1992. kada je došlo do spajanja Vojvođanskog muzeja i Istorijskog muzeja Vojvodine. Muzej Vojvodine spada među najstarije i najbogatije muzejske ustanove Srbije sa zbirka iz arheologije, istorije, istorije umetnosti i etnologije koji čuvaju blizu 500.000 originalnih predmeta.

U sastavu Muzeja Vojvodine nalaze se depandansi: Dvorac u Čelarevu - izložbe stilskog nameštaja od baroka do neoklasicizma (XVIII-XX vek), Muzej štampe - memorijalna kuća gde je 1942. godine štampan prvi broj lista Slobodna Vojvodina sa rekonstruisanom bazom i Etno-kuća u Bačkom Jarku.

Muzej savremene umetnosti Vojvodine osnovan je 1. februara 1966. odlukom Skupštine AP Vojvodine i pod nazivom Galerija savremene likovne umetnosti. Ova institucija se bavi sabiranjem, čuvanjem, izučavanjem i izlaganjem savremene umetnosti i kulture Vojvodine i regije. Naziv ustanove promenjen je 1996. godine, uz preporuku i saglasnost Ministarstva kulture Republike Srbije, a imajući u vidu da je od svog osnivanja, Galerija obavljala delatnost koja odgovara funkciji, obimu i karakteru rada muzeja savremene umetnosti.

Muzej Grada Novog Sada osnovan je 1954. godine i pripada kategoriji gradskih muzeja kompleksnog tipa, čija delatnost obuhvata razvoj grada od njegovog nastanka do savremenog doba. Sačinjavaju ga: Odeljenje za arheologiju sa zbirka iz praistorije, antike i srednjeg veka, Odeljenje za istoriju sa zbirka iz oblasti privredne, društveno-političke istorije i istorije Petrovaradinske tvrđave, Odeljenje za kulturnu istoriju sa zbirka iz oblasti likovne, primenjene umetnosti, školstva i izdavaštva, Odeljenje za etnologiju sa zbirka iz oblasti zanatstva, ruralne arhitekture, svakodnevnog i običajnog života i Zavičajna galerija koja prikuplja dela savremene likovne umetnosti.

Objekti i depandansi Muzeja grada Novog Sada su:

1. Centralna zgrada Muzeja - smeštena na gornjem platou na Petrovaradinskoj tvrđavi, u objektu poznatom kao Topovnjača ili Mamulina kasarna koja je izgrađena 1775. godine kao jednospratna vojna kasarna. U prizemlju zgrade se nalazi stalna postavka *Petrovaradinska tvrđava u prošlosti* koja prikazuje kontinuitet naseljavanja i vojnih utvrđenja na ovom

lokalitetu, od praistorije do Prvog svetskog rata. Na spratu je Studijska izložba Odeljenja za kulturnu istoriju, gde je predstavljen građanski život Novog Sada od polovine XVIII veka do druge polovine XX veka. Pored stilskog nameštaja i predmeta primenjene umetnosti, na izložbi se mogu videti dela poznatih umetnika – Save Šumanovića, Đorđa Jovanovića, Boška Petrovića, Milenka Šerbana i drugih. Podzemne vojne galerije predstavljaju komunikacijski sistem na četiri sprata, zidan stepenasto sa raznovrsnim koridorima i prostorijama različitih namena i dimenzija, puškarnicama i svetlarnicama. Podzemne vojne galerije su među najvećim atrakcijama za turiste.

2. Zbirka strane umetnosti. U ovom depadansu izložen je deo legata dr Branka Ilića, koji čine dela umetnika Francuske, Nemačke, Italije i Austrije, nastala od 16. do 20. veka, kao i stilski nameštaj i predmeti primenjene umetnosti. Zbirka je smeštena u zgradi koja je izgrađena 1903. godine po projektima bečkog arhitekta Franca Vorude, u mešavini stilova neoklasicizma i secesije.

3. Spomen zbirka Jovan Jovanović Zmaj. Depadans je smešten u kući u kojoj je pesnik proveo poslednje godine života, a koja je adaptirana i za javnost otvorena 1933. godine. U okviru stalne postavke prikazan je pesnikov porodični život, književni i javni rad, rad na dečijoj književnosti kao i njegov lekarski rad.

4. Zavičajna zbirka Sremski Karlovci je muzejska ustanova kompleksnog tipa. Istorijska, arheološka, etnološka i umetnička zbirka, sa deset hiljada predmeta, konstituišu muzejski fond, u koji su uključeni i zbirka pesnika Branka Radičevića, legati Karlovačke gimnazije, slikara Milića od Mačve, arhitekta Svetomira Lazića i drugih privatnih lica. Zbirka je smeštena u baroknu rezidenciju barona Rajačića, poznatu kao palata Ilion. U okviru stalne postavke prikazan je deo ovog bogatog fonda.

Pored ovih muzeja u Novom Sadu su aktivni još *Pozorišni muzej Vojvodine* (osnovan je 1982. godine odvajanjem zbirke Pozorišnog odseka Vojvođanskog muzeja) i *Spomen zbirka "Pavle Beljanski"*.

Kao vibrantna pokrajinska prestonica Novi Sad aktivno razvija i pozorišnu umetnost. Srpsko narodno pozorište u okviru koga rade drama, opera, orkestar, balet, muški i ženski kamerni hor je zbog svog izuzetnog značaja za nacionalnu kulturu postao republička ustanova. Osim Srpskog narodnog pozorišta u Novom Sadu rade još Novosadsko pozorište i Позориште младих. Muzičku i scensku delatnost obavlja i više amaterskih društava. U organizaciji događaja važan je rad Kulturnog centra Novog Sada koji realizuje Прозе Фест (festival proze – april) INFANT (alternativni i novi teatar – jun), Novosadski Jazz Festival (novembar) i EURO-IN (evropski i nezavisni film – decembar). Važnu ulogu imaju i Gradska biblioteka kao i Biblioteka Matice Srpske koja je ustanova od nacionalnog značaja.

Pored brojnih sakralnih i svetovnih objekata, kao i Petrovaradinske tvrđave koja se upoznaje posetom Muzeju grada Novog Sada u samom gradu se nalazi veći broj spomenika - spomenik Lazi Kostiću, spomenik Mihajlu Pupinu, Vasi Stajiću, osnivačici baleta u Novom Sadu Marini Olenjinoj i drugima. Uglavnom je reč o delima istaknutih vojvođanskih vajara poput Lasla Silađija, Đorđa Jovanovića i dr.

Znamenitost Novog Sada predstavlja i kupalište Štrand na obali Dunava otvoreno 1911. godine. Novosadska opština jesu i Sremski Karlovci koji su Zakonom o obnovi kulturno-istorijskog nasleđa i podsticanju razvoja Sremskih Karlovaca prepoznati kao jedinstveno urbano jezgro.

Bač, smešten u blizini Novog Sada na levoj strani Dunava, je mesto po kome je čitava plodna ravnica između Dunava i Tise dobila ime Bačka. Prvi tragovi o Baču potiču iz perioda cara Justinijana I, kada car pominje Bač u svom pismu iz 535. godine. Bač je 873. godine bio Avarsko utvrđenje, a za

vreme vladavine Arpadovića kraljevski grad i središte biskupije. Godine 1241. Bač su razorili Mongoli, a tvrđava Bač nakon toga predstavlja vojno utvrđenje nekada moćnih ugarskih vladara. Nastanak zamka datiran je u razdoblje 1338-1342. godine, u vreme ugarskog kralja Karla Roberta, a svoj konačni oblik dobija tek u 15. veku. Tvrđava spada u tzv. vodene gradove, jer je sa svih strana bila opasana rekom, a prilazilo joj se pokretnim mostom.

Prema kategorizaciji Republičkog zavoda za zaštitu spomenika kulture, Bačka tvrđava je proglašena za dobro od izuzetnog nacionalnog značaja. Danas je među značajnijim atrakcijama i jedini je očuvani spomenik iz srednjovekovnog perioda u Vojvodini. Tokom arheoloških iskopavanja u periodu 2004-2006. godine, istražen je objekat uz severoistočni bedem, definisan kao palata, kao i cisterna kružne osnove na prostoru između donžon kule i jugoistočnog bedema. Kompleks je nedovoljno istražen, a kule su u gornjim zonama nedostupne i nisu bezbedne za istraživanja, usled čega nedostaju potrebni podaci o konstrukcijama i tehnikama gradnje. Značajniji istraživački i konzervatorski radovi tek predstoje (Vujović, 2008).

U novije vreme, po svom značaju u procesu konzervacije i prezentacije tvrđave Bač, ističe se razvojni projekat Vekovi Bača (2006-2010. godine), u čijim okvirima je izvršeno: istraživanje i izrada planske dokumentacije za prostor tvrđave, konzervacija, restauracija i revitalizacija, akcije u smeru turističke promocije i razvoja turizma, kao i definisanje strategije upravljanja. Projekat je proizašao iz aktivnosti na istraživanju, konzervaciji, restauraciji i revitalizaciji tvrđave u Baču, ali i manastira Bođani, Franjevačkog samostana i drugih kulturnih spomenika na području opštine. Glavni nosilac projekta bila je opština Bač, a projekat je realizovan kroz fond Vekovi Bača, pod pokroviteljstvom Sekretarijata za obrazovanje i kulturu AP Vojvodine i Ministarstva kulture Republike Srbije. Koordinator projekta bio je Pokrajinski zavod za zaštitu spomenika kulture.



Kula u Baču. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Apatin

Apatin je gradsko naselje u Zapadnobačkom okrugu. Smešten je u severozapadnoj Bačkoj, na levoj obali Dunava, gde čini granicu sa Hrvatskom. Teritorija opštine zahvata površinu od 333km². Ostala naselja u opštini su: Kupusina, Prigrevica, Svilojevo i Sonta. Prema popisu iz 2011. u Apatinu je živelo 17.411 stanovnika.

Zbog povoljnog geografskog položaja Apatin je oduvek privlačio ljude da se ovde naseljavaju, pa se tako još u praistoriji smenjuju kulture Sarmata, Kelta, Gota i drugih naroda. Apatin se prvi put spominje u pisanim dokumentima 1011. godine, a ime je dobio po opatiji Kaločke biskupije. Apatin se 1417. godine spominje kao posed Stefana Lazarevića. Pod turskom vlašću je bio od 1541. godine u narednih 140 godina. Jedan deo izbeglica iz velike seobe pod Arsenijem Čarnojevićem 1690. godine naseljava se u Apatinu, Somboru i Prigrevici. Nemački kolonisti dolaze 1748. godine u

Apatin, a srpsko stanovništvo je silom raseljeno. U to vreme podižu se javne zgrade, škole, ribarske stanice, zanatske radionice i stambene zgrade. Godine 1760. Apatin je proglašen za grad i stalno trgovište sa posebnim statusom, jer je doživeo snažan ekonomski uspon. 1912. godine Apatin je povezan železničkom prugom sa Somborom i Sontom, a 1920. godine osnovano je brodogradilište, dok je 1941. godine, posle kapitulacije Jugoslavije, Apatin ušao u sastav Hortijeve Mađarske. Apatin je oslobođen 1944. godine, a prema planu kolonizacije, novembra 1945. godine u Apatin su stigle porodice iz Like i nacionalni sastav grada je promenjen.

Kulturni centar u Apatinu je ustanova kulture koja se bavi organizacijom kulturno-umetničkih programa na nivou opštine Apatin i realizuje programe iz umetničkih disciplina: likovne umetnosti, filma, teatra, književnosti i muzike. U njegovom sastavu je Galerija Meander, bioskop, knjižara, amaterski dramski studio, kreativna radionica i Dom kulture u Romskom naselju. U kulturnom centru Apatin poseban program čine likovne kreativne radionice za decu svih uzrasta. Na teritoriji Apatina nalazi se i biblioteka „Miodrag Borisavljević“ koja aktivno učestvuje u kulturnom životu grada, kroz organizaciju književnih večeri, predavanja i tribina.

Spomenički fond arhitektonsko urbanističkog nasleđa opštine Apatin čine ambijentalne celine, od kojih je najvažnija ulica Srpskih Vladara. Pored ove ambijentalne celine značajni su i pojedinačni objekti zbog svojih oblikovanih ili istorijskih vrednosti. Glavna ulica, ulica Srpskih Vladara se formirala kao prava i široka, sa bogatim drvoredom i najznačajnijim građevinama.

U arhitektonskom smislu izdvaja se Gradska kuća izgrađena u secesijskom stilu u periodu od 1907. do 1909. godine. Etno kuća Margita predstavlja pravi primer odlično očuvanog objekta građenog u prvoj polovini prošlog veka, čuvenom apatinskom “klinger” ciglom. Apatinska pivara

osnovana je 1756. godine i spada u najstarije pivare u zemlji. Stari deo objekta Apatinske pivare svojim spoljašnjim izgledom predstavlja zdanje koje pleni svojom lepotom, te privlači veliki broj posetilaca. U kući u kojoj je živeo i radio Adam Berenc, apatinski sveštenik, humanista i urednik časopisa „Die Donau“, nalaze se bogati arhivski i biblioteški fondovi koji govore o istoriji i baštini nemačkog naroda na ovom području. Ovu dragocenu zbirku čine crkvena biblioteka, etnografska i zbirka umetničkih dela, odnosno sva sačuvana arhivska građa iz nekadašnjih nemačkih mesta Apatina, Prigrevice, Odžaka, Karavukova i Srpskog Mletića.

U Apatinu se nalazi zbirka skulptura na otvorenom prostoru iz savremene umetnosti koja se sastoji od preko 100 skulptura sa ciljem umetničkog oblikovanja urbanog prostora. Značajni su i brojni religijski objekti na teritoriji Apatina koji svedoče o multikulturalnosti ovog prostora kao što su: Pravoslavni hram Sabor svetih apostola, crkva Uznesenja Marijinog, Sinagoga u Apatinu i drugi.

Sombor

Grad Sombor nalazi se na krajnjem severo-zapadu Republike Srbije, 175 km severozapadno od Beograda i 220 km južno od Budimpešte. Teritorija opštine Sombor se prostire na površini od 1.177,22 km². Na području grada, u 16 naseljenih mesta (jednom gradskom naselju i 15 sela) prema popisu stanovništva iz 2011. godine živi 85.569 stanovnika. Sombor je, kao i većina drugih mesta u Vojvodini, multietnička sredina. U njemu žive pripadnici 21 nacije.

Sombor se prvi put pominje 1360. godine kao naseobina na posedu vlastelina pod imenom Cobor, a prvo puno ime naseobine nosi naziv Cobor-Sent-Mihalj. Od svog začetka, ova naseobina je pripadala mađarskom

kraljevstvu sve do 1541. godine, kada je osvajanjem Turaka ušla u sastav Otomanskog carstva. U to vreme, prilikom povlačenja Ugara na sever, došlo je do promene imena naselja, kada je pravoslavno srpsko stanovništvo počelo da prilagođava ugarski naziv Cobar svom jeziku u naziv Sombor. Od 1687. godine grad je pod Habzburškom vlašću, a tek 1749. godine, za vreme vladavine carice Marije Terezije, uspeva da se izbori za nezavisan status slobodnog kraljevskog grada. Nakon oslobođenja Sombor stupa na prag građanskog društva i počinje ubrzani razvoj. Godine 1786. postaje stalno sedište Bačko-bodroške županije u čijem sastavu su bili Subotica i Novi Sad. Danas je grad Sombor administrativni centar Zapadnobačkog okruga.

Gradski muzej Sombor je muzej kompleksnog tipa, koji svojom nadležnošću pokriva teritoriju grada Sombora i opština: Apatin, Kula, i Odžaci. Osnivanje Muzeja 1987. godine vezuje se za Istorijsko društvo Bačko-bodroške županije. Deo zgrade Muzeja datira iz 1870. godine, a drugi deo, zgrada u kojoj se nalazi Galerija savremene umetnosti, potiče iz 1945. godine. Muzejski fond broji 33.792 predmeta smeštenih u više zbirke po odeljenjima - arheološko, numizmatičko, etnološko, istorijsko, prirodnjačko, likovno odeljenje sa zavičajnom zbirkom i zbirkom primenjene umetnosti i sa Galerijom savremene jugoslovenske umetnosti i zbirkom sa kolonije Likovna jesen. Pored osnovne delatnosti Muzej organizuje izložbe, predavanja/tribine, radionice, promocije knjiga, koncerte, Nedelju arheološkog filma, i umetničke performanse.

Aktivni kulturni život Sombora čine i druge institucije kulture: Narodno pozorište Sombor, Galerija Milan Konjović, Istorijski arhiv Sombor, Gradska biblioteka Karlo Bijelicki, Kulturni centar Laza Kostić. U Somboru i okolini organizuje se i veliki broj manifestacija, kao što su:

- Somborske muzičke večeri,
- Dečiji muzički festival “Šareni vokali”,

- Somborsko leto,
- Somborski kotlić,
- Fijakerijada,
- Dužionica,
- Ulica starih zanata,
- Bodrog fest,
- Ravangrad Wine Fest,
- Veliko Bunjevačko prelo,
- Pozorišni maraton.

Istorijsko jezgro Sombora „Venac“ predstavlja prostornu kulturno-istorijsku celinu koja grad čini prepoznatljivim na kulturno-turističkoj mapi. Na ovom prostoru su značajne građevine Gradska kuća, Narodno pozorište, Gradska biblioteka, Preparandija, Krušperova palata i kula, Galeova, Grašalkovićeva, Laloševićeva, Konjovićeva kuća, crkve Sv. Đorđa, Sv. Jovana, Sv. Trojstva, Sv. Ivana Nepomuka i dr. Konzervatorski radovi izvedeni su na pojedinim zgradama.

U najvećem somborskom parku, „Parku heroja” u centru grada, nalazi se znatan broj spomenika i to većinom biste boraca Narodno oslobodilačkog pokreta. Ispred Pedagoškog fakulteta je podignut i spomenik pesnikinji Isidori Sekulić, kao i poznatom pesniku Jovanu Dučiću. Na prostoru Sombora nalaze očuvani i brojni elementi nematerijalnog nasleđa koji se reprezentuju kroz rad kulturno-umetničkih društava, zanatskih radionica, ali i kroz gastronomsku ponudu i očuvane objekte narodne arhitekture (etno kuće i salaši).

Sombor je poznat po svom zelenilu, tačnije po bođošima koji su donešeni iz doline Misisipija još 1903. godine i često se zbog toga naziva najzelenijim gradom Srbije. Sa Dunavom, gustom mrežom kanala, barama, ritovima i šumama, područje Sombora je jedna od najprimamljivijih destinacija za lovce i ribolovce. Specijalni rezervat prirode "Gornje

Podunavlje", čiji deo obuhvata i teritorija Sombora, prostire se duž leve obale Dunava od granice sa Mađarskom do Bogojeva u dužini od 64 kilometra, predstavlja izuzetno područje kako za lovce i ribolovce tako i za sve ljubitelje netaknute prirode. U okolini Sombora nalazi se i banja Bezdan.

Subotica

Grad Subotica nalazi se na samom severu Republike Srbije, pokrajine Vojvodina, u neposrednoj blizini Mađarske granice. Od Beograda je udaljen 190 km, od Novog Sada 108 km, a od Budimpešte 202 km. Grad sa okolinom ima 150.000 stanovnika: Mađara, Hrvata, Bunjevaca, Srba i drugih.

Kulturni život i razvoj Subotice ostvaruje se radom Gradske biblioteke, Gradskog muzeja Subotica, Narodnog pozorišta, Dečjeg pozorišta, Istorijskog arhiva, Međuopštinskog zavoda za zaštitu spomenika kulture, Savremene Galerije, Pozorišta „Kostolanji Deže“, Bioskopa „Aleksandar Lifka“, Galerije „dr Vinko Perčić“, te Otvorenog univerziteta i Fondacije za omladinsku kulturu i stvaralaštvo „Danilo Kiš“.

Gradski muzej u Subotici je ishodište napora koji su se ulagali u obrazovnim ustanovama, a naročito gimnazijama, da se prikupe starine od značaja za grad, a najpre su napravljene numizmatičke zbirke. U Subotici je 1892. godine osnovano Udruženje javne biblioteke, zapravo Gradska biblioteka, koja se bavila i prikupljanjem istorijskih i drugih predmeta. Godine 1948. osniva se Gradski muzej kao kompleksna ustanova zavičajnog tipa čiji je zadatak da istražuje, čuva i prezentuje prirodnjačke, arheološke, antropološke, istorijske, pedagoške, etnološke i vrednosti iz oblasti istorije umetnosti.

Značajnije manifestacije u Subotici su: FEMUS - Internacionalni festival umetničke muzike, Nacionalni dan knjige, Tambura instrumental festival, Spring Restart Filmski program, Prolećna izložba, Dani Deže

Kostolanjija - Dani posvećeni književnom opusu D. Kostolanjija, Svetski dan secesije (10. jun), Etnofest World music festival, Priskakanje vatre na Sv. Ivana Cvitnjaka, Smotra folklornih ansambala Dužijance, Dužijanca - Završni deo žetelačkih svečanosti, Interetno festival, Festival bunjevačkih ila, Međunarodni festival pozorišta za decu, Festival pozorišta za decu i pozorišta lutaka, Dani Balinta Vujkova (manifestacija proučava i popularizuje hrvatsku baštinu za decu), International piano fest - Festival klavirske muzike, Međunarodni filmski festival, brojne manifestacije vezane za vino i konje, i mnogi drugi.

Arhitektonski ukras, ali i svedočanstvo da je Subotica multikulturalna sredina, predstavljaju sakralni objekti. Na ivici grada su ostaci desetak starih hramova, a prvi monumentalni i veliki crkveni objekti izgrađeni su u 18. veku: Franjevačka crkva, Srpska pravoslavna crkva i Katedrala sv. Tereze. Crkvama je poklonjena posebna pažnja kada je Subotica doživela svoj graditeljski zenit – poslednje decenije 19. i prve decenije 20. veka. Tada su podignute Kerska crkva Svetog Roke (1896.), Senćanska crkva Svetog Đurđa (1897.), Evangelistička crkva (1901.), Sinagoga (1902.). Franjevačka crkva je rekonstruisana i dograđen joj je još jedan toranj (1908.), Srpska pravoslavna crkva temeljno je obnovljena 1910. i izgrađeno je još desetak crkava u gradu i naseljima.

Sinagoga i Gradska kuća, izgrađena u periodu od 1908. do 1910. godine, predstavljaju remek dela arhitekture secesije. Dela su arhitekata Deže Jakaba i Marcela Komora a omogućili su da se Subotica uključi u evropsku kulturnu rutu *The Réseau Art Nouveau Network*. Takođe, grad Subotica se nalazi i na sertifikovanim transnacionalnim kulturnim rutama *The European Route of Jewish Heritage*, *The Atrium Route* or *The European Cultural Route on the Architecture of the Totalitarian regimes*.

U neposrednoj blizini Subotice nalazi se zaštićeno područje od izuzetnog značaja Specijalni rezervat prirode „Ludaško jezero“, te zaštićena područja „Selevenjske pustare“ i predeo izuzetnih odlika „Subotička peščara“. Takođe, u blizini Subotice su i spomenici prirode od lokalnog značaja „Stabla hrasta lužnjaka na Paliću“ i Park prirode „Palić“, dok se u samoj Subotici nalazi spomenik prirode „Dva stabla Tise“. Ekološki kompleks Palićkog i Ludaškog jezera ima ključnu ulogu u opstanku metapopulacije vidre na slivu Kireša. Na zaštićenom području je zabeleženo 176 strogo zaštićenih vrsta, od kojih mali vranac (*Phalacrocorax pygmaeus*) i patka njorka (*Aythya nyorca*), spadaju u grupu najugroženijih životinja na Zemlji. Zabeleženo je prisustvo 210 vrsta ptica, od kojih se na ovom području gnezdi oko 100 vrsta. „Ptičja ostrva“, veštačka ostrva podignuta od isušenog mulja prilikom sanacije jezera sedamdesetih godina 20. veka, predstavljaju jedino gnezdilište crnoglavog galeba (*Larus melanocephalus*) u Srbiji.

Zoološki vrt Palić, sa preko 50 vrsta životinja, uređen je kao arboretum i prostire se na površini oko 10 ha. Zelenilo zoo vrta sadrži preko 270 vrsta drveća i žbunja i predstavlja bitan element biodiverziteta zaštićenog područja.

Kikinda

Grad Kikinda se nalazi u severnom delu Banata i predstavlja centar Severnobanatskog upravnog okruga. Prostire se na 782 km² i pored Kikinde, kao gradskog centra, ova površina obuhvata i naselja: Banatska Topola, Banatsko Veliko Selo, Bašaid, Idoš, Mokrin, Nakovo, Novi Kozarci, Rusko Selo i Sajan. Teritorija Opštine nalazi se na 7,5 km od rumunske i 60 km od mađarske granice. Putnom i železničkom mrežom dobro je povezana sa ostalim delovima Vojvodine i Srbije. Kikinda je udaljena 100 km od Novog Sada i 130 km od Beograda.

Prostor na kome se nalazi grad Kikinda bogat je tragovima starih i iščezlih kultura i civilizacija. Mnogobrojni arheološki nalazi svedoče da su ovde ljudi živeli još u vremenu od pre sedam hiljada godina. Naziv Kikinda prvi put je zabeležen početkom XV veka i to u obliku Kokenyd, a najverovatnije je označavao, zajedno sa nazivom Ecehida, ime više manjih naselja, odnosno dobara ugarskih, a zatim i srpskih despota. Istorija savremene Kikinde može se u kontinuitetu pratiti počev od pre 264 godina, tačnije od 1751-1753. godine, kada je područje na kojem se grad danas nalazi naseljeno. Danas je Kikinda moderan grad koji svojim Trgom, širokim ulicama i starim građevinama pleni pažnju kako Kikindana, tako i gostiju. Prema poslednjem popisu iz 2011. godine grad Kikinda ima 59.453 hiljada stanovnika.

Narodni muzej Kikinda osnovan je 1946. godine. Nalazi se u zgradi nekadašnjeg Magistrata Velikokikinskog dištrikta (Kurija). Muzej obuhvata šest odeljenja: arheološko, etnološko, istorijsko, prirodnjačko, umetničko i pedagoško odeljenje. Delatnost vrši na teritoriji opštine Kikinda, Čoka i Ada. Od 2006. godine u muzeju se čuvaju originalni ostaci jednog od najbolje očuvanih skeleta mamuta u Evropi. Muzej poseduje biblioteku sa preko 6.000 naslova stručne literature i galeriju namenjenu tematskim postavkama. Pored redovne delatnosti, organizuju i prateće programe: tematske izložbe, predavanja, tribine i radionice. Kikindski muzej organizuje i manifestaciju *Mamutfest* namenjenu najmlađoj publici.



Kikinda. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Pored muzeja na teritoriji grada nalaze se i druge institucije kulture kao što su: Narodna biblioteka Jovan Popović, Istorijski arhiv Kikinda, Narodno pozorište Kikinda, Centar za likovnu i primenjenu umetnost Terra, Kulturni centar Kikinda, Društvo za negovanje muzike „Gusle“. Kulturni život Kikinde čine i brojna manifestaciona dešavanja od kojih su najznačajnije sledeće manifestacije:

- Dani ludaje,
- Mamutfest,
- Internacionalni simpozijum skulpture „Terra“,
- FENOK međunarodni festival narodnih orkestara,
- Memorijalni festival „Geza Balaž Gari“,
- Kikinda short,
- Balkanski pozorišni festival malih scena,
- Tucanijada u Mokrinu,
- Gusanijada u Mokrinu,
- Kikindski kotlić.



Posle Dana Ludaje, Narodni muzej Kikinda. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Graditeljsko nasleđe Kikinde predstavljaju: Hram Sv. Nikole, Rimokatolička crkva, zgrada magistrata – Kurija, Gradska kuća, Kulturni centar, Budišinova palata, nekadašnja zgrada SDK, Pencova kuća, Poslovna zgrada (nekadašnje „Borovo“), Slanikina kuća, Suvača, Bogomolja Vodica, Dečiji dispanzer, Parni mlin, Železnička stanica, zgrada gimnazije „Dušan Vasiljev“, muzička škola „Slobodan Malbaški“, zgrada biblioteke „Jovan Popović“, Lepedatova palata i kompleks starog pogona IGM Toza Marković.

U samom gradu nalazi se i spomenik prirode „park Blandaš“ (Veliki park) nastao početkom tridesetih godina XX veka. Uređen je poput engleskih parkova sa pravilno raspoređenim biljnim vrstama, a pod zaštitom je zbog visokih estetskih i dekorativnih vrednosti, ali i bogatstva biljnih vrsta, sadnica lišćara i četinarara i velikog prisustva žbunastih vrsta. U ovom parku zimuju sove ušare, što predstavlja jedinstveni prirodni fenomen i potencijal za razvoj eko-turizma.

U okolini Kikinde nalazi se specijalni rezervat prirode „Pašnjaci velike droplje“. Zbog bogatstva flore i faune proglašen je za prirodno dobro od izuzetnog značaja.

Kovačica

Opština Kovačica nalazi se u Banatu, 50 km od Beograda i 90 km od Novog Sada. Čine je osam naselja: Kovačica, Padina, Debeljača, Crepaja, Uzdin, Samoš, Idvor i Putnikovo, a prema popisu iz 2011. godine u ovoj opštini živi 6.259 stanovnika. Kovačicu, kao i većinu opština u Vojvodini, karakteriše šarenilo naroda i narodnosti – u njoj je 41% Slovaka, 33,9% Srba, 10,5% Mađara, 7% Rumuna i 7,6% ostalih nacionalnosti. Statutom opštine utvrđena je ravnopravna upotreba jezika i pisma Srba, Slovaka, Mađara i Rumuna. U strukturi privrede opštine Kovačica poljoprivreda je dominantna, iako skoro u svakom mestu postoje industrijski objekti značajni za život meštana.

Opština Kovačica najpoznatija je po naivnom slikarstvu, ali i po tome što je Idvor rodno mesto Mihajla Pupina. Upravo na ovim činjenicama se bazira i rad dve institucije kulture – „Galerije naivne umetnosti Pavel Babka“ čije je sedište u mestu Kovačica i Memorijalnog kompleksa „Mihajlo Pupin“ sa sedištem u Idvoru.

Galerija naivne umetnosti „Babka“ osnovana je 1991. godine kao privatna galerija čiji je osnivač i vlasnik Pavel Babka. Zahvaljujući galeriji dela naive iz Kovačice su bila zastupljena na mnogim svetskim izložbama: EXPO 92 u Sevilji, EXPO 96 u Lisabonu, EXPO 2000 Hanover, EXPO 2006 Aichi - Japan, Međunarodni fond u Vašingtonu, OEBS u Beču, UNICEF u Ženevi, UNESCO u Parizu, a predstavljena su i u Briselu, Strazburu i Tokiju. Galeriju Babka je 2001. godine UNESKO proglasio za svetski centar izdavačke delatnosti naivnog slikarstva. U 2011. godini Galerija Babka je

predstavila prvu multimedijalnu slovačku Enciklopediju naivne umetnosti u Srbiji a u 2013. je izdala štampani katalog u kome je predstavljeno 63 slovačkih naivnih slikara iz Srbije.



Iz Galerije Babka. Izvor: Galerija naivne umetnosti „Babka“

Muzejski kompleks posvećen Mihajlu I. Pupinu osnovan je 1979. godine povodom 125. godišnjice njegovog rođenja. Kompleks se sastoji od tri objekta: Muzeja, Rodne kuće i Zadužbine, i nalazi se u sastavu Doma kulture „Mihajlo Pupin“ u Idvoru. Rodna kuća Mihajla Pupina je deo muzejske postavke, i predstavlja Srpsku Banatsku kuću sa polovine XIX veka. To je Banatska kuća koja se proteže dužinom imanja, sa karakterističnom fasadom. Unutrašnjost oslikava svakodnevni život u vreme kada je Mihajlo Pupin živio u njoj. Kuća je kompletno rekonstruisana 2004. godine. U sastavu stare škole, izgrađene 1843. godine, nalazi se postavka posvećena liku i delu Mihajla Pupina i prikazuje životni put ovog velikana nauke od njegovih prvih saznanja o svetu u roditeljskom domu do priznanja koje je za svoja naučna dostignuća dobio i u našoj zemlji i u svetu. Narodni dom Mihajla Pupina je njegova zadužbina koju je podigao Idvorcima sa namerom da postane narodni univerzitet. Samo zdanje je izgrađeno u akademskom stilu i za javnost otvoreno 1936. godine, nepunih godinu dana posle Pupinove smrti. Posed velike sale i službenih prostorija imalo je biblioteku, generator za električnu struju i razglas u celom Idvoru. Sve do 1979. godine, narodni dom je

funkcionisao kao dom kulture kada je dobio današnji izgled i funkciju memorijalnog kompleksa.

Od manifestacija na području opštine Kovačica poznate su: Dan maternjeg jezika koji u Kovačici organizuje Galerija naivne umetnosti „Babka“, zatim Vašar u Debeljači i Fijakerijada u Crepaji. Kulturno nasleđe opštine Kovačica predstavljaju i crkve u Uzdinu, Crepaji, Putnikovu, Kovačici, Debeljači, Samošu i Idvoru.

Kladovo i Golubac

Kladovo i Golubac su opštine na Dunavu nizvodno udaljene od Beograda 130 km, odnosno 245 km. Udaljenost između Kladova i Golupca je 120 km. Golubac pripada Braničevskom a Kladovo Borskom upravnom okrugu. Zaštitni znak obe opštine je reka Dunav, a obe opštine su deo nacionalnog parka Đerdap.

Kladovo, prema popisu iz 2011. godine, u gradskom naselju živi 8.869 stanovnika. Pod današnjim nazivom Kladovo se prvi put pominje 1596. godine u jednom austrijskom vojnom dokumentu. Veruje se da ime grada potiče od reči kladenac, jer okolina obiluje izvorima za koje je slovenska reč kladenac. Među najranijim opisima grada je onaj koji je prilikom posete gradu zabeležio turski geograf i putopisac Evlija Čelebija 1666. godine. Pod srpskom upravom u kontinuitetu je počev od 1833. godine. Do izgradnje Hidroenergetskog sistema Đerdap mala varošica Kladovo, iako privredni i administrativni centar Ključa, vekovima je samo vegetirala na vratima Đerdapa, primajući i otpremajući vojsku i lađare koji su životno vezani za Đerdap. Godine 1972. okončani su radovi na izgradnji hidroenergetskog i plovidbenog sistema Đerdap, koji je uslove plovidbe značajno unapredio sa dve brodske prevodnice, a Srbiji i Rumuniji donosi milijarde kilovata električne energije.

U Golubcu nosilac kulturnog života je Narodna biblioteka „Veljko Dugošević“. U Kladovu aktivan je Centar za kulturu koji obavlja bibliotečku delatnost, bavi se organizacijom pozorišnih predstava, koncerata svih žanrova muzike, prikazivanjem filmova u bioskopu, baletskih i operskih predstava, organizovanjem književnih promocija, tribina, seminara, kurseva, simpozijuma, modnih revija, festivala, manifestacija, smotri, izdavaštvo, naučno-obrazovna delatnost, izložbena-galerijsko, produkcija sopstvenih programa, amatersko stvaralaštvo i profesionalno – scenska delatnost. Programi se organizuju u dva fizički odvojena objekta - *Domu kulture* i *Domu omladine*, kao i u amfiteatru na Dunavskom keju i na platou Doma omladine u centru grada (za letnje programe).

Od izuzetne važnosti je Arheološki muzej Đerdap smešten u Kladovu, koji je u sastavu Narodnog muzeja u Beogradu. Muzej je osnovan s ciljem integralne zaštite arheološke baštine Dunava u oblasti šire regije Gvozdena Vrata-Đerdap i celovitog predstavljanja i promocije ovog značajnog nasleđa. Muzej je otvoren 1996. godine u objektu namenski građenom za muzej. Konstituisanje Arheološkog muzeja Đerdapa, kao specijalizovanog muzeja ove regije, predstavlja jedan od najznačajnijih realizovanih ciljeva Naučno-istraživačkog projekta Đerdap. Intenzivnim arheološkim istraživanjima, koja su realizovane u dve faze od 1964. do 1990. godine, na svetlost dana su izašli do tada nepoznati, skriveni predeli, koji su nastajali i nestajali milenijumima.

Postavka Arheološkog muzeja Đerdapa prezentuje praistorijske, rimske, kasnorimske, ranovizantijske ili srednjovekovne nalaze, u hronološkom rasponu od preko 10.000 godina. Veliki broj izloženih predmeta predstavlja istinske raritete, baštinu koja po važnosti prelazi granice naše zemlje. Trenutno je u galerijama Muzeja izloženo preko 1.500 prvorazrednih eksponata Zbirke Đerdap, otkrivenih na više od 100 lokacija ove regije. Najbrojniji su predmeti rimske epohe.

Na teritoriji Arheološkog muzeja Đerdapa sačuvani su segmenti reprezentativne spomeničke celine limesa Rimske imperije, utvrđene rimske granice, koji čine jedinstven arheološki park regije. *Tabula Traiana*, natpis postavljen na stene kanjona Donje Klisure – Kazana, vidljiv samo s Dunava, jedno je od najznačajnijih svedočanstava o Trajanovim građevinskim aktivnostima na Dunavu i pripremama za rat sa Dačanima. Ostaci Trajanovog puta – Trajanov kanal (Sipski kanal) i čuveni Trajanov most na Pontesu, kod Kostolca, kojeg je izgradio Apolodor početkom 2. veka naše ere, zajedno s tvrđavom Pontes (1–6. vek), koja je štitila ovaj most, predstavljaju izuzetan pimer rimske arhitekture. O značaju ovog dela Rimskog carstva svedoči i utvrđenje Dijana (*Statio Cataractarum Diana*), stanica na (dunavskim) kataraktama, važan auxilijarni logor od 1. do 6. veka, jedan od najvećih u sklopu limesa. Dijana je bila okružena velikim naseljem, nekropolama, pristaništem. Ranovizantijski izvori pominju ovo naselje kao gradić Zanes.

Na samom ulazu u Kladovo, od potapanja je sačuvana i srednjovekovna tvrđava-grad, Fetislam. Ova tvrđava je građena u obliku četvorougona i opasana je sa dvanaest jakih i visokih kula, koje su građene od tvrdog materijala, a pokrivene su daskom. Tvrđava ima dvostruke zidove, opkop i jednu demir kapiju koja je okrenuta prema jugoistoku.

Na putu od Kladova ka Golupcu nalazi se i lokalitet *Lepenski Vir* koji je takođe u sastavu Narodnog muzeja u Beogradu. Uz lokalitet se nalazi vizitorski centar sa izložbenim prostorom. Najstariji slojevi su stari 9000 godina, a lokalitet je intenzivno naseljivan 6300. do 5500. godine pre nove ere, s tim da se izdvajaju naselja koja pripadaju mezolitu i ranom neolitu. Po lokalitetu Lepenski vir ime je dobila cela jedna mezolitska kultura i upravo nalazi iz ovog doba čine lokalitet izuzetnim. Najpoznatiji nalazi su skulpture i žrtvenici napravljeni od oblutaka, od krupnozrnog peščara, nađeni zaliveni krečnjačkim malterom u podovima kuća, najčešće uz ognjište. Prema onome

što prikazuju, skulpture se mogu podeliti na figuralne, sa predstavama ljudskog lika, i ornamentalne skulpture, dekorisane motivima meandra, riblje kosti i pletenice.

Najznačajniji objekat kulturnog nasleđa u Golupcu je Golubački grad. Smešten na strateški izuzetnom mestu, ima nepravilnu osnovu i bedeme koji prate konfiguraciju terena. Zbog efikasnije odbrane, grad je unutar bedema pregrađen i podeljen na nekoliko celina, a devet masivnih kula (6 pravougaonih, 2 poligone i jedna kružne osnove) međusobno su povezane bedemom i raspoređene tako da brane grad kako sa kopna, tako i sa vode. U donjem delu grada, na obali Dunava, nalazila se palata, a uzvodno od nje Turci su sagradili nisku osmostranu kulu da bi zaštitili grad sa zapadne strane i obezbedili pristanište. Glavni ulaz u tvrđavu bio je na zapadnoj strani. Izgradnjom đerdapske magistrale probijeni su bedemi grada 1939. godine, dok je stari, srednjovekovni put vodio preko planinskih prevoja. Golubački grad je od 1948. godine pod zaštitom Zavoda za zaštitu spomenika kulture, a kategorizacijom nepokretnih kulturnih dobara 1979. godine proglašen je spomenikom kulture od izuzetnog značaja.

Pored Golubačkog grada na prostoru današnjeg Golupca nalaze se i lokaliteti iz I i II veka n.e. *Vicus Cuppae* i *Castrum Nove*. Nažalost, veći deo lokaliteta *Castrum Nove* nalazi se pod vodom.

U blizini Golupca, na 9 km uz Tumansku reku nalazi se Manastir Tumane podignut u XIV veku i posvećen svetom arhangelu Gavrilu. Zadužbina je Miloša Obilića, a čitav je sagrađen u srpsko-vizantijskom stilu i krase ga bufore i monoforni prozori.

Prirodne znamenitosti Kladova i Golupca određene su u okvirima Nacionalnog Parka „Đerdap“ koji je i najveći nacionalni park u Srbiji sa površinom od 63.608 ha. Na teritoriji opštine Golubac nalazi se četiri rezervata prirode:

1. Golubački grad,
2. Bojana,
3. Bosman–Sokolovac i
4. Tatarski vis.

Okolina manastira Tumane takođe predstavlja predeo izuzetne prirodne lepote a izdvaja se bigrena akumulacija, koja je svrstana je u III kategoriju zaštite kao spomenik prirode. Takođe, na prostoru opštine Golubac nalazi se veliki broj prirodnih vidikovaca, izrazitih planinskih vrhova i jedinstvenih formacija stena, sa kojih se pružaju neponovljivi i uzbudljivi pogledi: Okmejdan-378m; Venac-558m; Crni vrh-624m; Lazino brdo-468m; Kljane-420m; Krakulung-604m; Kornovski vis-632m; Orlova-462m; Rapanis-586m ; Jezdin vrh-685m ; Salčn-565m; Starčev vrh-505m; Ložana-422m; Kugljev vrh-476m; Sečinski vrh-626m.

Derdapska klisura (tzv. „Gvozdena vrata“) najveća je rečna klisura probojnica Evrope, gde je moćni Dunav probio karpatske planine u dužini od 90 km. Sastoji se od 4 klisure: Golubačka, Gospođin vir, Kazan (najveća rečna dubina 90m) i Sipska, i tri kotline: Ljupkovska, Donjomilanovačka i Oršavska. Na teritoriji opštine Golubac nalaze se: Golubačka klisura, Ljupkovska kotlina i klisura Gospođin vir.

Zaječar

Grad Zaječar jedan je od najvećih u istočnoj Srbiji i administrativni je centar Zaječarskog okruga, udaljen od Beograda 251 km. Prema popisu iz 2011. godine tu živi 43.860 ljudi. Zaječar je delio sudbinu drugih gradova u Srbiji i tokom balkanskih i tokom svetskih ratova. Posle Drugog svetskog rata, grad počinje da se razvija u miru. Otvoreno je više osnovnih i srednjih škola, a kada je reč o industrijskim postrojenjima, najpoznatiji je po Zaječarskoj pivari koja i danas radi. Aktivni učesnici razvoja jesu i ustanove kulture –

Istorijski arhiv „Timočka krajina“, Matična biblioteka „Svetozar Marković“, Centar za kulturu grada Zaječara i Pozorište Timočke krajine „Zoran Radmilović“, kao i 12 kulturno-umetničkih društava u samom gradu i okolnim selima.

Narodni muzej je 1951. godine osnovao Gradski narodni odbor opštine Zaječar kao Gradski muzej a 1961. godine naziv je promenjen u Narodni muzej Zaječar. Smešten je u zgradi koja je 1927. godine podignuta za potrebe vojne ustanove za projektovanje puteva. Muzej je kompleksnog tipa i u okviru njega rade stručna odeljenja istorije, istorije umetnosti, arheologije i etnologije.

U sklopu Narodnog muzeja nalaze se:

- Radul begov konak,
- Turska vodenica,
- Muzej zdravstva,
- Zadužbina „Nikola Pašić“ (Memorijal Nikole Pašića i Galerija)
i
- arheološko nalazište Felix Romuliana.

Sam grad Zaječar poznat je po kulturnim manifestacijama – Gitarijadi koja već 51 godinu afirmiše rock'n'roll stvaralaštvo mladih te Danima Zorana Radmilovića – pozorišnom festivalu koji akcentuje dostignuća glumaca. Takođe, značajne manifestacije su i Hajduk Veljkovi dani u selu Lenovac, tokom kojih se afirmiše sportska tradicija (višeboj narodnih sportova); „Vražogrnački točak“ u selu Vražogrnici gde je glavni motiv točak – negovanje narodnog stvaralaštva; Dani Adama Bogosavljevića posvećeni besedništvu; Smotra narodnog stvaralaštva „Potekla voda studena“ u Velikom Izvoru čiji je cilj promocija domaće radinosti, tradicionalnih zanata i gastronomije zaječarskog kraja; te Likovna kolonija koja u Gamzigradskoj banji okuplja akademske slikare, vajare, keramičare i fotografe iz Srbije i inostranstva.

U gradu Zaječaru najveću prirodnu znamenitost čini 9.958 ha zaštićenog parka prirode Stara planina.

Knjaževac

Knjaževac (nekada Gurgusovac) je gradić na istoku Srbije, na udaljenosti od 255 km od Beograda. Prema popisu iz 2011. godine u opštini živi 30.908 ljudi a u samom gradu Knjaževcu ima 18.089 stanovnika.



Knjaževac na obali Timoka. Izvor: Zavičajni muzej Knjaževac

U gradu aktivni učesnici kulturnog života jesu Dom kulture, Narodna biblioteka „Njegoš“ i Zavičajni muzej Knjaževac. Oni daju pečat brojnim manifestacijama među kojima se posebno ističe „Molitva pod Midžorom“. Značajan potencijal predstavlja Stara planina čiji je vrh Midžor (2.169 m) na teritoriji opštine Knjaževac. U saradnji svih aktera Knjaževac se razvija kao destinacija kulturnog turizma. Zavičajni muzej Knjaževac delatnost čuvanja, istraživanja i prezentacije kulturnog nasleđa ove opštine realizuje u samoj zgradi muzeja, u kući Alekse Ace Stanojevića, u selu Ravne gde se nalazi i antički lokalitet *Timacum Minus* te u selu Balta Berilovac u kome je očuvana stara škola.

Stalna postavka muzeja hronološki prikazuje razvoj knjaževačkog kraja. Posebno je zanimljiva zbirka dvoprednih čarapa koje su jedinstvene za ovaj kraj. U galerijskom prostoru muzeja se organizuju raznovrsni programi namenjeni i odraslima i deci.

Kuća istaknutog političara i radikala sa početka 20. veka, Alekse Ace Stanojevića, izgrađena od 1903. do 1912. je specifičan tip gradske vile sa karakteristikama secesije. Na njenoj gornjoj etaži, scenski postavljen, posetiocima je približen život u gradu Knjaževcu. Izloženi su originalni materijali, arhivska građa i lični predmeti Ace Stanojevića kao i eksponati dobijeni na poklon od starih Knjaževčana i gradskih porodica. Donja etaža kuće Ace Stanojevića je prostor namenjen posebnim izložbama ali i ceremonijama – od potpisivanja ugovora poslovnih partnera do sasvim ličnih ugovora sklapanih venčanjima.

Očuvanost objekata narodnog graditeljstva ali i nalazi sa lokaliteta Timacum Minus omogućili su da se u selu Ravna formira jedinstven arheo-etnološki park. Osnovna zamisao je da se ilustruje ambijent patrijarhalne zajednice/zadruga iz 19. veka sa stambenim i privrednim zgradama kao njenim delovima. Seoska kuća, u moravskom stilu/tipu kuće, preneti iz obližnjeg sela Gornja Kamenica, jeste primer tradicionalne arhitekture, a u njoj su predstavljeni artefakti i fotografije koji svedoče o tradiciji vinogradarstva i vinarstva u ovim krajevima počevši od antičkog doba.

U okviru kompleksa je i bondručna kuća preneti iz sela Berčinovca u kojoj je rekonstruisan enterijer skromne seoske porodične kuće sa primercima lokalnog zanatstva, predmeta dekorisanih duborezom i bojениh (načve, orman, police i dr.).

U kompleksu se nalazi i Ambar, privredni objekat sa podrumom i košem iz 19. veka, preneti iz sela Beli Potok. Posetiocima se tu približavaju privredne aktivnosti ljudi iz knjaževačkog kraja.

U neposrednoj blizini se nalazi i stara škola koja danas ima funkciju istraživačke stanice. U školskom dvorištu nalazi se Lapidarijum koji obuhvata zbirku kamenih spomenika pronađenih tokom arheoloških iskopavanja na obližnjem lokalitetu Timacum Minus. Reč je o nadgrobnim spomenicima, počasnim spomenicima i žrtvenicima sa natpisima koji obezbeđuju znanja o vojnim, administrativnim, društvenim, verskim i drugim kulturnim zbivanjima u antičkom dobu.

U okolini Knjaževca ističu se: srednjovekovna crkva iz XIV veka posvećena Sv. Bogorodici (na 15 km od Knjaževca na ulazu u selo Donja Kamenica), i manastir posvećen Sv. Trojici iz XV veka (na putu između sela Donja i Gornja Kamenica, na 17 km od Knjaževca).

Na području Knjaževca nalazi se 57.968 ha zaštićenog parka prirode Stara planina a opštini Knjaževac pripada i najviši vrh Stare Planine (i Srbije)-Midžor (2.169m).

Pirot

Grad Pirot je centar Pirotskog okruga koji je smešten na granici sa Bugarskom. Grad je od Beograda udaljen 310 km, od Niša 75 km a 60 km od Sofije (Bugarska). Prema popisu iz 2011. godine u opštini Pirot živi 57.911 stanovnika. Sam grad smešten je u ravnici Pirotskog polja a njegov istorijski razvoj određen je položajem na važnoj saobraćajnici koja spaja Evropu i malu Aziju.



U centru Pirot. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Kada je reč o institucionalnim akterima kulturnog i socio-ekonomskog života oni su: SO Pirot, Lokalna kancelarija za ekonomski razvoj¹, Turistička organizacija Pirot², Istorijski arhiv Pirot, Narodna biblioteka Pirot³, Muzej Ponišavlja, Galerija „Čedomir Krstić“, Dom kulture i Narodno pozorište.

Muzej Ponišavlja osnovan je 1947. godine odlukom Gradskog narodnog odbora pod nazivom Narodni muzej, ali mu je ime promenjeno u današnje 1969. godine odlukom SO Pirot. U trenutku osnivanja muzej je raspolagao izvesnim brojem predmeta, uglavnom dobijenim na poklon od građana Pirot i okolnih naselja. Kao regionalna muzejska ustanova, koja konceptijski spada u kategoriju zavičajnih muzejskih ustanova kompleksnog tipa, delatnost zaštite i prezentacije kulturno umetničkih i istorijskih dela, odnosno pokretnih kulturnih dobara, ova muzejska ustanova obavlja na teritoriji opštine Pirot, Dimitrovgrad, Babušnica i Bela Palanka.

¹ Videti Internet stranicu SO Pirot www.pirot.rs

² Detaljnije videti: <http://topirot.com>

³ Detaljnije videti www.nbpi.org.rs Potrebno je napomenuti da je Narodna biblioteka Pirot učinila značajan napor u očuvanju građe o Pirotu i to tako što je digitalizovala Zavičajno odeljenje. Iako digitalizovana izdanja nisu user – friendly, svakako je bilo od neizmernog značaja i za izradu ove studije.

Organizacionu strukturu Muzeja čine odeljenja za arheologiju, etnologiju, numizmatiku, istoriju i istoriju umetnosti. Zbirke navedenih odeljenja formiraju muzejski fond od oko 6.500 predmeta. U sastav muzejskog fonda ulazi i fond Galerije fresaka u Starom gradu, koga čine reprodukcije fresaka iz manastira Svetog Jovana Bogoslova, zadužbine Konstantina Dejanovića, u selu Poganovu, kao i dva legata, od kojih je jedan legat učitelja Ćire Rančića iz oblasti dečije književnosti, a drugi legat učitelja Duška Ćirića sa etnološko-istorijskom građom. Pored toga, Muzej ima dependanse u Babušnici, Beloj Palanci i Dimitrovgradu.

Pirot je danas najpoznatiji po elementima nematerijalnog nasleđa – pirotskom ćilimu i pirotskom kačkavalju, s tim da je nadaleko poznat gastronomski specijalitet i pirotska peglana kobasica.

O poreklu pirotskog ćilimarstva postoji više teorija ali pisanih podataka nema, dok je najstariji sačuvani ćilim datiran na kraj XVIII i početak XIX veka. Izvesno je da je pirotsko ćilimarstvo u višu fazu ušlo u XVI veku jer su u doba dolaska Turaka već bili oformljeni tehnika tkanja, razboj i osnovni ornamenti, kao i određeni predmeti: crga i pokrovac (Petković i Vlatković 1996). Kada je reč o procesu proizvodnje, kvalitet vune je najvažniji. Pirotske ćilimarke ukazuju da je vuna staroplaninskih ovaca veoma kvalitetna zbog planinske ispaše na prostoru koji obiluje raznim vrstama bilja. U tkanju za ćilim korišćen je vertikalni razboj, što čini produkciju specifičnu pirotskog ćilima.

Za *pirotske ćilime* je „karakteristična: originalnost tkanja (jednaki s obe strane), geometrijski (perpendikularni) oblik šara, snažni kontrasti boja (koji se međusobno ne isključuju) i, najzad, poreklo i ime šara.“ (Ćirić 1968:33) Šare koje pirotske ćilimarke tkaju jesu simboli kojima ćilimarka izražava svoje želje da doprinese prosperitetu porodice, odnosno da se obezbedi zaštitu svoga doma. Prvobitne šare su bili trouglovi i rombovi, a

kasnije isti u raznim kombinacijama ili u kombinaciji sa kukama i kukicama. Ove prvobitne geometrijske šare najstarijih ćilimova „dale su - u sledećoj fazi - podsticaj, da se istom tehnikom počnu da kopiraju i apliciraju u ćilimu predmeti iz ćilimarkine okoline, koji su se nalazili na dohvat očiju ili ruke. (...) kasnije se javlja izvanredna skala i bogatstvo kombinacija u kojoj preovlađuju biljni motivi. Napokon se javljaju i životinjski motivi, pa, konačno, i scene iz života sa ljudskom figurom.“ (Ćirić 1968:32-33). Pirotsko ćilimarstvo uvršteno je u Nacionalni registar elemenata nematerijalnog kulturnog nasleđa.

Kačkavalj je početkom XX veka bio nadaleko poznat po svom kvalitetu. Tokom šezdesetih godina XX veka ovo je bio sir koji se najviše koristio u ishrani u Beloj kući. Detaljan tehnološki proces izrade pirotskog kačkavalja dat je u studiji *Glavni elaborat o zaštiti oznake imena porekla Pirotskog kačkavalja od kravljeg mleka* koji su 2012. godine sačinili stručnjaci Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Beogradu u saradnji sa stručnjakom Fonda za razvoj poljoprivrede opštine Pirot i Instituta za molekularnu genetiku i genetičko inženjerstvo⁴. Kačkavalj se pravi i od ovčjeg mleka, ali i u kombinaciji kravljeg i ovčjeg mleka (tzv. „mešanac“). Pirotski kačkavalj od kravljeg mleka odgovara standardu JUS E.C2010-A.

Peglana kobasica je specijalitet koji se izrađuje od kombinacije ovčjeg, telećeg (ili junećeg) i kozjeg mesa, mada postoje i kombinacije sa magarećim mesom. Svinjsko meso se ne koristi ali se za „pakovanje“ mogu koristiti i svinjska creva. Veoma je važno da meso nema žila, tako da se koristi samo meso najboljeg kvaliteta. Po početnoj obradi mesa (odvajanja eventualnih žila masnoća) i dodavanju začina (so, aleva paprika, biber, beli luk, eventualno lorber i bosiljak) se pakuje u creva i suši na promaji

⁴ Elaborat je dostupan na stranici http://www.zis.gov.rs/upload/documents/pdf_sr/pdf_ogp/G%2061%20Pirotski%20kackavalj%20od%20kravljeg%20mleka.pdf.

oblikovana u karakterističnom vidu potkovice. Već posle drugog dana počinje da se pegla staklenom flašom napunjenom vodom sobne temperature, a ta procedura se ponavlja svakoga dana, jedan put dnevno. Period sušenja je 40 dana a temperatura mora biti između -5°C i $+5^{\circ}\text{C}$ te se ona i pravi u periodu od pozne jeseni do početka zime.

Kada je reč o nepokretnom kulturnom nasleđu, u samom gradu Pirotu, na njegovom ulazu iz pravca Niša ističu se ostaci srednjovekovnog Pirotskog grada. Reč je o srpskom srednjovekovnom utvrđenju podignutom uz desnu obalu Bistrice, na izdvojenoj steni kod uzvišenja Sarlah. Nastao je uz ostatke rimskog Turesa i vizantijske Kvimedave (*Quimedava*). Čine ga tri spojene celine: Gornji (podignut tokom poslednjih decenija XIV veka) Srednji (podignut početkom XV veka) i Donji grad. Imao je tri kapije: Nišku, Stambol i Knjaževačku, a neophodna odbrana ojačana je zidanim vodenim kanalom. Septembra 2017. godine počeli su radovi na uređenju i revitalizaciji Pirotskog grada, a očekuje se da se 2019. godina ovaj objekat kulturnog nasleđa u potpunosti aktivira kao turistička atrakcija.

Kada je reč o javnim objektima u gradu ističu se Kuća porodice Hristić (u kojoj je smešten Muzej Ponišavlja), kuća Stojana Božilovića – Belog (spomenik kulture podignut posle 1840. godine), zgrada apoteke Karlo Skacel (u Pirotu prva namenski izgrađena poslovno-stambena zgrada podignuta kao kuća u nizu u centru grada), zgrada Gimnazije (podignuta u duhu akademske arhitekture neorenesanse u periodu od 1904. do 1907. godine s tim da su bočna zdanja podignuta 1920. i 1921. godine), zgrada Okružnog načelstva (podignuta krajem XIX veka a danas se u njoj nalazi hotel „Gali“), te zgrada Opštinskog suda (podignuta 1910 – 1912. godine). Od sakralnih objekata u gradu se ističe Crkva Roždestva Hristovog, poznata i pod nazivom *Pazarska crkva* a specifična je po tome što se u nju silazi stepenicama.

Posebno zanimljivu ambijentalnu celinu čine zanatske i trgovačke radnje na Trgu Republike u Tijabari gde se i danas održava živopisni pijačni dan subotom. Na severoistočnom delu Trga Republike nalazi se Spomenik oslobođiocima od Turaka.

Svedočanstvo o tome da je Pirot bio multikulturalna sredina nalazi se u Jevrejskoj ulici, paralelnoj sa glavnom ulicom Srpskih vladara, gde je podignut spomenik Jevrejima stradalim u Holokaustu. Tu se nalaze i ostaci jevrejskog obrednog kupatila, mikve, na kome je nadležni Zavod za zaštitu spomenika kulture u Nišu 2015. godine izveo konzervatorske radove.

U neposrednoj okolini Pirotala nalazi se niz spomenika kulture među kojima su Begov most (sagrađen krajem XVII veka na reci Temštici kraj autoputa na deonici Bela Palanka – Pirot); Srpsko i Grčko vojničko groblje na Metiljivici iz Prvog svetskog rata i spomenički prostor sa spomen pločom na Kaca Kamenu posvećen borcima u Drugom svetskom ratu.

Na lokalitetu Obrenovac-Srećkovo, tokom prethodnih radova na deonici autoputa E80, otkriveno je višeslojno praistorijsko naselje. U najstarijim stratumima otkriveni su delovi naselja Starčevačke kulturne grupe (stariji neolit). Njih u nešto višim slojevima smenjuju staništa i objekti Vinčanske kulturne grupe (mlađi neolit/eneolit), kao i nalazi iz bronzanog doba.

Kada je reč o antičkom nasleđu, značajni su lokaliteti *Vrgudinac*, *Veliki Suvodol*, *Krupac*, *Sukovo*, *Planinica*, *Poganovo*, *Nišor*, *Temska*, *Ragodeš*, *Osmakovo*, *Gornja Kamenica* i *Štrbac*.

Najbrojniji spomenici kulture pod zaštitom jesu sakralni objekti.

Spomenik od velikog značaja jeste Manastir sv. Jovana Bogoslova, takođe poznat i kao *manastir Poganovo*. Crkva je posvećena Jovanu Teologu. Podignuta je u drugoj polovini XIV veka. Po svom planu veoma je slična spomenicima Moravske škole. Pored crkve, najznačajniji objekat je zgrada

građena u XIV veku, istovremeno sa crkvom. Pretpostavlja se da je reč o ostacima profane arhitekture i da je spremna da bude stan ktitora i njegove porodice. U manastiru Poganovo nalazila se jedinstvena dvostrana ikona, nastala u poslednjim godinama XIV ili prvoj deceniji XV veka.

U blizini puta ka Knjaževcu nalaze se i ostaci srednjovekovnog *grada Temac*. Ostaci su i dalje vidljivi a u neposrednoj blizini se nalazi i Hidroelektrana Temac koja predstavlja važan objekat industrijskog nasleđa.

Objekti narodne arhitekture takođe predstavljaju važan segment nepokretnog kulturnog nasleđa. U saradnji Centra i Zavoda za zaštitu spomenika kulture u Nišu, od 2012. u selu Gostuša se organizuju letnje škole narodnog neimarstva, namenjene pre svega mladim arhitektama i konzervatorima.

Na teritoriji Pirota nalazi se 63.194 ha zaštićenog parka prirode „Stara planina“ sa izuzetno bogatom i raznovrsnom florom i faunom. Prirodni rezervati i spomenici prirode, koji čine ovaj park prirode, na teritoriji opštine Pirot su: Arbinje, Bratkova strana i Tri čuke dok kategoriji strogih prirodnih rezervata pripadaju: Vražja glava, Kopren, hrast lužnjak kod sela Sopot i crni bor na seoskom groblju u Rsovcima. U Zavodu za zaštitu prirode Srbije u toku je procedura zaštite prirodnih dobara kanjona Jerme (Vlaška klisura) i Krupačke močvare (Krupačko jezero).

Niš

Grad Niš je najveći grad jugoistočne Srbije i sedište Nišavskog okruga. Smešten je na 234 km od Beograda, na evropskom koridoru X i od njega se razdvajaju putevi prema Bugarskoj odnosno Makedoniji i Grčkoj. Prema broju stanovnika, kojih je na osnovu rezultata popisa 2011. godine bilo 260.237 (od toga u samom gradu 183.164), Niše je treći grad u Srbiji posle Beograda i Novog Sada.

Na prostoru niša najstarija pronađena ljudska staništa datiraju na neolit, eneolit i bronzano doba. Nema tačnih podataka koji bi rasvetlili poreklo imena ali je poznato da je grad Naisus u II veku n.e. pomenuo Rimljanin Klaudije Ptolomej u svojoj knjizi Geografija i to kao najveći grad u Dardaniji. Arheološka istraživanja pokazuju da je Naisus podignut krajem I veka p.n.e. kao vojna baza na desnoj obali Nišave, na prostoru koji danas zauzimaju Niška tvrđava i Gradsko polje.

Vremenom pored strateškog i vojnog grad dobija i značaj kao trgovački centar. Njegov izuzetan značaj potvrđuje podatak da je tokom vladavine Marka Aurelija (161 – 180. g.) grad dobio status „municipijuma“ – grada sa određenim stepenom autonomije. Od doba Dioklecijana Naisus pripada provinciji Sredozemna Dakija a u IV veku postaje i episkopsko sedište. Na prostoru Niša 274. godine rođen je rimski imperator i vojskovođa Flavije Valerije Konstantin, poznat i kao Konstantin Veliki, koji je bio ličnost od izuzetnog značaja za čitavu Evropu i svet. On je čuvenim Milanskim ediktom iz 313. godine hrišćanima dozvolio da javno ispovedaju svoju veru i time utro put daljem razvoju jedne od najvećih svetskih religija – hrišćanstvu. U blizini Naisusa Konstantin je podigao svoj letnjikovac Medijanu, a pretpostavlja se da se u blizini palate nalazio i glavni centar za distribuciju životnih namirnica ne samo za grad već i za čitavo carstvo. U Atilinom pohodu 441. godine grad je pretrpeo velika razaranja a novi procvat doživljava u VI veku za vreme vladavine Justinijana. Polovinom VII veka osvajaju ga Sloveni a novi istorijski značajan period počinje u XI veku i traje kroz XII vek kada, za doba vladavine velikog župana Stefana Nemanje, ulazi u sastav srpske države.

Godine 1386. Niš pada pod tursku vlast pod kojom, uz kraće prekide, ostaje do 1878. godine. Tokom pet vekova turske uprave grad se razvijao kao centar vojne i upravne vlasti. Posle konačnog oslobođenja od Turaka počela

je izgradnja prema savremenim evropskim urbanističkim planovima, a grad se razvija kao kulturni, prosvetni, ekonomski i politički centar regije. Godine 1878. grad dobija prvu gimnaziju, 1881. prvu bankarsku ustanovu a sa Beogradom je železnicom povezan 1884. godine. Pozorište „Sindelić“ podignuto je 1887. godine, Narodna biblioteka 1889, Pasterov zavod 1900. godine. Slikarka Nadežda Petrović je 1905. godine osnovala Sićevačku likovnu koloniju.

Niš je imao važnu ulogu i u Prvom svetskom ratu. U nastojanju da odbrani državu srpska vlada je 25. jula 1914. godine premeštena u Niš, a 7. decembra iste godine na zasedanju u oficirskom domu u Nišu doneta je tzv. „Niška deklaracija“ u kojoj su obrazloženi ciljevi oslobodilačkog rata i najavljeno ujedinjenje Srba, Hrvata i Slovenaca u jednu državu. Posle Drugog svetskog rata Niš nastavlja da se razvija kao centar regije a 1975. godine postaje i centar Niškog okruga.

Narodni muzej Niš se idejno počeo formirati otkako je 1900. godine, prilikom radova na izgradnji tvrđavskog mosta pronađen bronzani portret Konstantina Velikog. Do realizacije ideje se došlo tek 1933. godine kada je Muzej u kući Hristodulovih otvoren pod nazivom Istorijsko – etnografski muzej grada Niša. Tokom Drugog svetskog rata u razaranjima je uništena gotovo celokupna etnografska zbirka. Posle rata muzej menja ime u Narodni muzej Niš a 1950. godine seli se u novu zgradu u kojoj je i danas smešten. U zgradi u današnjoj ul. Milojka Liješanina smeštena je istorijska zbirka dok je u ugradi u ul. Nikole Pašića smeštena stalna arheološka postavka. Umetnička galerija je 1951. godine otvorena u Sinagogi, čije se renoviranje završilo 2009. godine. U nekadašnjem nacističkom logoru na Crvenom krstu 1967. godine otvorena je stalna postavka Memorijalnog kompleksa „12. februar“.

Narodni muzej Niš uz pomoć Zavoda za zaštitu spomenika kulture u Nišu brine i o sledećim objektima od izuzetnog značaja:

1. Čele Kula – građevina, čije je podizanje posle bitke na brdu Čegar naredio tadašnji zapovednik grada Huršid Paša, izgrađena je od lobanja srpskih boraca predvođenih Stevanom Sindelićem. Originalno kulu je činilo 952 lobanja a danas je ostalo 58 lobanja.
2. Antičko naselje Medijana nalazi se na 5 km od grada. Ovaj jedinstven kompleks nastao je u vreme vladavine Konstantina Velikog (306-337) i njegovih sinova. Središnji položaj zauzima kompleks vile sa peristilom, termama i dva stibadijuma (malih trpezarija predviđenih za intimnije prijeme i gozbe). Uz istočni zid vile pronađeni su ostaci dve ranohrišćanske crkve dok je u blizini zapadnog zida pronađen vinski podrum. Takođe, pronađeni su i ostaci vojničkih baraka, vodotornja kao i dve manje vile.



Deo mozaika na lokalitetu Mediana. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Nakon Drugog svetskog rata u Nišu je pokrenut niz značajnih manifestacija – 1966. godine osnovani su Filmski susreti – festival jugoslovenskih glumačkih ostvarenja; 1969. osnovane su Jugoslovenske horske svečanosti (danas bijenalni Međunarodni festival horova). Pored ovih manifestacija koje se i danas održavaju, važne su i muzičke manifestacije:

Nishville, Nisomnia i Nimus – Niške muzičke svečanosti. Takođe, dugu tradiciju ima Likovna kolonija Sićevo koju je pokrenula Nadežda Petrović i Književna kolonija Sićevo koja se održava od 1990. godine.

Znamenita ambijentalna celina Niša je Kazandžijsko sokače. U kafanama ove četvrti i danas se neguje duh grada iz prve polovine XX veka.

U neposrednoj blizini grada nalazi se u pesmi opevana Niška Banja koja je 2002. godine postala gradska opština. Iako Banja i dalje leči brojne građane Srbije, mnogi stariji banjiski objekti su u devastiranom stanju. Od prirodnih znamenitosti u blizini Niške banje je Sićevačka klisura koja pruža mogućnosti raftinga za čitavu porodicu, a zbog jedinstvene ruže vetrova u njoj se održavaju paraglajderska takmičenja.

Leskovac

Grad Leskovac je sedište Jablaničkog okruga. Nalazi se na udaljenosti od 276 km od Beograda uz krak evropskog koridora X koji vodi ka BJR Makedoniji i Grčkoj. Prema popisu iz 2011. godine na teritoriji Leskovca živi 144.206 stanovnika od kojih u samom gradu živi 60.288 stanovnika.

U selu Strojkovcu je u vodenici 1884. godine počelo sukanje gajtana što je označilo početak razvoja tekstilne industrije a između dva svetska rata 40% vunarske proizvodnje u Kraljevini plasirano je upravo iz Leskovca. Na reci Vujčanki 1903. godine je izgrađena druga hidrocentrala u Srbiji a 1906. godine otvorena je Fabrika sapuna (kasnije „Merima“ a danas u vlasništvu kompanije Henkel). Razvoj industrije posebno posle Drugog svetskog rata Leskovcu je donelo i naziv „srpski Mančester“.

U Leskovcu kulturni život počiva na radu Narodnog pozorišta, Narodne biblioteke „Radoje Domanović“, Leskovačkog kulturnog centra i Narodnog muzeja Leskovac.

Narodni muzej Leskovac osnovan je 2. maja 1948. godine sa ciljem da prikuplja, obradjuje, čuva i izlaže muzejsku građu vezanu za prošlost leskovačkog kraja. Muzej je bio smešten u adaptiranoj kući Bore Dimitrijevića Piksle sve do 10. maja 1974. godine kada je otvorena nova zgrada, čijim su se puštanjem u rad stekli pravi uslovi za dalji razvoj muzejske delatnosti. Muzej je ustanova kompleksnog tipa, koja u svom sastavu ima više odeljenja: za arheologiju, istoriju, istoriju umetnosti, etnologiju, konzervaciju. U sklopu muzejske zgrade nalaze se stalna postavka, galerija, sala za naučne skupove i stručna biblioteka sa preko 14.000 naslova. U Narodnom muzeju se povremeno organizuju stručni i naučni skupovi, razna predavanja i tribine. Od 1988. godine u bijenalnom kontinuitetu se održava naučni skup „Kulturno-istorijska baština jugoistočne Srbije”. U muzeju se godišnje održi više izložbi različitog karaktera, kao i promocija knjiga, književnih večeri i koncerata klasične muzike. Stručna biblioteka otvorena je za sve istraživače prošlosti leskovačkog kraja, a nije zanemarena ni obrazovna funkcija, koja je izražena kroz saradnju sa školama u gradu i okolini.

U sastavu muzeja nalaze se Gradska kuća, Muzej tekstilne industrije u selu Strojkovcu, spomen kuća Koste Stamenkovića. Posebno se ističe lokalitet Caričin grad koji teritorijalno pripada opštini Lebane. Reč je o jednom od najznačajnijih i najvećih vizantijskih gradova u unutrašnjosti Balkana, koji je u VI veku zasnovao car Justinijan a sam grad je imao naziv *Iustiana Prima*.

Grad Leskovac poznat je po roštilju a čuvena je tzv. „leskovačka mućkalica“. Najpoznatija manifestacija koja se u Leskovcu održava jeste tradicionalna Roštiljada. Pored nje značajne manifestacije su: Leskovački internacionalni filmski festival LIFFE, Think Tank Town – književni festival, Letnji festival i Leskovački karneval.

Vranje

Grad Vranje nalazi se na jugu Srbije, na 347 km od Beograda, dok je od Skoplja udaljen 91 km. Grad je smešten u Vranjskoj kotlini, na obalama Vranjske reke, u neposrednoj blizini njenog ušća u Južnu Moravu. Prostire se na površini od 860 km², a ukupno sa seoskim naseljima tu živi 83.524 stanovnika. Arheološki nalazi govore da su se na ovom prostoru ljudska staništa postojala od srednjeg neolita, a u istorijskim izvorima grad je prvi put pomenut 1093. godine. Grad Vranje je u sastav srpske države je ušao 1207. godine.

Danas kulturnu mapu Vranja čine brojni kulturno-istorijski spomenici među kojima se ističu:

- Markovo kale – na 3,5 km od Vranja, na stenovitom grebenu koji okružuju planine Krstilovica i Pljačkovica. Prema legendi ovo srednjovekovno utvrđenje podigao je Marko Kraljević. Arheološkim istraživanjima je ustanovljeno da su temelji utvrđenje iz perioda cara Justinijana I (527-565). Ovaj lokalitet je relativno dobro očuvan i dostupan posetiocima.
- Crkva sv. Nikole (14. vek) – metoh manastira Hilandara, sedište episkopa vranjskih. Pominje se u Hilandarskoj povelji kralja Dušana napisanoj između 1343 i 1345. Crkva je obnovljena početkom 2000-ih i danas je manastir.
- Crkva Sv. Petka (Krstata Džamija) je stara srednjovekovna crkva, koja je pretvorena u džamiju za vladavine Osmanlija. Imajući ideju da pomire religije, Turci su na vrhu građevine ostavili krst a dodali i polumesec. Posle oslobođenja ponovo pretvorena u pravoslavnu crkvu. Od prvobitne građevine ostao je jedan zid.
- Crkva Uspenja Presvete Bogorodice u Sobini - podignuta je 1820. godine kao trobrodna bazilika pravougaone osnove, masivne strukture,

zidova načinjenih od fino tesanog kamena, s ophodnim tremom na zapadnoj i južnoj strani. Oslíkana je nekoliko decenija kasnije. Po osobenosti slikarstva, ukrasne plastike i arhitekture spada u red najznačajnijih i najlepših crkvenih spomenika na jugu Srbije.

Posebnost Vranja, njegov orijentalni izgled, reflektuje se kroz spomenike iz turskog doba:

- Hamam (ili Amam), staro tursko kupatilo, sagrađeno je oko 1690. godine jer je krajem 17. veka došlo do porasta broja turskog stanovništva u naselju.
- Beli most – objekat iz turskog perioda sa svim karakteristikama orijentalnog načina gradnje i oblikovanja, u priličnoj meri očuvan, a za čije su postojanje vezane mnoge legende a mermerna ploča na mostu ispisana je na turskom i arapskom jeziku.
- Pašin konak i Haremluk-zgrade Selamluka i Haremluka u kojima su stanovali turski paša i njegove žene, danas zgrade Narodnog muzeja i elitnog restorana, sagrađeni su 1765. godine.
- Most u blizini Mačkine česme - mada je sačuvana originalna konstrukcija luka sa masivnim zidanjem u svom donjem delu, prvobitni oblik mosta nije u celini ostao sačuvan. Uz sam most, nisko uz obalu, stoji mala neugledna česma zidana sitnim lomljenim kamenom, poznata kao Mačkina česma, za koju su vezane mnoge legende. Mermerna ploča na sačuvanim ostacima, sa zapisom na arapskom jeziku. Most je zadužbina Husein paše, koji se spominje kao vranjski paša od 1815. do 1842. godine.
- Crkva svete Trojice – trobrodna bazilika koja se nalazi obodu centra grada. Gradnja je završena 1843. godine ali je ubrzo potom, u arnautskoj pobuni, crkva srušena. Obnovljena je 1858. godine i danas ima funkciju Saborne crkve u Vranju.

- Česma Đenerika stoji kao uspomena na nesrećnu ljubav Turčina Đerdeleza prema crnokookoj Srpkinji koju nije uspeo da osvoji.

O nasleđu na prostoru Vranja na praktičnom nivou brine Narodni muzej Vranje. Osnovan 1960. godine danas je muzej kompleksnog tipa i sadrži arheološku, numizmatičku, etnološku, istorijsku i zbirku savremenog stvaralaštva. U njegovom sastavu su i Galerija Narodnog muzeja u kojoj se organizuju izložbe pre svega savremenih umetnika, te kuća Bore Stankovića.

Vranje je rodni grad jednog od najznačajnijih srpskih pisaca Borisava Stankovića (1876-1927) koji je u svojim delima živopisno i verno dočaravao život i mentalitet Vranjanaca. U kući u kojoj se rodio izloženi su porodični predmeti i dokumenti kao i malobrojni lični predmeti. Desna soba je gostinska, opremljena poluorijentalno, starinski, onako kako je izgledala u Stankovićevom detinjstvu i mladosti. Do nje je baba Zlatina soba, soba Borine babe koja ga je odgajila posle rane smrti roditelja, a u njoj su razboj za tkanje i gvozdeni krevet. Levo je Borina soba u kojoj su izložena mnogobrojna izdanja njegovih dela, na 20 svetskih jezika. U kući se nalazi i sedište Književna zajednica Vranje, koja u saradnji sa muzejom od 1967. godine organizuje jednu od najznačajnijih književnih manifestacija - „Borinu nedelju“ u okviru koje se dodeljuje i prestižna književna nagrada „Borisav Stanković“. Savremeno pozorišno stvaralaštvo neguje se i razvija u Narodnom pozorištu Vranje. Važni akteri kulturnog života u Vranju su i Istorijski arhiv „31. januar“, Narodna biblioteka „Bora Stanković“, Omladinski savez Vranje, Narodni univerzitet i udruženja građana.

Osim manifestacije „Borina nedelja“, značajne su još: Svetosavska nedelja“, „Maj mesec muzike“, „Dani Vranja“, „Dani karanfila“, „Džipijada“ a redovno se održavaju i folklorne večeri. Posebno se ističe Festival „Zlatni puž“ u organizaciji renomirane Škole animiranog filma. Škola animiranog filma, osnovana 1987. godine, danas je smeštena u Centru za kulturu i redovno

održava programe namenjene najmlađima – od izložbi, filmskih revija do radionica na kojima deca uče osnove animacije.

Vranjanci su poznati po svojoj veseloj prirodi kao „meraklije“ te je i sam grad poznat po svom melosu koji na jedinstven način spaja različite muzičke tradicije čitavog Balkana. Među najpoznatijim izvođačima su Staniša Stošić, Bakija Bakić (višegodišnji pobednik Sabora trubača u Guči), grupa „Izvor“ i drugi. U čast Bakije Bakića svake godine se održava „Memorijal Bakija Balić“ na kome nastupaju i renomirane i mlade snage „južnjačke trube“. *Igra Vranja* je vesela i živopisna, igra koja rasplamsava, u kojoj svaki korak ima posebnu emociju i predstavlja pravi doživljaj za gledaoca. Poznat je vranjski čoček i vranjanska svita, igre čiji su sadržajni instrumenti truba, goč i daire.

Ćuprija

Ćuprija je grad u Pomoravskom okrugu, na putu Beograd – Niš, na udaljenosti od 145 km od Beograda, odnosno 90 km od Niša. Sam grad leži na ušću dveju reka Ravanice i Velike Morave. Na teritoriji od 285 km² živi 30.020 stanovnika od kojih 19.380 stanovnika živi u samom gradu.

Nalazišta u okolini Ćuprije – Stublina u selu Supska sa stratigrafijom vinčanske kulture i predmeti u blizini manastira Ravanica svedoče o tome da je ova oblast bila nastanjena još u kamenom dobu. Na prostoru Ćuprije, na putu od Viminaciuma (Kostolac) do Naisusa (Niša) se nalazilo i najvažnije rimsko naselje - Horreum Margi koje je bilo privredni, trgovački, saobraćajni, strategijski centar, kao i centar za izradu oružja i najveće skladište žita po čemu je grad i dobio ime Žitnica Morave. Takođe je bila i najveće gradsko naselje Gornje Mezije, ali najveću važnost je imala što se nalazila na mestu gde je bio glavni prelaz preko Morave, gde su Rimljani imali zidani most. U tom periodu kroz Ćupriju je prolazio jedan od glavnih rimskih puteva - Via

Militaris. U samom centru, postoji nalazište rimskog grada Horeum Margi. Na mestu današnje kasarne, pronađene su mnoge iskopine iz tog perioda, kao što su: novac, vodovod, sarkofazi, tabla sa natpisom Horreum Margi. Huni su u V veku srušili Horreum Margi, a 100 godina kasnije, obnovio ga je Justijan I. U izvorima iz 12. veka pominje se kao Ravno (Rabnel-Rabenelle). Za vreme turske vladavine, Čuprija je bila palanka, stanica na Carigradskom putu i prenoćište za odmor putnika. Za vreme vojnog pohoda Sulejmana Veličanstvenog (1521-66), sa privremenim pontonskim mostom na Moravi, naselje se javlja kao grad Morava. Od druge polovine 17.veka Mehmed-paša Čuprilić, podigao je stalni most Čupriju, kada je i grad dobio sadašnje ime. U XVI i XVII veku, Čuprija je i pristanište na Velikoj Moravi. Postoje dokazi da se Moravom brodilo do početka XIX veka.

Svedočanstva o životu na prostoru Čuprije čuva i javnosti prezentuje Muzej „Horeum Margi – Ravno“, osnovan 1954. godine. Stalnu postavku čine eksponati arheološke, istorijske, numizmatičke i etnografske zbirke, sa akcentom na arheološku, obzirom da se muzej nalazi na arheološkom lokalitetu Horreum Margi (1 - 4.v.n.e.). Pored kamene plastike sa gore pomenutog lokaliteta, arheološku postavku čine i eksponati sa neolitskog arheološkog lokaliteta Stublina (3500 - 5000 god. p.n.e.) koji je takođe u teritorijalnoj nadležnosti Muzeja. Muzej aktivno učestvuje u manifestacijama poput „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“ i za tu priliku organizuje različite izložbe i programe u kojima se posebna pažnja, kroz tematske radionice, posvećuje deci. U organizaciji programa muzej blisko saraduje sa Ustanovom kulture Čuprija, takođe važnim akterom kulturnog života u gradu.

Znamenitosti Čuprije čine i ostaci severoistočne kule antičkog grada Horreum Margi kao i brojni pažljivo uređeni parkovi. U neposrednoj blizini centra grada je ušće Ravanice u Veliku Moravu gde se u vreme niskog vodostaja Velike Morave mogu videti ostaci nekadašnjeg rimskog mosta. U

neposrednoj blizini, na obali Ravanice, kao atrakcija za decu postavljen je brod Moravikus – rekonstrukcija nekadašnjih rimljanskih rečnih brodova.

U podnožju Kučajskih plamina pored sela Senje, kod Čuprije nalazi se manastir Ravanica, značajan spomenik kulture iz 14. veka. Ovaj manastir je zadužbina kneza Lazara, koji po svojim arhitektonskim i likovnim obeležjima predstavlja početak moravske škole.

Jagodina

Grad Jagodina je administrativni centar Pomoravskog okruga, smešten tik uz auto put Beograd - Niš, 136 kilometara južno od Beograda i 100 kilometara severno od Niša.

Istorijski arhiv „Srednje Pomoravlje“ osnovan 1948. godine, čuva i istražuje građu koja govori o životu na ovom prostoru. Posebno je značajna biblioteka Arhiva u kojoj se nalazi preko 3.000 bibliotečkih jedinica i 1.500 periodičnih izdanja a veliki je broj starih i retkih knjiga.

Tok života na prostoru današnje Jagodine dokumentovan je u zbirkama Zavičajnog muzeja koji je nadležan i za opštine Rekovac, Despotovac i Svilajnac. Ova ustanova je osnovana 1954. godine kao muzej kompleksnog tipa te se i muzeološki rad odvija kroz pet odeljenja: arheološko, etnološko, prirodnjačko, istorijsko i umetničko. Zavičajni muzej je od 1981. godine smešten u zgradi bivše „Sokolane“ (Sokolsko društvo „Partizan“) izgrađene 1935. godine, delo jagodinskog arhitekta Momira Korunovića. Zgrada muzeja je 1987. godine proglašena spomenikom kulture.

U nacionalnim okvirima važna ustanova jeste Muzej naivne i marginalne umetnosti. Osnovan 1960. godine kao prva muzejska ustanova specijalizovana za sakupljanje čuvanje, zaštitu, proučavanje izlaganje i publikovanje dela naivne umetnosti, a od 2007. godine ime muzeja je promenjeno u Muzej naivne i marginalne umetnosti jer je decenijama pažnja

posvećivana različitim formama ne-akademskog stvaralaštva kako u zemlji tako i u inostranstvu. Zbirke čini više od 3000 dela oko 350 umetnika iz perioda od tridesetih godina XX veka do danas. Zastupljena su dela umetnika iz Srbije, zemalja bivše Jugoslavije kao i Bugarske, Mađarske, Nemačke, Italije, Kipra, Slovačke, Belorusije, Švedske, Turske i Brazila.

U ostvarivanju kulturno – prosvetne delatnosti važnu ulogu ima Narodna biblioteka u Jagodini, koja je i matična biblioteka za Pomoravski okrug. Biblioteka raspolaze bogatim fondom od preko 100.000 knjiga iz svih oblasti ljudskog znanja i stvaralaštva. Biblioteka ima oko 4.000 stalnih korisnika u čijoj strukturi preovladuju mladi. Dve učionice - za mlade i odrasle, koriste i za javne priredbe promocije knjiga za susrete sa književnicima i izdavačima.

Kulturni centar „Svetozar Marković“ realizuje raznovrsne programe - pozorišni, bioskopski, likovni, dečji i zabavni programi, naučne tribine, seminari, savetovanja, đачke akademije i druge gradske manifestacije – i to kako u samoj zgradi tako i na letnjoj sceni pod Đurđevim brdom ali i u seoskim domovima kulture. Na sceni Kulturnog centra vežba i nastupa Gradsko pozorište koje je osnovano 1947. godine a okuplja i amaterske i profesionalne dramske umetnike iz Jagodine. Godišnje se izvede oko 50 predstava na Večernjoj sceni i veći broj predstava za decu.

Pored Gradskog pozorišta, važni akteri kulturnog života u Jagodini, kako u samom gradu tako i u okolnim selima, jesu kulturno – umetnička društva među kojima je najpoznatije KUD „Kablovi“. Osnovano 1952. godine ovo društvo je ostvarilo zapažene nastupe širom Evrope a danas ima oko 350 aktivnih članova različitih generacija. Likovni umetnici iz Jagodine su okupljeni u „LUJ“ (Likovno udruženje Jagodina) i „KLUJ“ (Klub likovnih umetnika Jagodine).

U Jagodini se smestio i jedinstveni Muzej voštanih figura, koncipiran po uzoru na čuveni Madam Tiso muzej. U njemu se nalaze figure najznačajnijih ličnosti društvenog, kulturnog i sportskog života Srbije. Kulturni centar je organizator manifestacija „Muzička jesen“, festivala na kome nastupaju instrumentalisti i solisti klasične muzike, „Sabor tradicionalnih pesama Šumadije i Pomoravlja“ na kome se muške i ženske pevačke grupe takmiče u nadpevanju. Takođe, u sali Kulturnog centra održava se i manifestacija po kojoj je Jagodina i najpoznatija – Dani komedije. Reč je o pozorišnom festivali koji se od 1971. godine organizuje krajem marta i početkom aprila a na završnoj svečanosti uručuju se statuete „Jovanča Micić“ za najsmešniju predstavu i „Ćuran“ za najbolje uloge i režiju.

Pored ovih manifestacija, na teritoriji Jagodine se održavaju i „Sabor narodnog stvaralaštva“ u Starom Laništu na kome se seoska kulturno-umetnička društva iz jagodinskog područja takmiče za učešće na manifestaciji „Prođoh Levač, prođoh Šumadiju“ u Kaleniću; „Susreti sela“ koji se održavaju u seoskim domovima kulture; te „Dani Kočine krajine“ u u Kočinom selu, podno Kočinog hrasta, starog više od dva veka. Hrast je vezan za spomen na kapetana Koču Anđelkovića, komandanta srpskih dobrovoljačkih jedinica, tzv. frajkora, koji su se borili u Austrijsko-turskom ratu.

Podno Đurđevog brda, simbola grada, nalazi se zelenilom ukrašeno izletišta a atrakciju predstavlja veštački vodopad u Srbiji, sistem fontana dužine 122 metra i Letnja scena izletišta potok kapaciteta 1.200 gledalaca, koja tokom letnjih meseci ugosti brojne izvođače zabavne, ozbiljne i narodne muzike, a svi koncerti su besplatni za posetioce.

U blizini Jagodine se nalazi Manastir Manasija, jedan od najznačajnijih spomenika srpske srednjovekovne kulture, zadužbina i mauzolej despota Stefana. Gradnja manastira trajala je između 1407. i 1418. godine, a odmah posle osnivanja Manasija je postala kulturni centar despotovine. Njena

„Resavska škola“ bila je prepisivačka radionica i izvor pisanih dela i prevoda i posle pada despotovine, kroz ceo XV i XVI vek.

Arandelovac

Arandelovac je sedište istoimene opštine u Šumadijskom okrugu. Nalazi se u podnožju planina Bukulja i Venčac na oko 255 m nadmorske visine, na 76 km od Beograda. Opština Arandelovac zauzima površinu od 375,89 km² i obuhvata 19 naseljenih mesta u kojima, prema popisu iz 2011. godine, živi 46.225 stanovnika. Drumska mreža i železnička saobraćajna povezanost gotovo sa svim krajevima zemlje znatno su uticali na sveukupni ekonomski prosperitet Arandelovca, brzi ekonomski razvitak i usloveli njegov snažan uticaj u užem gravitacionom području.

U blizini Arandelovca pronađena je paleolitska stanica u pećini na Risovačkom brdu, što ukazuje na bitisanje onovremenskog čoveka na tim prostorima. U antičko doba današnja teritorija arandelovačke opštine bila je u sastavu provincije Gornje Mezije koja je predstavljala žitnicu Rimske imperije. U srednjem veku ova oblast je bila relativno gusto naseljena i imala je značajnu ulogu u srednjovekovnoj srpskoj državi gotovo do propasti Despotovine. Sam grad Arandelovac je mlado naselje, osnovano 1837. godine naredbom Kneza Miloša Obrenovića na teritoriji sela Vrbica. Varošica se razvijala kao izrazito drumsko naselje. Do Drugog svetskog rata privreda arandelovačke opštine bila je zasnovana na poljoprivredi, trgovini i zanatstvu. Izvori mineralne vode u Bukovičkoj banji još početkom XX veka usloveli su razvoj banjskog turizma a voda se flašira u fabrikama „Knjaz Miloš“ i danas distribuira u susednim državama.

Narodni muzej u Arandelovcu osnovan je 1981. godine i smešten je u namenski građeno zdanje, čija se arhitektura oslanja na tradicije narodnog graditeljstva Šumadije (projektant je poznati arhitekla Bajlon). Svoju osnovnu

delatnost istraživanja, proučavanja, zaštite i prezentacije pokretnih kulturnih dobara Narodni muzej u Aranđelovcu obavlja na teritoriji samog Aranđelovca kao i susednoj opštini Topola. Muzej je kompleksnog tipa sa zbirka iz oblasti paleontologije, arheologije, etnologije, istorije, istorije umetnosti i numizmatike. Stručni rad je organizovan po službama, za svaku oblast istraživanja i zaštite. Izložbena delatnost Muzeja odvija se u dva prostora: parternom (aktuelna stalna postavka „Milenijumi“) i galerijskom (izložba eksponata savremene umetničke keramike iz muzejske zbirke). Deo izložbenog prostora u parteru namenjen je organizovanju tematskih i gostujućih izložbi a, pošto je rad pedagoške službe shvaćen kao važan segment muzejskog rada, posebna pažnja se poklanja edukativnim radionicama za decu predškolskog, osnovnoškolskog i srednjoškolskog uzrasta. Pored toga, organizuju se i radionice za odrasle, predavanja, promocije muzejskih izdanja. Stalnu postavku, koja je uređena prema principima savremene prezentacije godišnje obiđe oko 20.000 posetilaca. Narodnom muzeju u Aranđelovcu je, kao upravljaču, povereno na staranje Zaštićeno područje „Pećina Risovača“. Takođe, muzej je nadležan i za Okučnicu Ilije Miloševića.

Pored muzeja u gradu su aktivne i druge institucije kulture: Centar za kulturu i obrazovanje, Narodna biblioteka Sveti Sava, Narodni muzej i Fond Prvi srpski ustanak. Prepoznatljiv kulturni identitet Aranđelovca čine umetničke manifestacije Simpozijum skulpture “Beli Venčac”, Smotra “Mermer i zvuci” i Međunarodni festival “Svet keramike”, svaka sa specifičnim odlikama, ali programski međusobno komplementarne.



Iz Risovačke pećine. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Kao značajno arheološko nalazište paleolitske starosti, Risovača je proglašena kulturnim dobrom od velikog značaja, a zbog prirodnih vrednosti - prirodnim dobrom od izuzetnog značaja (spomenik prirode I kategorije). Nalazi se u neposrednoj blizini centra grada, na 5-10 minuta od parka Bukovičke banje, po kome je grad i najpoznatiji. Od 1996. godine ovaj park je postao poznat kao ambijent najveće zbirke skulptura u slobodnom prostoru i može se porediti sa nekoliko čuvenih svetskih parkova skulpture. Najveći broj skulptura u parku Bukovičke banje danas čine vajarska ostvarenja nastala u okviru Međunarodnog simpozijuma „Beli Venčac“, a nekada su to, uglavnom, bile biste srpskih vladara. Skulpture u parku Bukovičke banje istovremeno svedoče i o tendencijama naše i svetske savremene vajarske umetnosti. Staro zdanje, najstariji sačuvan objekat u parku Bukovičke banje, reprezentativni primer arhitekture srpskog romantizma, počeo je da gradi knez Mihailo Obrenović 1865. godine kao letnju rezidenciju dinastije i skupštinski dom.



Spomen kompleks u Orašcu. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Znamenito mesto Orašac, nadomak Arandjelovca, je mesto dogovora o podizanju Prvog srpskog ustanka i proglašenja Karađorđa Petrovića vrhovnim voždom, na Sretenje 15. februara 1804. godine. U znak sećanja na ovaj veliki događaj podignuti su crkva Vaznesenja Gospodnjeg, Spomen škola i spomen česma u Marićevića jaruzi, muzej i skulptura Karađorđa, te je tako formiran spomenički kompleks. Znamenito mesto Orašac obuhvata i dragocene objekte narodnog graditeljstva kao trajno svedočanstvo materijalne kulture na ovim prostorima u 18. i 19. veku.

Planina Bukulja, u čijem je podnožju Arandjelovac, predstavlja nedovoljno aktiviranu atrakciju. Do njenog vrha je moguće doći peške iz samog grada i postoje uređene pešačke staze. Podno samog vrha se nalazi vidikovac sa koga se pored Arandjelovca i Gruže po lepim danima jasno može videti i Kničko jezero.

Kragujevac

Grad Kragujevac je administrativni centar Šumadijskog okruga. Nalazi se u centralnom delu Srbije, 140 km južno od Beograda. Zauzima površinu od 835 km², a smešten je na mestu gde se dotiču krajnji ogranci

šumadijskih planina - Rudnika, Crnog Vrha i Gledićkih planina, u Kragujevačkoj kotlini, na reci Lepenici. Područje Kragujevca, pored gradskog naselja, čini još 56 naseljenih mesta, sa 179.417 stanovnika prema popisu iz 2011. godine. U grad se stiže iz pet važnijih putnih pravaca, a najznačajnija je povezanost sa međunarodnim koridorom 10.

Iako arheologija pokazuje da se na području Kragujevca i okoline život odvijao još u praistoriji, prvi pisani zapis potiče iz polovine XV veka kada su ga Turci preuzeli i naselili, nakon progona hrišćana sa tih prostora. Procvat Kragujevca počinje 1818. godine kada ga je knez Miloš Obrenović proglasio prestonicom obnovljene Srbije. Od tada se veliki broj institucija po prvi put u istoriji srpske države osniva u Kragujevcu: prve novine – Novine srpske, muzička formacija Knjaževsko – srpska banda koju osniva Jozef Šlezinger, prvi teatar Knjaževsko – srpski teatar pod upravom Joakima Vujića, prva gimnazija 1833. godine, Licej – viša škola 1838. godine, prva galerija slika, prvi sud Sud kragujevački 1820. Godine i prva apoteka 1822. godine, kao i muzej i biblioteka. Od polovine XIX veka Kragujevac, seljenjem Topolivnice iz Beograda, počinje svoj industrijski, pa s početkom XX veka, i trgovački razvoj. Od tada Kragujevac beleži povećanje stanovništva, naročito nakon otvaranja univerziteta, ali i stagnaciju u razvoju, i razaranja tokom dva svetska rata. Posle Drugog svetskog rata nastavlja se razvoj industrije, te i Kragujevac postaje najpoznatiji po fabrikama „Crvena Zastava“ posebno fabrici automobila (danas deo Fiat korporacije) i fabrici oružja / namenska. Danas je Kragujevac i važan univerzitetski, zdravstveni i kulturni centar.

Aktore kulturnog života u Kragujevcu predstavljaju Narodna biblioteka Vuk Karadžić, Istorijski arhiv Šumadije, Zavod za zaštitu spomenika kulture, Dom omladine Kragujevac, Centar za negovanje tradicionalne kulture Abrašević, Knjaževsko-srpski teatar, Pozorište za decu, Gradski kamerni hor Liceum u okviru kojeg se nalazi i Gradski kamerni

gudački orkestar Šlezinger kao i tri muzeja – Narodni muzej, Muzej „21. oktobar“ i Muzej „Stara Livnica“.

Narodni muzej u Kragujevcu osnovan je 1949. godine kao Oblasni muzej, a 1953. godine menja naziv u Narodni muzej Kragujevac. Reč je o kompleksnom muzeju zavičajnog karaktera čija je delatnost prikupljanje, obrada, zaštita i prezentacija kulturno-istorijskih dobara na teritoriji grada Kragujevca i opština Batočina, Lapovo, Rača i Knić. Muzej svoju delatnost obavlja u zgradama iz XIX veka, od kojih je većina u statusu spomenika kulture i u savremenim zgradama podignutim u poslednjoj četvrtini XX veka. Muzejske objekte čine: Amidžin konak, Konak kneza Mihaila, Umetnička galerija, Kuća Ljubice Filipović, Kuća prote Miloja Barjaktarovića, spomen kuća u Dulenima i Grošnici i Modernoja galerija. Muzej raspolaže sa 26.027 predmeta podeljenih u četiri zbirke: arheološka, istorijska, etnološka i istorijsko-umetnička. Pored tematskih izložbi, Muzej organizuje i dodatne programe kao što su predavanja, filmske projekcije i muzičko-scenski sadržaji.

Muzej „21. oktobar“ nalazi se u okviru Spomen-parka Kragujevački oktobar osnovanog 1953. godine, u znak sećanja na 2.794 kragujevačke žrtve koje su nemački vojnici 21. oktobra 1941. godine streljali. Memorijalni park, smešten na prostoru gde su pogubljeni Kragujevčani, zahvata površinu od 352 ha i obilazi se kružnim putem, dugim oko 7 km koji posetioce vodi do mesta gde su izvršena streljanja. Na ulazu u Memorijalni nalazi se Spomen-muzej “21. oktobar” koji je otvoren 1976. godine. Svoju delatnost muzej obavlja u zgradi koja obiluje simbolikom. Crvena cigla asocira na prolivenu krv, 33 kule različitih ili istih visina simbolično povezuje u jedinstvenu celinu 30 grobnica u Šumaricama i tri grobnice u okolnim selima. Muzej nema prozora što dočarava bezizlaznost situacije u kojoj su se našli ljudi osuđeni na smrt. Muzej ima dva nivoa. Donji nivo koristi se za različite umetničke ili dokumentarne

izložbe, promocije, književne večeri, filmske projekcije i druge umetničke sadržaje. Na donjem nivou nalazi se stalna postavka slika, legat Petra Lubarde „Kragujevac 1941“. Na gornjem nivou nalazi se stalna muzejska postavka pod nazivom „Kragujevačka tragedija 1941“. Zgrada Muzeja proglašena je kulturnim dobrom od izuzetnog značaja. Ustanova raspolaže sa 1.617 predmeta podeljenih u likovnu i istorijsko-umetničku zbirku.

Muzej „Stara livnica“ je smešten u objektu nekadašnje Topolivnice iz 1882. godine. To je najstariji sačuvani deo vojne fabrike i Vojno-zanatlijske škole, prve te vrste u kneževini Srbiji. Osnovan je 1953. godine. Muzej se nalazi u sastavu fabrike Zastava oružje. Zgrada je istorijski spomenik i pod zaštitom je države kao kulturno dobro. Posедуje zbirke oružja i opreme, mašina i alata, arhivske građe, fotografija, likovnih predmeta i zbirku ordenja, pečata, pehara i medalja, ukupno oko 5800 predmeta. Stalna postavka muzeja prati istorijat kragujevačke vojne fabrike, od njenog osnivanja 1853. godine do 1973. godine, kao i izložbu modernijeg naoružanja.

Na teritoriji grada organizuje se i veliki broj kulturnih manifestacija kao što su:

- Međunarodni salon antiratne karikature,
- Internacionalni Jazz festival,
- Međunarodni festival kamernih horova,
- Pozorišni susreti učenika gimnazija Srbije,
- Joakim Fest-pozorišni festival domaće drame,
- Zlatna iskrame-đunarodni lutkarski festival,
- Kraf-kragujevačka revija antiratnog i angažovanog filma,
- Dečiji karneval,
- Oktobarske svečanosti,
- Oktob muzičkih svečanosti,
- Veliki školski čas

- Dosta su svetu jedne Šumarice.

Kulturno-istorijski kompleks „Milošev venac“ obuhvata deo centralnog gradskog područja u kojem se nalaze najznačajniji objekti izgrađeni u vreme kada je Kragujevac bio prva prestonica moderne srpske države (1818-1841). Osim očuvanih objekata iz tog perioda, u okviru ovog kompleksa nalaze se i vredni spomenici kulture iz druge polovine XIX i početka XX veka: Amidžin konak, Zgrada Stare skupštine, Konak kneza Mihaila, Stara (Pridvorna crkva), zgrada Gimnazije, zgrada Teatra, Gradska tržnica, Spomenik palim Šumadincima.

Knežev arsenal je jedinstveni vojno industrijski i arhitektonski kompleks u Srbiji i Evropi. Ova svojevrsna ambijentalna celina sastoji se od fabričkih zgrada i radionica, sa kraja XIX i početka XX veka. Proglašen je za kulturno dobro od velikog značaja 1979. godine

Grad Kragujevac oivičen je obroncima Gledićkih planina, Crnog vrha i Rudnika koje su sa svojim bogatim biljnim i životinjskim svetom, izvorima i potocima atraktivne za rekreativni turizam. Pored toga u okolini grada nalaze se i tri jezera: Šumarice, Grošničko i Bujanj oko kojih se nalaze i brojna izletišta. Prirodne atrakcije u samom gradu su Akvarijum i Botanička bašta.

Šabac

Grad Šabac nalazi se u severozapadno delu Srbije, na tromeđi Mačve, Pocerine i Posavine, na desnoj obali reke Save. Prema popisu iz 2011. godine Šabac ima 115.884 stanovnika. Geografski položaj Šapca je povoljan jer se nalazi na važnim saobraćajnim pravcima: drumskim, železničkim i rečnim. Od Beograda je udaljen 88 km.

Arheološka nalazišta na prostoru današnjeg Šapca ukazuju na to da su na tom prostoru postojala naselja još u mlađem kamenom dobu. Tokom istorije u njemu su živeli Rimljani, Sloveni i Turci. Za vreme turske vladavine,

Šabac je bio veoma značajan pogranični grad za Otomansku imperiju, dok veći istorijski značaj za Srbe Šabac dobija sa izbijanjem Prvog srpskog ustanka 1804. godine. U njegovoj okolini odigralo se nekoliko značajnih bitaka između Turaka i srpskih ustanika, a najznačajnija je bitka na Mišaru 1806. godine. Intenzivan razvoj Šabac doživljava po završetku Drugog srpskog ustanka za vreme upravljanja Jevrema Obrenovića koji je, tokom 15 godina vladanja Šapcem, u grad uneo duh evropske civilizacije i dotadašnja turska kasaba počinje da poprima izgled varoši. Razvijajući se kao trgovački centar na obali reke Save, u gradu je došlo i do procvata kafana u kojima su se odvijali i poslovni dogovori i pregovori ali i sav društveni i kulturni život. Upravo stoga grad je dobio naziv „Mali Pariz“, a duh grada je ovekovečen i u starogradskoj klasici – „Poljupce je čak iz Luvra slala Šapcu Mona Liza“. Danas je Šabac privredno, kulturno i administrativno središte Mačvanskog okruga u kome se nastoji da se očuva šaljivi duh grada.

Narodni muzej Šabac je među najstarijim institucijama kulture u gradu jer je još 1934. godine u okviru Čitališta šabačkog osnovana muzejska zbirka. Posle Drugog svetskog rata, muzej se izdvaja iz Čitališta šabačkog, a sa aktivnim radom počinje 1955. godine. Muzej se nalazi u zgradi Šabačke polugimnazije iz 1857. godine koja je proglašena spomenikom kulture od velikog značaja. Ukupno 20.753 predmeta koje muzej čuva razvrstani su u devet muzejskih zbirki: arheološkoj, etnološkoj, fotografskoj, istorijsko-umetničkoj, likovnoj, numizmatičkoj, te zbrirkama primenjenih umetnosti, arhivalija, oružja i vojne opreme. Stalna postavka „Šabački vremeplov - baština za budućnost“ sastoji se od šest celina i nekoliko vremenskih epoha koje obuhvataju period od praistorije do 1985. godine kada su rukometaši Metaloplastike prvi put postali šampioni Evrope. Pored osnovne delatnosti Muzej organizuje tematske izložbe, tribine,/predavanja, seminare i programe za decu. U okviru izdavačke delatnosti od 2000. godine Muzej objavljuje

godišnjak Museum. Muzej je od 1954. godine organizator jednog od najstarijih Oktobarskih salona u zemlji.

Kulturni život grada čine i druge institucije, kao što su: Biblioteka šabačka, Međuopštinski istorijski arhiv, Šabačko pozorište, Kulturni centar, Dom kulture u Prnjavoru.

Šabac je poznat po manifestacijama Čivijada (manifestaciji posvećenoj smehu i humoru) i Šabački vašar koji je opevan i u pesmi „Hoćemo li u Šabac na vašar“. Takođe, u gradu se održava i niz drugih manifestacija: Šabački letnji festival ŠLF, Festival klasične muzike SAVACIUM CLASSIC FEST, Šabac PLUS DEMO fest, Džez-bluz festival, Festival dečijih horova Srbije, Festival mladih pijanista, Ruže Lipolista, Proslava Mišarske bitke, Oktobarski salon, Likovna kolonija Drina, Art radionica Vile Albedo.

U samom centru grada nalazi se prostorna kulturno-istorijska celina, Gospodar Jevremova ulica, koja je ujedno i jedinstven spomenički kompleks, koji pored arhitektonske, ima izrazitu istorijsko-urbanističku vrednost. Kao sačuvani deo starog gradskog jezgra, 2006. godine je proglašena za kulturno-istorijsku celinu od izuzetnog značaja. Posle raskida sa orijentalnom arhitekturom (sredina i druga polovina XIX veka), u Gospodar Jevremovoj ulici se pod uticajem srednjoevropske arhitekture podižu reprezentativne građevine bogatih građana, namenjene stanovanju i trgovini, ali i objekti javne namene koji su svojom veličinom i izgledom dominirali.

Simbol grada jeste Tvrđava Stari grad smeštena na desnoj obali reke Save, nedaleko od centra savremenog grada. Prva tvrđava podignuta je 1470. godine, a današnja datira iz 17. veka. Kroz period od šest vekova, tvrđava Stari grad, imala je različite transformacije u svom izgledu ali joj je namena bila ista tokom svih perioda ratnih previranja toga doba na ovom prostoru – bila je odbrambeni fortifikacioni objekat. Izgled joj je neznatno promenjen u XIX veku, a danas je jedno od omiljenih izletišta Šapčana i poprište kulturnih

manifestacija. Upečatljiv je prizor kada se posmatra sa broda koji plovi Savom, ali i kada se u Šabac dolazi putem iz pravca Sremske Mitrovice.

Na teritoriji grada Šapca nalaze se i druge značajne kulturne vrednosti kao što su: Spomen kosturnica u Prnjavoru, Spomenik na Mišaru, zgrada Stare bolnice, zgrada Polugimnazije (današnja zgrada Narodnog muzeja), crkva Preobraženja u Krivaji, Spomen kompleks na Tekerišu, utvrđenje Konjuša na planini Cer, Krsmanovića kuća, Znamenito mesto Mišar i druga.

Reka Sava je najvažniji hidrografski resurs Šapca na čijoj je obali i Tvrđava. Reka Sava je, uz planinu Cer koja se nalazi na 35 kilometara od Šapca, zanimljiva kao destinacija za ljubitelje posmatranja ptica, jer se nalazi na migratornom putu ptica selica. Sama planina Cer je na listi područja od međunarodnog značaja za očuvanje diverziteta faune ptica prema IBA kriterijumima i da tu žive tri zaštićene vrste ptica: seoski detlić, šumska ševa i rusi svračak.

Valjevo

Grad Valjevo je geografski, privredni i kulturni centar Kolubarskog okruga. Lociran je u zapadnoj Srbiji i prostire na površini od 905 km². Ima povoljan geografski položaj, nalazi se na reci Kolubari, pritoci reke Save, 88 km od Beograda. Kroz Valjevo prolaze magistralni putevi ka Jadranskom moru, Bosni i Hercegovini i Vojvodini, povezujući grad sa centrima zapadne Srbije. Prema popisu iz 2011. godine, na teritoriji grada živi 90.312 stanovnika. Mesto na kom se prostire današnje Valjevo naseljeno je još od mlađeg kamenog doba, na šta ukazuju ostaci pronađeni u Petničkoj pećini. Svrstava se među najstarija gradska naselja u Srbiji, a prvi put se pominje 1393. godine kao trgovačko središte srednjovekovne Srbije. Valjevo se ubrzano razvija u dvadesetom veku, kada i postaje važan industrijski i kulturni centar

Narodni muzej Valjevo je muzej kompleksnog tipa osnovan 1951. godine od strane tadašnje Opštine Valjevo i bavi se poslovima zaštite i prezentacije kulturne baštine na teritoriji grada Valjeva i okolnih opština Kolubarskog okruga (Osečina, Mionica, Lajkovac, Ub i Ljig). Muzej svoju delatnost obavlja u zgradama iz XVIII, XIX i XX veka, od kojih većina ima status spomenika kulture, a to su: Centralni objekat Narodnog muzeja Valjevo, Muselimov konak, Kula Nenadovića (u muzejskoj funkciji od 2007. godine), objekti starih škola u Brankovini - u okviru znamenitog mesta od velikog značaja, rodna kuća vojvode Mišića u Struganiku (opština Mionica), deo objekta kulturnog centra u Osečini, i kao prostor spoljnog depoa i radionice za konzervaciju deo osnovne škole u selu Dračiću.



Narodni muzej Valjevo. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Narodni muzej Valjevo ima sedam stalnih postavki. Centralna stalna postavka, smeštena u glavnoj zgradi muzeja, je „Treća dimenzija prošlosti - pogled iz budućnosti“, a tu su i postavka „Seča knezova u Muselimovom konaku“, istorijski spomen kompleks u Brankovini, muzejsko odeljenje u Osečini, kao i rodna kuća vojvode Živojina Mišića u Struganiku. Prilikom koncipiranja stalnih postavki vodilo se računa da nema naročitih ponavljanja priča, te je na primer u centralnoj zgradi period srpskih ustanaka, a naročito

seče knezova, samo ovlaš pomenut jer se detaljnije o tome može saznati u Muselimovom konaku koji je na 50 m od centralne zgrade. Narodni muzej čuva 34.420 predmeta podeljenih u pet zbirki: arheološku, etnološku, istorijsku, umetničku i numizmatičku. Valjevski muzej je dvostruki dobitnik plakete „Mihailo Valtrović“, za najbolji u Srbiji (2005. i 2008. godine).

Pored Narodnog muzeja u Valjevu su aktivne i druge institucije kulture: Matična biblioteka Ljubomir Nenadović, Međuopštinski istorijski arhiv Valjevo, Zavod za zaštitu spomenika kulture, Centar za kulturu Valjevo, Moderna galerija Valjevo, Internacionalni umetnički studio Radovan Trnavac Mića, Kulturno-prosvetna zajednica opštine Valjevo. Manifestacije čine još jedan segment kulturnog života grada, a neke od najznačajnijih su:

- Tešnjarske večeri,
- Džez festival,
- Festival Duvan čvaraka,
- Zlatni opanak,
- Sabor na Povlenu,
- Dan maline,
- Petrovdanski dani.



Valjevo – Tešnar. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Tešnar, kao staro gradsko jezgro Valjeva, predstavlja jedinstvenu gradsku celinu iz XIX veka i nepokretno kulturno dobro od izuzetnog značaja. Pored statusa kulturnog dobra, atraktivan je i zbog toga što su u njemu snimljeni delovi nekoliko veoma popularnih domaćih filmova i serija (Marš na Drinu, Užička republika, Ivkova slava, serija Ono naše što nekad bejaše). Ulica Kneza Miloša u Valjevu je trgovačka ulica nastala u drugoj polovini XIX i početkom XX veka, koja predstavlja prirodan nastavak razvoja grada u odnosu na Tešnar, vremenski ranije formiran stambeno-trgovački i zanatski centar. U letnjim mesecima Turistička organizacija realizuje posebna šetačka vođenja kroz Tešnar.

Prepoznatljivost Valjeva, na kulturno-turističkoj mapi, čini i spomenički kompleks Brankovina, postojbina čuvene srpske porodice Nenadović. U okviru kompleksa se nalazi crkva svetih Arhanđela čiji je ktitor Matija Nenadović, škola u koju je išla Desanka Maksimović, i grobna mesta porodice Nenadović i Desanke Maksimović. Jedna od raritetnih kulturno-istorijskih celina je zaseok Bebića Luka u selu Vujinovače, spontano nastala aglomeracija zasnovana na rodbinskoj osnovi koja predstavlja model u razvoju organizacije sela ovog dela Srbije XIX veka.

Arheološko nasleđe Valjeva čini nekoli značajnih lokaliteta: arheološko nalazište kod Petnice, Kasnoantička građevina na lokalitetu Crkvina u selu Babina Luka, Srednjevekovno naselje u Valjevu, stadion Krušik i Praistorijska humka u selu Žabari. Kao značajna dela sa spomeničkim i umetničkim svojstvima u Valjevu se izdvajaju: Muselimov konak iz XVIII veka, zgrada Gimnazije, zgrada Medicinske škole, zgrada stare železničke stanice i Dom JNA. Značajni su i Spomenik Stevanu Filipoviću; Spomenogroblje na Krušiku, Spomenik na Brankovačkom visu. Vredni objekti sakralne

arhitekture su: Manastir Pustinja, Manastir Čelije, Crkva Pokrova Presveta Bogorodice u Valjevu i druge crkve.

U neposrednoj blizini Valjeva nalaze se Divčibare, u kojima je razvijen zimski turizam a tu se često odvijaju i programi nastave u prirodi mnogih škola iz Srbije. Klisura reke Gradac je jedna od najživopisnijih klisura u Srbiji i zaštićena je kao predeo izuzetnih odlika. Takođe, prirodne vrednosti predstavljaju i brojni izvori i pećine - Petnička i Degurička. Selo Petnica je takođe poznato po istraživačkoj stanici „Petnica“ koja je po svom obrazovnom modelu postala jedinstvena na teritoriji Centralne i Jugoistočne Evrope.

Čačak

Grad Čačak se nalazi u središnjem delu centralne Srbije i administrativni je centar Moravičkog okruga. Nalazi se 140 km južno od Beograda, na magistralnom putu s tim da je od Ljiga do Preljine deonica auto puta, što značajno ubrzava dolazak iz pravca Beograda. Grad zauzima površinu od 636 km² a na prostoru ove jedinice lokalne samouprave nalazi se 58 naselja u kojima, prema popisu stanovništva iz 2011. godine, živi 73.331 stanovnika.

Čačak se pod današnjim imenom prvi put pominje 1408. godine, u jednom spisu iz Dubrovačkog arhiva. U gradu je 30-ih godina XIX veka počela sa radom obnovljena crkva i Gimnazija. Nakon proglašenja nezavisnosti Srbije 1878. godine, u vreme velikog ekonomskog preporoda zemlje, Čačak postaje veliki centar za promet poljoprivrednih proizvoda u Zapadnoj Srbiji. Od završetka Drugog svetskog rata grad se razvija kao industrijski centar sa više postrojenja a najpoznatija je bila fabrika „Sloboda“. I danas je grad gusto naseljen sa razvijenom privredom i figurira kao kulturni centar ovog dela Srbije.

Narodni muzej u Čačku osnovan je 1952. godine kao kompleksan muzej sa zadatkom da prikuplja, obrađuje, čuva i izlaže muzejsku građu i proučava prošlost trnavskog, ljubičkog, takovskog, dragačevskog i moravičkog kraja. Stalnu postavku muzeja čine tri tematske celine: „Čačanski kraj od neolita do kraja srednjeg veka“, „Ovčarsko-kablarski manastiri i crkve čačanskog kraja“ i „Čačanski kraj u ustancima i ratovima 1804-1941.“. Muzej u svojim fondovima čuva blizu 20.000 predmeta podeljenih u šest zbirki: arheološka, etnološka, fotografska, likovna, numizmatička, istorijska i zbirka primenjene umetnosti.

Muzej svoju delatnost obavlja u zgradi Načelstva okruga čačanskog i Konaku Jovana Obrenovića, koji je spomenik kulture od velikog značaja. Podigao ga je 1835. godine Jovan Obrenović, brat kneza Miloša Obrenovića. U samom dvorištu muzeja nalazi se značajno višeslojno arheološko nalazište.

U samom centru grada otkriveni su ostaci građevine iz rimskog doba, čiji je naziv ostao odomaćen u stručnim krugovima i turističkoj mapi kao Rimske terme. Lokalitet Rimske terme u Čačku proglašen je za spomenik kulture 1970. godine i nalaze se pod staranjem Narodnog muzeja u Čačku. Pored ovog na teritoriji grada nalaze se i drugi značajni istorijski spomenici kao što su: Spomenik Hadži-Prodanovoj buni, Spomenik ratnicima četiri vere, Memorijalni kompleks na brdu Ljubiću posvećen ratnicima i događajima iz oslobodilačkih ratova Srbije u XIX i XX veku, spomenik vojvodi Stepu Stepanoviću.

Izuzetne kulturne i prirodne znamenitosti Čačka nalaze se u obližnjoj Ovčarsko – kablarskoj klisuri. Kada je reč o kulturnim znamenitostima to su pre svega manastiri Vavedenje, Vaznesenje, Preobraženje, Sretenje i Sveta Trojica na desnoj i Blagoveštenje, Ilinje, Jovanje, Uspenje i Nikolje na levoj obali Morave. Pored manastira, u klisuri se nalazi i zbeg-crkva Kađenica, kao

i crkvice posvećena Svetom Savi - Savinje. Ovako grupisani aktivni manastiri Ovčarsko – kablarskoj klisuri doneli su naziv „srpska Sveta Gora“.

Ovčarsko – kablarsku klisuru oblikuje reka Zapadna Morava a pečat joj daju planine Ovčar, Kablar, Vučan i Jelica. Zbog raznovrsnog biljnog i životinjskog sveta ova klisura je proglašena predelom izuzetnih odlika. U okolini Čačka nalaze se i tri banjska mesta: Ovčar banja, banja Gornja Trepča i Slatinska banja.

Prijepolje

Prijepolje je gradić smešten u jugozapadnom delu Srbije na tromeđi Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore. Od Beograda je udaljen 250 km. Kroz Prijepolje prolaze važni magistralni putevi ka Crnoj Gori, M21 preko Bjelog Polja i M8 preko Pljevalja, kao i železnička pruga Beograd - Bar.

Prijepolje je naseljeno još u rimsko doba i nalazilo se u sastavu srpske države Raške. Prvi put se pominje kao trg manastira Mileševa u ugovoru o trgovini solju iz Dubrovnika za Prijepolje iz 1343. godine. Do sredine 14. veka Prijepolje je dobilo karakteristike naselja sa trgom kao centralnim prostorom. Razvoju naselja mnogo je doprineo veoma povoljan položaj, jer se nalazio na raskršću važnih puteva. U drugoj polovini XX veka Prijepolje se razvija kao privredni centar ovog dela Zlatiborskog okruga čiji je značaj naglašen položajem pograničnog područja. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine opština Prijepolje ima 37.059 stanovnika.

Muzej Polimlja u Prijepolju osnovan je 1990. godine kao kompleksan muzej - riznica kulturno-istorijskog nasleđa polimskog kraja nadležan i za područje opštine Priboj. U sastavu muzeja su i Muzej pionira i omladine Jugoslavije na planini Jabuci, gde je poginuo čuveni dečak-partizan Boško Buha, zatim Kuća Jusufagića i Kuća Veseličića. Muzej je smešten u zgradi

nekadašnje turske Ruždije (niže gimnazije), sagrađene između 1839. i 1845. godine. Okosnicu muzeja čine arheološka, istorijska, istorijsko-umetnička i etnografska zbirka smeštene na spratovima a deo postavke je bio posvećen i proslavljenom košarkašu Vladi Divcu koji je rodom iz Prijepolja. U galerijskom prostoru redovno se organizuju tematske izložbe kao i predavanja, naučni skupovi, tribine i multimedijalni programi a sprovode se i raznovrsni istraživački projekti.



Prijepolje. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Godine 2012. godine Evropski muzejski forum je, u konkurenciji 59 evropskih muzeja, upravo Muzeju u Prijepolju dodelio Specijalnu nagradu, koja je prvi put u istoriji srpske muzeologije dodeljena jednom muzeju u Srbiji, pa i širem regionu Balkana. Pored muzeja na teritoriji opštine Prijepolje značajne institucije kulture su: Dom kulture i Matična biblioteka Vuk Karadžić.

Manifestacije su još jedan značajan segment kulturnog života Prijepolja. Neke od najznačajnijih su: Mostovi Balkana, Umetnička kolonija Mileševa, Sabor trubača, Limska regata, Greenland festival.

Na prostoru opštine Prijepolje nalazi se veliki broj kulturno-istorijskih spomenika počev od starog Rima pa do današnjih dana. Od izuzetnog značaja su stećci u selu Hrti, redak primer srednjevekovnog groblja koji je poznat i pod nazivom Grčko groblje. Ovo arheološko nalazište je uz lokalitete Mramorje kod Bajine Bašte, jedan lokalitet iz Crne Gore, dva lokaliteta iz Hrvatske i 20 lokaliteta iz Bosne i Hercegovine 2016. godine upisan u UNESCO Listu svetske kulturne baštine pod zajedničkim nazivom *Stećci – Medieval Tombstones*.



Manastir Mileševa. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Prijepolje je najpoznatije po manastiru Mileševa, udaljenom oko 7 km od centra grada. Manastir je zadužbina kralja Vladislava iz treće decenije XIII veka, a ishodište svetosavskog kulta Mileševa je postala nakon prenošenja moštiju sv. Save iz Trnova. Mileševski Beli anđeo na grobu Hristovom predstavlja remek delo srpske i evropske umetnosti XIII veka.

Na teritoriji opštine Prijepolje nalaze se i druga značajna kulturna dobra kao što su: Rimski nekropola na lokalitetu Dvorine, Srednjevekovni

gradovi Mileševac i Kovin, Ibrahim-pašina džamija, Sahat kula, Manastir Kumanica, Manastir Davidovica, Partizanska bolnica, Memorijalni kompleks “Boško Buha” na Jabuci.

Na području Prijepolja nalaze se i predeli gotovo netaknute prirode klisure Mileševke reke i Dubočice, Tičije Polje, Kamena Gora, Jabuka i vodopadi Sopotnice koji su proglašeni spomenikom prirode i nalaze se pod zaštitom države Srbije.

Novi Pazar

Novi Pazar je ekonomski i kulturni centar Raške i pripada regiji Sandžak. Nalazi se 280 km južno od Beograda, na deonici starog puta koji preko Ibarske magistrale vodi prema Podgorici i Jadranskom moru. Izuzetan geografski položaj vekovima je omogućavao njegovim žiteljima da, dolinom reka Raške i Ibra, koriste važne saobraćajnice, koje prolaze kroz Balkan. Ukupna površina opštine Novi Pazar, sa 99 naseljenih mesta, iznosi 742 km². Prema popisu iz 2011. na području Novog Pazara živi 100.410 ljudi.

Arheološki nalazi govore da je ovo područje bilo naseljeno još od kamenog doba (nalaz Naprelje), preko gvođenog doba (nalaz Smolučka pećina) i ranoantičkog doba (Novopazarski nalaz), te nalazišta ostataka kasnoantičkih i srednjovekovnih utvrđenja Jeleč i Ras. U rimskom periodu Novi Pazar se nalazio na važnim rimskim komunikacijama na Balkanu i bio je poznat kao *Statio Asinoe*, o čemu su pisali engleski arheolog Evans i austrijski slikar i arheolog Kanic u XIX veku. U srednjem veku grad je postao prestonica Nemanjićke države Raške, a od XV pa sve do početka XX veka bio je sedište Otomanskog Novopazarskog Sandžaka i nakratko Novopazarskog Vilajeta. Zvaničnim dekretom ga je osnovao Isa-beg Isaković kao Yeni Bazar. Prvi pisani dokument koji spominje samo ime Novi Pazar je odluka Malog Veća Dubrovačke Republike iz 1461. godine kojom je u Novi Pazar upućen

dubrovački konzul. Svoj procvat grad je doživeo 1468. godine, kada je dobio status šehera i bio jedan od najvećih gradova na Balkanu. Od XIX veka, Novi Pazar ulazi u sve svetske enciklopedije kao sinonim za Sanžak, kada je 1878. godine cela regija dobila status *corpus separatum* i stavljena pod međunarodni protektorat kao Novopazarski Sandžak.

Muzej „Ras“ u Novom Pazaru je osnovan 1953. godine kao Gradski muzej. Smešten je u centru grada, u jednoj od starih, gradskih kuća, tradicionalne arhitekture iz sredine XIX veka u kojoj je bila smeštena i Ruždija (turska gimnazija). S obzirom da je bila ruinirana, 1972. godine je rekonstruisana i adaptirana za potrebe Muzeja, a Zavod za zaštitu spomenika kulture u Kraljevu proglasio je kulturnim dobrom 1972. godine, što je mnogo kasnije (2001.) uradila i Vlada RS. Današnji naziv, Muzej „Ras“ u Novom Pazaru, dobio je 1. januara 1987. godine. Muzej je kompleksnog tipa i obuhvata zbirke iz oblasti arheologije, istorije, etnologije, numizmatike, primenjene umetnosti i savremenog likovnog stvaralaštva. Raspolaze sa 333 m² izložbenog prostora i sa 5.876 predmeta, od čega je arheološka zbirka najbrojnija i najviše obrađena.

Pored muzeja akteri kulturnog života Novog Pazara su i sledeće institucije: Gradska biblioteka Dositej Obradović, Istorijski arhiv Ras, Regionalno pozorište Novi Pazar, Centar za decu i omladinu Duga, Dom kulture Oslobođenje.

Za kulturni život u Novom Pazaru važne su i sledeće manifestacije: Oktobarski susreti pisaca u Novom Pazaru, Sandžački književni susreti SAKS, Književni susreti Muhamed Abdagić, Likovna kolonija Sopoćanska viđenja, Likovna kolonija Sandžak inspiracija umetnika, Škola starih slikarskih tehnika u Novom Pazaru, Festival omladinskih horova Srbije FOHS, Muzički festival Stari grad, Dečiji festival Raspevano proleće, Festival sandžačke sevdalinke FESS, Smotra bošnjačkih narodnih igara SBONI.

Jedan od simbola grada Novog Pazara je Gradska tvrđava sa Kulom motriljom iz XV veka, izgrađena po nalogu osnivača grada Isa-bega Ishakovića. Prepoznatljivost Novog Pazara predstavlja i Stara čaršija prostorna kulturno-istorijska celina u kojoj se nalazi nekoliko spomenika iz perioda XV – XVIII veka, nastalih po dolasku Turaka. Neki od najznačajnijih spomenika islamske kulture su: Altun-alem džamija iz XVI veka, delo čuvenog neimara Muslihudina Abdulganija; Amir-agin han (konak) iz XVII veka; Hamam (kupati) iz XV veka, zaostavština Isa-bega Ishakovića, osnivača grada.

Kao najznačajniji spomenik kulture, u ovom kraju, izdvaja se Stari Ras sa Sopoćanima koji je upisan na UNESCO-vu listu svetske baštine. Najznačajniji spomenici u ovoj spomeničkoj celini su Manastir Sopoćani, manastir Đurđevi stupovi, Petrova crkva, i ostaci tvrđava Ras i Gradina. Petrova crkva pripada najstarijim srednjovekovnim sakralnim spomenicima na tlu Srbije i bila je prvobitno sedište raške episkopije. Đurđevi stupovi, zadužbina Stefana Nemanje, iz XII veka, predstavljaju jedan od najstarijih srpskih manastira. Manastir Sopoćani, čiji je osnivač kralj Uroš I, građen je od 1263. do 1268. godine. U unutrašnjosti manastira sačuvana je najdragocenija galerija raškog i vizantijskog fresko slikarstva.

Okruženje Novog Pazara je planinsko područje na kome se se optimalno smenjuju blagi i oštri usponi, rečni useci i doline, visoravni, veliki kompleksi četinarskih šuma, prostrane livade i pašnjaci, a prostor ima izuzetno bogatu floru i faunu. Oko termalnih i mineralnih izvora formirale su se i banje - Novopazarska i Rajčinovića banja i Slatinski i Deževski kiseljak. Živopisan je i predeo okolnih opština – Sjenice i Tutina gde je očuvano raznovrsno nematerijalno nasleđe. Na 32 km od Novog Pazara nalazi se planina Golija, čije područje je stavljeno pod zaštitu kao park prirode i pruža velike mogućnosti za odmor i rekreaciju u gotovo netaknutoj prirodi.

Istraživanje u muzejima

Metodološke napomene

U ovom delu istraživačke studije glavni cilj bio je da se identifikuju prakse koje su se u muzejima u Srbiji u proteklih godina uspostavile u pogledu razvoja muzejskog turizma, kao specifične forme kulturnog turizma i sa njima povezani programi namenjeni deci predškolskog i školskog uzrasta.

Kreirana je elektronska verzija upitnika u *Google* formi, koja je obuhvatila 20 pitanja, od kojih je 13 bilo zatvorenog tipa (skale procene ili ponuđena lista odgovora sa mogućnošću dopisivanja opcije koja nije navedena). Pitanja su bila grupisana na sledeći način:

- ✓ pozicija muzeja u lokalnoj zajednici (zastupljenost muzeja u turističkoj ponudi grada; saradnja sa turističkim agencijama) i sa tim povezane
- ✓ marketinške i promotivne aktivnosti,
- ✓ posećenost muzeja;
- ✓ edukativna funkcija muzeja i interpretacija nasleđa – posebno u okviru stalnih postavki i pratećih programa;
- ✓ posebni programi za decu i porodice;
- ✓ koncept porodičnih dana u muzeju.

Što se tiče procedure prikupljanja podataka, najpre je obavljen telefonski razgovor sa kustosima muzeja, koji su zaduženi za rad sa publikom (ili decom, ukoliko imaju kustosa pedagoga), najavljena je anketa, a zatim je prosleđen upitnik u elektronskoj formi. U odabраних 20 gradova na terenu su sprovedeni dodatni nestrukturirani intervjui sa direktorima muzeja, kako bi se stekao detaljniji uvid u pojedine segmente rada muzeja, koji su već bili obuhvaćeni elektronskom anketom. U mapiranih 20 gradova ukupno radi 29

muzeja, od kojih su dva galerije sa fondom (Galerija Matice Srpske u Novom Sadu i Galerija naivne umetnosti u Kovačici), a 27 muzeji u užem smislu.

Rezultati

Razvoj muzejskog turizma podrazumeva sa jedne strane prisustvo muzeja u turističkoj ponudi grada odnosno opštine, a sa druge strane aktivnosti samog muzeja da privuče posetioce. U skladu s tim, najpre ćemo izložiti rezultate o poziciji muzeja u turističkoj ponudi grada i saradnji s turističkim agencijama, a zatim marketinške i promotivne aktivnosti, te podatke o posećenosti muzeja. Nakon toga, izvestićemo o interpretaciji nasleđa putem stalnih postavki i posebnih programa, da bismo na kraju naveli rezultate o posebnim programima za decu i porodice, kao i zastupljenosti porodičnih dana u praksi muzeja. Prilikom navođenja rezultata, u skladu sa uzorkom, zadržaćemo se na deskriptivnom nivou uz posebne napomene o ilustrativnim primerima prakse u pojedinim muzejima.

Zastupljenost muzeja u turističkoj ponudi grada. Među muzejima koji su obuhvaćeni istraživanjem jedino Muzej naivne i marginalne umetnosti u Jagodini ističe da nije deo turističke ponude ovog grada. Pored toga, većina muzeja je predstavljena na Internet stranici grada odnosno opštine, kao i na turističkoj signalizaciji u gradu i Internet prezentacijama lokalne turističke organizacije. U većini muzeja službe protokola grada/opštine organizuju posete poslovnih partnera muzeju. Takođe raširena je praksa da turističke organizacije na svojim info punktovima upućuju na muzej.

Ipak, nešto manje od polovine muzeja aktivno učestvuje u kreiranju turističke ponude grada odnosno opštine. To su: Muzej „21. oktobar“ u

Kragujevcu, Narodni muzej Valjevo, Memorijalni kompleks Mihajlo Pupin u Idvoru, Muzej "Horeum Margi-Ravno" Čuprija, Narodni muzej Vranje, Gradski muzej Subotica, Gradski muzej Sombor, Narodni muzej Šabac, Narodni muzej Leskovac, Muzej Prijepolje, Zavičajni muzej Knjaževac.

Saradnja sa turističkim agencijama. U kontekstu organizacije dolazaka turista, većina muzeja saraduje sa turističkim agencijama. Uglavnom je reč o domaćim turističkim agencijama iz različitih krajeva Srbije, mada preovlađuju agencije iz Beograda i Novog Sada. Najčešće je reč o agencijama koje organizuju školske ekskurzije. Konkretnije, saradnja sa turističkim agencijama najčešće podrazumeva izlaženje u susret u pogledu vremena za posete turističkih grupa, kao i u pogledu prilagođavanja vođenja kroz stalnu postavku za posebne grupe turista.

Od kompletnog uzorka anketiranih polovina muzeja navela je da turističke agencije plasiraju informacije o dešavanjima u muzeju, dok mali broj muzeja zajedno sa agencijama planira i realizuju posete turističkih grupa – to je kao tema od posebnog značaja bila u razgovorima sa predstavnicima muzeja u Kikindi, Spomen-kompleksu „21. oktobar“ u Kragujevcu, Memorijalnom kompleksu Mihajlo Pupin u Idvoru, te u Galeriji naivne umetnosti Babka u Kovačici kao i Narodnom muzeju Valjevo. Saradnja sa turističkim agencijama je uglavnom zadovoljavajuća, mada su predstavnici Narodnog muzeja u Nišu i predstavnici Memorijalnog kompleksa „Mihajlo Pupin“ u Idvoru kao probleme naveli povremena kašnjenja u plaćanju, dok u Muzeju grada Novog Sada kao problem ističu to da agencije koje rade na recepciji turista koji dolaze brodom zaobilaze muzej iako je pristanište u neposrednoj blizini. U Narodnom muzeju u Leskovcu kao i u Muzeju u Prijepolju istaknuto je da agencije nisu naročito zainteresovane da posete ovim muzejima uključe u svoje ponude.

Marketing i promocija. Aktivan marketing i promocija muzejskih sadržaja predstavlja imperativ u radu savremenih muzeja i direktno utiče na poziciranje muzeja kao turističke atrakcije. U nešto manje od polovine ispitanih muzeja, poslovi marketinga se obavljaju u saradnji direktora i kustosa, nešto ređe poslove marketinga obavlja neko od kustosa ili postoji posebno angažovana osoba koja obavlja poslove marketinga. U promociji svoje ponude muzeji najčešće koriste društvene mreže, svoj sajt, mejling listu ili se muzejske aktivnosti promovišu putem lokalnih ili nacionalnih elektronskih i štampanih medija.

Posetioci muzeja. Posmatrano na opštijem nivou svih muzeja u Srbiji, prema podacima prikupljenim u okviru informacionog sistema e-Kultura⁵ tokom 2016. godine bilo je 132 muzeja otvorenih za javnost, koje je posetilo 1.956.000 ljudi. Od toga 934.204 posetilaca je bilo u grupama dok je 1.021.340 posetilaca u muzej došlo individualno.

Muzeji obuhvaćeni projektom „Mi smo porodica“ izvršili su procenu učešća domaćih i inostranih turista među svojim posetiocima. Na skali od 1 (veoma mala) do 5 (veoma velika), prosečna ocena za posećenost muzeja od strane domaćih turista je 3.63, dok je prosečna posećenost od strane inostranih turista nešto ispod proseka skale (2.88). Ipak, kada se posmatra distribucija ocena, nije veliki broj muzeja u kojima je posećenost od strane turista ocenjena veoma niskim ocenama – u tom smislu izdvaja se Zavičajni muzej Jagodina, gde se procenjuje da su domaći turisti veoma malo zastupljeni među posetiocima tog muzeja. U istom muzeju je ukazano na to da su među posetiocima veoma malo zastupljeni inostrani turisti, što je objašnjeno time što grad potencira druge atrakcije – Zoološki vrt, Muzej voštanih figura i (u

⁵ e-Kultura je sistem koji predstavlja zvaničnu statistiku u kulturi Republike Srbije. Nosilac projekta je Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, a partner Republički zavod za statistiku, više na: e-kultura.net

letnjoj sezoni) Akva park i Letnju scenu na kojoj programe organizuje Kulturni centar „Svetozar Marković“.

Frekvencija posete dece predškolskog uzrasta sa članovima porodice tek u nešto manje od četvrtine muzeja ocenjena je kao česta ili veoma česta, u svakom trećem muzeju kao povremena, a u ostalima je retka ili veoma retka. Međutim, posete dece predškolskog uzrasta u organizaciji vrtića su frekventnije – dve trećine muzeja navelo da su ovakve posete česte ili čak veoma česte.

Kada je reč o deci školskog uzrasta, frekvencija njihovih poseta sa članovima porodice u najvećem broju muzeja je povremena. U malom broju muzeja ovakve posete se ocenjuju kao veoma česte ili veoma retke. Budući da školske ekskurzije gotovo neizostavno podrazumevaju posete muzejima, u većini muzeja ovakve posete su zaista i ocenjene kao visoko frekventne. Udarni periodi tokom godine su april, maj i početak oktobra.

Edukativna funkcija muzeja i interpretacija nasleđa. Muzeji imaju izrazitu edukativnu funkciju, jer upravo u njima mogu da se steknu specifična znanja o umetničkim pravcima i tendencijama, prirodnim i društvenim pojavama, te ilustruju znanja stečena tokom školovanja odnosno sticanja formalnog obrazovanja. Mogućnost da deca i turisti – dakle oni koji nemaju mnogo znanja o određenim pojavama i umetničkim ekspresijama, kao i oni kojima su određene pojave okvirno poznate – steknu potpuniju, upečatljiviju sliku u mnogome zavisi od pristupa kustosa i muzejskih vodiča interpretaciji nasleđa koje muzeji čuvaju i izlažu. Pristupi interpretaciji podrazumevaju rad na samim izložbama posebno u (širem) okviru stalne postavke, (specijalizovana) vođenja kroz izložbe, korišćenje savremenih medija interpretacije u sklopu stalne postavke, te posebne programe na kojima se na drugačije načine sagledava nasleđe koje muzej čuva i prezentuje, odnosno dela koja prikazuje i čiju poruku nastoji da prenese lokalnom stanovništvu.

Stalne postavke. Stalne postavke mogu se razumeti kao skupovi izložbi koji su povezani na osnovu samog tipa muzeja – da li je kompleksni ili specijalizovan za određenu oblast. Interpretacija u okviru stalne postavke u većini muzeja uključuje korišćenje savremenih medija. Najčešće je reč o ekranima osetljivim na dodir, tabletima, audio i video prezentacijama, a u dva muzeja se koriste i 3D hologramske projekcije. U Narodnom muzeju Valjevo nam je rečeno da su koristili tablete, ali pošto su deca češće tražila igrice na Internetu tu praksu su ukinuli. Međutim, doživljaj tokom obilaska muzeja, naročito Muselimovog konaka, pojačan je korišćenjem svetlosnih senzora, muzike i glasa preko razglasa. U Muzeju Ponišavlja u Pirotu kao i u Memorijalnom kompleksu „Mihajlo Pupin“ u Idvoru u većoj meri se neguje „živa reč“, odnosno kustosi su razvili pristup interpretaciji koji posetu muzeju čini upečatljivom i bez korišćenja savremenih medija.

Važno je napomenuti da su ovom studijom obuhvaćeni muzeji koji su uglavnom kompleksnog tipa, što znači da sadrže arheološke, etnološke, umetničke, istorijske i prirodnjačke zbirke. Specijalizovani su: Muzej naivne i marginalne umetnosti u Jagodini, Galerija Babka u Kovačici, Memorijalni kompleks „Mihajlo Pupin“ u Idvoru, muzeji „Stara livnica“ i „21. oktobar“ u Kragujevcu, Galerija Matice srpske, Pozorišni muzej Vojvodine i Spomen zbirka „Pavle Beljanski“ u Novom Sadu, te Arheološki muzej Đerdap u Kladovu (koji je jedinica u sastavu Narodnog muzeja u Beogradu). U većini muzeja stalne izložbe su zasnovane na tradicionalnom pristupu koji u prvi plan ističu predmet i osnovnu informaciju o njemu, „koja više služi da istakne erudiciju autora izložbe nego da zadovolji interesovanje publike“ (Krivošejev, 2012). Nasuprot savremenom izlagačkom konceptu koji je okrenut ka publici i stvaranju doživljaja, ovakve tradicionalne muzejske postavke često deluju neatraktivno za širu publiku, odnosno turiste.

U Zavičajnom muzeju Knjaževac stalna postavka je neznatno modifikovana pre osam godina akcentujući etnološku zbirku i za taj kraj jedinstvene dvopredne čarape. Poslednjih godina pažnja u ovom muzeju posebno je stavljena na obližnji antički lokalitet Timacum Minus u selu Ravni.

Narodni muzej Valjevo je 2007. godine završio redefinisavanje stalne postavke. Konceptualno, stalna postavka ovog muzeja naglašava doživljaj posetilaca polazeći od njihovih prethodnih opštih znanja, na primer da su praistorijski ljudi živeli u pećinama, te je i ulazak u deo postavke posvećen praistoriji napravljen kao ulazak u pećinu, dok prelaz iz jedne epohe u drugu sugerišu za dato doba karakteristične kapije.

Narodni muzej Kikinda je trenutno u procesu rada na restrukturiranju stalne postavke, ali je taj proces još uvek u idejnoj fazi te posetioци obilaze staru postavku u okviru koje su pored skeleta mamutice Kike izloženi i drugi raritetni eksponati, kao što je na primer fonograf sa početka 20. veka koji i dalje radi i posetioци mogu puštati stare metalne ploče. U bioskopskoj sali nalazi se i pano sa slovima KIKINDA a na svakom slovu je priča o nekom delu života u Kikindi i malim fiokama i policama koje posetioци mogu otvoriti da bi dobili još neku ilustraciju priče. U Narodnom muzeju Kikinda vođenje kroz muzej počinje kratkim 3D filmom o mamutima, koji su u ovom delu Panonske nizije živeli u mezolitu a ta projekcija se smatra možda i najatraktivnijim segmentom za turiste, jer ovaj muzej tek radi na idejnom rešenju nove stalne postavke. Takođe, u ovom muzeju kao atrakciju navode radionice o sovama u koje su, pored dece uz Kikinde, uključena i deca školskog uzrasta iz drugih krajeva Srbije koji dolaze na ekskurzije u Kikindu početkom oktobra kada se i sove ušare, ritske sove, kukuvije i snežne sove smeštaju u Kikindi da provedu zimu.

U Muzeju Vojvodine, s obzirom na to da se stalne postavke nalaze u dve susedne zgrade (u Dunavskoj ulici br. 35 i 37), specijalizovana vođenja se

shvataju kao glavna atrakcija posebno imajući u vidu relativno ograničeno vreme koje turisti izdvajaju za posetu ovom muzeju. Stručna vođenja kroz stalnu postavku, posebno u sprezi sa obližnjim lokalitetom Lepenski vir (takođe u sastavu Narodnog muzeja u Beogradu), smatraju se atraktivnim za turiste i u Arheološkom muzeju Đerdapa u Kladovu. Iako je stalna postavka koncipirana tako da prilično statično prikaže reprezentativne eksponate iz svih zbirki predstavnici Zavičajnog muzeja u Jagodini upravo stalnu postavku smatraju najatraktivnijom za turiste, naročito zbog arheoloških i fosilnih nalaza iz okoline. Stalna postavka i vođenje kroz nju se smatraju atraktivnim za turiste i u Muzeju „Ras“ u Novom Pazaru a kustoskinja muzeja je u razgovoru ukazala i na to da veliku atrakciju čine objekti orijentalne arhitekture uglavnom u blizini muzeja (na primer kuća porodice Šušević u ul. Ramiza Koce br. 1 kuća porodice Jovanović u ul. Gojka Bačanina br. 20 i kuća porodice Trtovac u ul. Sarajevska br. 6). Takođe, na obližnje orijentalne građevine posetioce muzeja upućuju i kustosi muzeja u Prijepolju, gde je među glavnim atrakcijama deo postavke posvećen proslavljenom jugoslovenskom i srpskom košarkašu Vladi Divcu rodom iz Prijepolja.

Orijentalno nasleđe sa ponosom pokazuju i predstavnici Narodnog muzeja Vranje u čijem je sastavu i spomen kuća Borislava Stankovića, jednog od najznačajnijih srpskih pisaca u čiju čast se organizuje manifestacija „Borina nedelja“ upravo u ovom muzejskom odeljenju. Takođe, muzej Ponišavlja u Pirotu smešten je u jedinstvenom ambijentu kuće Hristića, a u samoj zgradi, na spratu, snimljene su i scene iz filmova „Ivkova slava“ i „Zona Zamfirova“. Muzej grada Novog Sada smešten je u tvrđavi Petrovaradin, te poseta ovom muzeju uključuje i obilazak ove znamenitosti. Kao posebno atraktivne predstavnici muzeja su pokazali podzemne vojne galerije. U njima su se nekada organizovale i manifestacije posvećene vinu, a ti događaji su turistima

bili veoma upečatljivi. Takođe, atrakcijom u svojoj nadležnosti kustosi ovog muzeja smatraju Veliki ratni bunar na Petrovaradinskoj tvrđavi.

Prateći programi u muzejima. Posebni programi koje muzeji organizuju jesu način da se oplemene znanja o umetničkom stvaralaštvu, prirodnim i društvenim pojavama, ne samo iz lokalne sredine već i drugih krajeva Srbije i inostranstva. Ti posebni programi u većini muzeja jesu radionice za decu, predavanja i tribine, prezentacije lokalne kulture i kultura drugih, a zatim nešto ređe navode se filmske i video projekcije, koncerti, manifestacije, javni časovi, a okvirno u svakom četvrtom muzeju navode se radionice za porodice sa decom, pozorišne predstave i performansi. U Zavičajnom muzeju Jagodina u realizaciju posebnih programa redovno se uključuju studenti.

U Narodnom muzeju Zaječar izdvojene su radionice koje se u letnjim mesecima održavaju u obližnjem Gamzigradu na lokalitetu Felix Romuliana. Takođe, u blizini Knjaževca na antičkom lokalitetu Timacum Minus tokom leta se organizuju istraživačke radionice kao i posebni programi za porodice sa decom. U Zavičajnom muzeju Knjaževac kao veoma atraktivne za turiste ističu se i radionice starih zanata namenjene svim generacijama. Radionice za decu se kao posebna atrakcija ističu kao atraktivne i u Gradskom muzeju Subotica a posebne radionice se organizuju za Dan secesije (10. jun) i to je zapravo porodični dan u ovom muzeju. U Gradskom muzeju u Subotici atraktivnim za turiste se smatraju i radionice za decu a kustosi muzeja posetioce često upućuju i ka obližnjoj Sinagogi koja je jedno od remek dela arhitekture secesije na tlu Srbije.

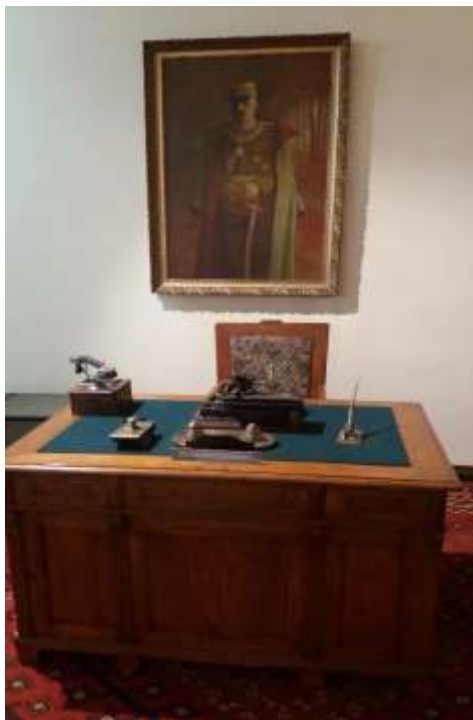
U Subotici kao i u Somboru atraktivnim se smatraju muzički koncerti koji se u muzejima u ovim gradovima relativno redovno organizuju.

Manifestacije poput onih nacionalnih – „Dani evropske baštine“, „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“ i „Noć muzeja“ – prilike su da muzeji

organizuju atraktivne posebne programe te se upravo programi osmišljeni za ove manifestacije smatraju najvećim atrakcijama Narodnog muzeja u Aranđelovcu, Narodnom muzeju u Nišu, Muzeju „Horem Ravno“ u Čupriji, Muzeju Ponišavlja u Pirotu, Muzeju naivne i marginalne umetnosti u Jagodini, Galerije Matice Srpske u Novom Sadu, Spomen zbirci „Pavle Beljanski“ takođe u Novom Sadu, te Muzeju „21. oktobar“ u Kragujevcu.

Lokalne manifestacije kao što je „Mamut fest“ u Kikindi, odnosno „Banatska Bostanijada“ u Idvoru jesu i okosnica porodičnog dana u muzeju.

Posebni programi za decu. Atrakcija posebno namenjena deci školskog uzrasta koja dolaze na ekskurzije u Valjevo jesu monodramske postavke telefonskog razgovora vojvode Živojina Mišića i vojvode Radomira Putnika neposredno pred početak Kolubarske bitke 1915. godine. Monodrama se odvija u delu stalne postavke posvećenom Prvom svetskom ratu, za radnim stolom vojvode Mišića, a izvodi je lokalni valjevski glumac. Direktor valjevskog muzeja je preneo i pozitivna iskustva sa istim glumcem u monodramskim postavkama na više lokacija – u Brankovini, zgradi muzeja, Muselimovom konaku i kuli Nenadovića ali je zbog logističke kompleksnosti ovaj program održan samo nekoliko puta. U kuli Nenadovića koja je za javnost otvorena u letnjim mesecima program počinje projekcijom igrano-dokumentarnog filma o sužnjima u kuli pred čuvenu seču knezova, a film je dostupan i putem muzejskog Youtube kanala.



Narodni muzej Valjevo - radni sto Živojina Mišića. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

U nešto više od polovine muzeja realizuju se specijalizovana vođenja za decu školskog uzrasta ili predškolskog uzrasta, a nešto ređe organizuju se specijalizovana vođenja za inostrane turiste, te još ređe za osobe sa posebnim potrebama. U kontekstu gradova koji su nam bili u istraživačkom fokusu, jedino Zavičajni muzej u Jagodini ne organizuje bilo kakva specijalizovana vođenja kroz muzej. U razgovoru sa predstavnicima ovog muzeja ukazano nam je da u zavisnosti od grupe sami muzejski vodiči, odnosno kustosi prave improvizacije u interpretaciji.

Kada je reč o programima koji su posebno namenjeni deci prevlađuju radionice i to likovne radionice na kojima deca crtaju, prave predmete od kartona, krep papira, plastelina i sl. a prema temama o kojima su saznali na izložbi.



Likovna radionica u Narodnom muzeju Čačak. Izvor: Narodni muzej Čačak, autor: Ivana Ćirjaković, kustos

Pozorišne radionice na kojima deca uče da izvedu komad po motivima sa izložbe organizuju se u sedam muzeja, dok se u Muzeju Vojvodine povremeno organizuju muzičke odnosno recitatorske radionice uglavnom prema delima vojvođanskih umetnika. U Narodnom muzeju Kikinda, posebno u okviru dečjeg festivala „Mamut fest“ koji se održava drugog vikenda u septembru ali i tokom letnjih edukativnih kampova namenjenih najmlađim Kikinđanima, u dvorištu muzeja se prostire velika cirada koja po principu školice vodi u Mamutsku avanturu. Takođe, deca se ohrabruju da se igraju i drugih danas već pomalo zaboravljenih igara.



Mamutska avantura. Izvor: Narodni muzej Kikinda

U Leskovcu u Narodnom muzeju deci je omogućeno da sklapaju slagalice, igraju igre memorije sa motivima eksponata, a povremeno se organizuju radionice za decu školskog uzrasta na kojima ona prave leskovačke suvenire. U Narodnom muzeju Valjevo organizovane su i likovne radionice na kojima su deca crtala impresije iz muzeja, a tri najbolja rada su štampani kao razglednice Valjeva. U Muzeju grada Novog Sada se povremeno, u prostoru Zmajevog muzeja, organizuju kvizovi u istraživačke radionice. U Zavičajnom muzeju Jagodine posebno su interesantne radionice vezane za praistorijsku zbirku na kojima deca pretežno likovnim izrazom oživljavaju fosile iz muzejske zbirke. U Narodnom muzeju Čačak i u Muzeju Ponišavlja u Pirotu oko Uskrsa se organizuju radionice na kojima deca oslikavaju jaja.



Arheološka radionica u Arheo parku Ravni. Izvor: Zavičajni muzej Knjaževac

Ukupno posmatrano u muzejima koji posebnu pažnju posvećuju programima za decu, najzastupljeniji su posebni sadržaji za decu koncipirani s obzirom na univerzalne pojave i motive te ih sa lakoćom mogu razumeti i deca iz inostranstva. U više od trećine ispitanih muzeja sadržaji za decu su koncipirani s obzirom na pojavnosti koje su zajedničke kulturnom prostoru Srbije te ih mogu razumeti i deca iz drugih krajeva Srbije, a u svakom petom muzeju sadržaji su koncipirani tako da se akcentuju pojave iz neposrednog okruženja te su i najrazumljiviji deci iz grada odnosno opštine.


U relativno opsežnoj literaturi posvećenoj mogućnostima učenja u muzeju ističu se primeri koji pokazuju da se u umetničkim muzejima mogu učiti matematika, geometrija, geologija, biologija itd i to uz upotrebu relativno jednostavnih pomagala poput kartonskih naočara i lupa (Neu 1985). Među primerima je i postavljanje tabli-panoa na kojima deca kače svoje beleške ili crteže o određenom umetničkom delu (Unrath and Luehrman 2009). U razgovorima sa predstavnicima muzeja ustanovljeno je da se akcenat pretežno stavlja na ono što je sadržaj muzejskih izložbi i tek ponekad povezivanju sa drugim opcijama.

Posebni didaktički materijali koncipirani u skladu sa izloženim eksponatima ili pojave koje se odigravaju u neposrednom okruženju muzeja kreirani su u saradnji sa pedagozima u Narodnom muzeju Kikinda, Narodnom muzeju u Leskovcu i Muzeju grada Novog Sada. U Narodnom muzeju Leskovac i Muzeju grada Novog Sada reč je o slagalicama i ukrštenicama za decu školskog uzrasta, dok su u Narodnom muzeju Kikinda kreirane i bojanke za program „Sovembar“ namenjene deci predškolskog uzrasta, uz odgovarajuće rebuse i zadatke o životu sova koje na području Kikinde provode zimu a lako se mogu uočiti i sa muzejskih prozora.

U razgovorima sa predstavnicima muzeja među pitanjima je bilo i držanje nastave u samom muzeju. U većini muzeja sa čijim smo predstavnicima razgovarali ukazano je na raspoloženost muzeja da izađe u susret takvim zahtevima te da pojedine lokalne škole to češće čine ali ipak, generalno, prevashodno zavisi od samih nastavnika kao i blizine muzeja tj. da li se do muzeja može brzo stići tako da se ne oduzme previše vremena od samog časa koji u školi traje 45 minuta.

У ДРУШТВУ СА СОВАМА

**Државни музеј
Кикинда**



**Државни музеј
Кикинда**

**Државни музеј
Кикинда**

Државни музеј Кикинда је организација која се бави истраживањем, очувањем и изложбом културног наслеђа Србије. Музеј је једна од најважнијих институција у Србији, која се бави очувањем и изложбом културног наслеђа Србије. Музеј је једна од најважнијих институција у Србији, која се бави очувањем и изложбом културног наслеђа Србије.

Државни музеј Кикинда је организација која се бави истраживањем, очувањем и изложбом културног наслеђа Србије. Музеј је једна од најважнијих институција у Србији, која се бави очувањем и изложбом културног наслеђа Србије.

- Играчи хајкују са совама**
Играчи хајкују са совама.
- Играчи да пронађу сова**
Играчи да пронађу сова.
- Двадесет сова очи и обрве**
Двадесет сова очи и обрве.
- Чему се хране сова?**
Чему се хране сова?
- Пазљива сова**
Пазљива сова.
- Двадесет у истој сова**
Двадесет у истој сова.
- Чему сова поједу је ево**
Чему сова поједу је ево.
- Двадесет сова**
Двадесет сова.
- Различити сова**
Различити сова.
- У једној сова**
У једној сова.

Didaktički materijali za decu predškolskog uzrasta, program „Sovemar“ Narodni muzej Kikinda

U Narodnom muzeju Niš uspostavljena je praksa časova koji sadrže vođenje kroz muzejsku stalnu postavku putem IT programa *Skype*, te razgovora sa kustosom. *Skype čas* u Narodnom muzeju Niš održan je i u saradnji sa novobeogradskom osnovnom školom „Radoje Domanović“, čiji su roditelji pozvani da se odazovu istraživanju interesovanja roditelja u okviru našeg projekta s tim da anonimnost ovog istraživanja ne dopušta utvrđivanje specifičnijih korelacija. Čas je bio organizovan u drugom polugodištu školske 2016/2017. za učenike 7. razreda. U Narodnom muzeju Kikinda posebni programi za decu su povezani i sa gradivom na predmetima svet oko nas, biologija, geografija i istorija, te iako prevashodno namenjeni deci iz Kikinde iskustva se koriste i radu sa decom iz drugih krajeva Srbije koja dolaze na ekskurzije. U pogledu učenja u muzeju i šta deca zapamte, saradnica ovog muzeja nam je pokazala delove zbirke gde se neka deca stalno vraćaju, a uglavnom je reč o delu stalne postavke u kojoj su eksponati iz prirodnjačke zbirke koji uključuju preparirane životinje i prostorija u kojoj se nalazi sklopljen skelet mamutice Kike. Ovo je u skladu i sa istraživanjima sprovedenim u australijskim muzejima, gde je dokazano da deca najčešće najbolje upamte prikaze životinja te modele naročito one veće kakav je skelet mamuta (Anderson et al. 2002).

Radionice za porodice sa decom. Ovakvi programi organizuju se u 16 muzeja, koji su se odazvali istraživanju putem upitnika. Kada je reč o gradovima koji su nam posebno bili u fokusu ovakve radionice se povremeno organizuju u Narodnom muzeju Aranđelovac, Narodnom muzeju Leskovac, Zavičajnom muzeju Jagodina te Muzeju naivne i marginalne umetnosti u Jagodini kao i u Muzeju Prijepolje. U Aranđelovcu se ovakve radionice organizuju oko obilaska Risovačke pećine i tokom manifestacije „Mermer i zvuci“. U Narodnom muzeju Vranje radionice za porodice sa decom se

organizuju u Spomen kući Bore Stankovića i najčešće su vezane za manifestaciju „Borina nedelja“ i aktivnosti Književne zajednice koja takođe koristi ovaj prostor. Neke od radionica odvijaju se i u saradnji sa Školom animiranog filma u Vranju posebno u okviru Festivala animiranog filma „Zlatni puž“. Radionice za porodice sa decom posebno su zanimljive u Muzeju Ponišavlja u Pirotu jer su često koncipirane prema nekadašnjoj tradiciji „sedenjće“ – okupljanja i druženja gradskih porodice u Pirotu.



Sedenjće - Radionica pletenja za srednjoškolce u Muzeju „Ponišavlja“.

Izvor: Muzej Ponišavlja Pirot

Nešto redovnije se ovakve radionice organizuju u novosadskim muzejima: u Muzeju grada Novog Sada one se organizuju oko tema iz građanskog života, a u Muzeju Vojvodine oko tema povremenih izložbi dok se u Galeriji Matice Srpske teme programa nalaze u prosvetnoj misiji ove stare ustanove kulture.

U Narodnom muzeju Kikinda, Galeriji Matice Srpske, kao i u Zavičajnom muzeju Knjaževac radionice za porodice sa decom su koncipirane tako da se upozna sam muzej, profesije vezane za obavljanje muzejske delatnosti ali i grad u kome se muzej nalazi. U Narodnom muzeju Kikinda ove radionice su nazvane „Muzej od A do Š“. Roditelji i deca dobijaju štampani plan na kome su različitim bojama naznačene arheološka, etnološka, istorijska

i prirodnjačka zbirka a te boje su i na vratima prostorija u kojima se izložbe nalaze. Osim naziva pojedinih artefakata vodič sadrži i objašnjenja šta na primer radi arheolog, čemu šta služi, itd. U samom planu predviđen je prostor da deca sama uz pomoć roditelja doctraju delove predmeta ili odgovore na pitanja vezana za postavke, te sugestije da pronađu određeni detalj u kolekcijama.

Po sličnom principu se realizuju i radionice u Galeriji Matice Srpske. Na početku posete dobija se Dečji vodič (dostupan je i na engleskom i francuskom jeziku) uz pomoć koga kreću u „Potragu za blagom“ – zajedničko otkrivanje umetničkog blaga koje ova ustanova čuva, različitim umetničkim delima (slike, skulpture, grafike, crteži), slikarskim tehnikama i estetskim pojmovima kao i ali i osnovnih muzeološkim pojmovima (muzej, kustos, konzervator, slikar, vajar itd). U Zavičajnom muzeju Knjaževac obilazak muzeja i lokaliteta prate interaktivne kreativne radionice za decu i roditelje - radionica za male arheologe, mali konzervatori, tradicionalni grnčari), zadaci za male istraživače, stare dečije igre i aktivnosti u prirodi. Takođe, i ovaj muzej organizuje radionice na kojima deca sa članovima porodice upoznaju sam muzej – program „Muzej za poneti – muzej u koferu“ ali i program otkrivanja samog grada – „Zavičajni pojmovnik o Knjaževu od A do Š“ za koji postoji poseban štampani vodič.

Ovakvi programi, koji u avanturu vode roditelje za decom, jesu i najvažniji način da se iznađe balans. Naime, pažnja koja se poklanja deci posebno tokom njihovih poseta u organizaciji škola ili vrtića u gotovo svim muzejima koje smo obišli, a prema rečima predstavnika muzeja, za ishod ima zainteresovanost dece da se u muzej vrate.

U Narodnom muzeju Kikinda predstavnici muzeja su veoma ponosni što su programi koje su najčešće organizovali u saradnji sa lokalnim školama i predškolskom ustanovom toliko dobar odziv imala među decom da „deca

stoje ispred muzeja i plaću roditeljima da uđu“, odnosno da su najčešće deca ta koja iniciraju odlazak u muzej, što je od izuzetnog značaja za razvoj buduće publike. Ipak, i u Kikindi ali i u drugim muzejima, sa čijim smo predstavnicima razgovarali, ukazano je da posete porodica sa decom predstavljaju poseban izazov, jer veći akcenat na dečje radionice ne zadržava pažnju roditelja dok predavanja, promocije i vođenja sa više stručnih detalja ne zadržavaju pažnju dece. Nalaženje balansa je izazov i muzejima u svetu a istraživanja posvećena mogućnostima učenja u muzejima pokazuju da posebno prilagođeni prostori kao i ohrabrenja koja kustosi i muzejski vodiči pružaju roditeljima i deci da se upuste u spontanu igru u muzeju ponudila su i potencijalna rešenja. Pri tome, istraživanja su pokazala da deca mnogo više nauče u interakciji sa odraslima nego kada sama istražuju na primer muzejske postavke; kada roditelji razgovaraju sa decom o sadržaju izložbe posle posete muzeju sa decom; kada roditelji povežu muzejsku izložbu sa životom deteta; i kada su roditelji metakognitivno svesni da njihovo znanje o procesu učenja svog deteta je pod uticajem njihovih interakcija sa svojom (Song et al. 2017). Autori takođe ističu da su deca, kada istražuju naučne izložbe u porodičnom krugu, više fokusirana i duže istražuju nego kada to rade sama; generišu kompleksnije naučne hipoteze u kojima su artefakti sa izložbe shvaćeni kao „dokazni materijal“ itd.

Porodični dani u muzeju. Istraživanja publike koja su širom sveta sprovodili i sami muzeji pokazuju da se već više od deceniju povećava broj porodičnih poseta (Doering, 2004). Zato je širom sveta počeo da se razvija koncept „Porodični dan u muzeju“. U njegovom fokusu je da deca sa članovima porodice na interaktivan način steknu jedinstveno iskustvo lokalne kulture bilo da su i sami njihni članovi bilo da su tek u prolazu. Najčešće promovisan kao zabava za celu porodicu ovaj koncept pre svega ohrabruje istraživanja samog muzeja u kojima bilo deca, bilo roditelji daju impuls.

Program „Porodični dan u muzeju“ je razvijen za lokalno stanovništvo imajući u vidu da muzeji često posreduju lokalnu kulturu. Međutim, veći broj turista koji u posetu muzeju dolazi sa decom doveo je i do koncipiranja sadržaja *hop-in* tipa koji nemaju tačne satnice i u koje može „uskočiti“ i neko ko nema detaljnija znanja o lokalnoj kulturi. Realizacija programa u muzejima u Srbiji koji ga sprovode podrazumeva niže cene ulaznica kao i „paket aranžmane“ koji uključuju obilazak same muzejske zgrade i drugih lokacija pod nadležnošću muzeja.

Istraživanje koje smo sproveli pokazuje da se, na primer, u Narodnom muzeju Kikinda, Narodnom muzeju Leskovac, Zavičajnom muzeju Knjaževac i Narodnom muzeju Vranje već duže vreme sprovodi program „Porodični dan u muzeju“ dok su Gradski muzej Subotica i Galerija Matice Srpske nedavno počeli sa realizacijom ovog programa. U Gradskom muzeju u Subotici reč je uglavnom o programima koji se realizuju za dan secesije (10. jun) i oko drugih praznika. U 17 ispitanih muzeja ova opcija nije ni razmatrana a među tim muzejima su Narodni muzej Valjevo, Narodni muzej Aranđelovac, Narodni muzej Šabac, Narodni muzej Čačak, Muzej „Horeum Ravno“ u Čupriji, Muzej „Ras“ u Novom Pazaru, Zavičajni muzej Jagodina i Muzej Vojvodine.

U Narodnom muzeju Valjevo je rečeno da sami Valjevci nisu naročito zainteresovani za programe u muzeju te se programi namenjeni deci uglavnom organizuju u saradnji sa školama, s tim da su u muzeju generalno zainteresovani za povećanje porodičnih poseta o čemu svedoči i redukcija cene ulaznica za porodične posete. Iako su u upitniku naveli da ne razmišljaju o uvođenju programa Porodični dan u muzeju u usmenom razgovoru kustosi Muzeja Vojvodine su istakli da interpretativna vođenja mogu biti veoma zanimljiva za porodice sa decom, i kao takva deo porodičnog dana kada se o ovoj opciji bude konkretnije razmišljalo na nivou uprave muzeja.

Uvođenje ovog programa razmatra se u Muzeju grada Novog Sada, Muzeju Ponišavlja u Pirotu, Gradskom muzeju u Somboru, Muzeju naivne i marginalne umetnosti u Jagodini, Muzeju „21. oktobar“ u Kragujevcu. Iako se još uvek konkretnije ne razmatra opcija uvođenja prakse „Porodični dan u Narodnom muzeju Niš“ kustosi ovog muzeja su sugerisali da bi program mogao da se organizuje na lokalitetu Medijana, za koji je ovaj muzej nadležan i to tako da roditelji i deca zajedno saznaju o prošlosti, prirodnom i kulturnom okruženju Niša.

Razmišljanja o pokretanju programa „Porodični dan u muzeju“ u Muzeju Ponišavlja u Pirotu uključuju razmatranja tematskih radionice gde bi roditelji i deca zajedno učestvovali u izradi predmeta koji su vezani za tradicionalne zanate kao što su ćilimarstvo i grnčastvo uz prisustvo kustosa ali i instruktora odnosno ljudi koji se bave ovim zanatima. Ove radionice bi bile višednevne kako bi se roditelji i deca što bolje upoznali sa tradicionalnim zanatima. Kasnije posle programa održala bi se izložba gde bi bio izložen materijal i predmeti koji su napravljeni u radionici.

U Gradskom muzeju Sombor porodični dan se kontemplira u svetlu etnološke zbirke a naročito artefakata koji oslikavaju porodični život nekada što bi se kontrastiralo sa današnjim odnosima u porodici. Takođe, razmišlja se i o tkačkim radionicama.

Rezime i diskusija glavnih nalaza

Muzeji u kojima smo sprovedli istraživanje uobičajenih praksi u domenu kulturnog turizma ali i rada sa decom – čuvaju, izlažu i javnosti približavaju raznovrsno nasleđe od izuzetnog značaja za razumevanje prirodnih i društvenih pojava, procesa i odnosa prevashodno u lokalnim sredinama. Geografski položaj Srbije na putu od Istoka ka Zapadu (i obrnuto)

odredio je i to da lokalno nasleđe na prostoru Srbije bude i reprezentativno u evropskim i svetskim okvirima.

Istraživanje koje smo sprovedi, pokazalo je da je, nakon stagnacije 1990-ih, tokom prve decenije XXI veka došlo do buđenja muzeja i jačanja njihovih nastojanja da budu aktivni učesnici socio-ekonomskog i naročito kulturnog razvoja grada, odnosno opštine. U nekim gradovima, kao na primer Kikindi, do buđenja je došlo kroz projekat u kome je impuls bio da, u svetskim okvirima redak i vredan, nalaz skeleta mamuta ne bude blago koje je otkopano pa opet zakopano već aktivan resurs kulturnog i socio-ekonomskog razvoja, reprezent jedinstvenosti Kikinde. Sličan je bio slučaj i u Aranđelovcu gde su istraživanja Risovačke pećine, smeštene gotovo u samom centru grada, probudila pažnju kako odraslih tako i mladih posetilaca, ali i maštu kustosa Narodnog muzeja Aranđelovac.

U većini muzeja koje smo ispitali buđenje je došlo sa većim prepoznavanjem turizma kao razvojne šanse gradova i opština, što je ohrabrilo i integraciju muzeja u turističkim ponudama gradova i opština a koju su potvrdili gotovo svi ispitanici muzeji. Da je, makar formalno, došlo do integracije muzeja u turističku ponudu grada/opštine govore prikupljeni podaci o načinima na koje su muzeji integrisani u turističku ponudu grada: pretežno je reč o predstavljanju na turističkoj signalizaciji, Internet prezentacijama gradova/opština, te Internet prezentacijama turističkih organizacija. Ipak, iako integrisani u turističku ponudu, prema našem istraživanju, muzeji su i dalje pretežno pasivni kada je reč o kreiranju turističke ponude.

Razgovori sa predstavnicima muzeja pokazali su da se u većini slučajeva muzeji zadržavaju na deljenju informacija o svom radu, ostavljajući donosiocima odluka u lokalnoj samoupravi i/ili turističkoj organizaciji da izaberu šta će se od toga i na koje načine promovisati. Pri tome, analiza sajtova

gradova i opština pokazuje da se u predstavljanju muzeja ove prezentacije zaustavljaju na servisnim informacijama i istorijatima dostupnim i na samim sajtovima muzeja. Aktivno učešće muzeja u kreiranju turističke ponude grada zabeleženo je u manje od polovine ispitanih muzeja.

U praksi to najčešće podrazumeva da muzeji pripremaju posebne programe za lokalne manifestacije kao što su „Dani ludaje“ u Kikindi, „Tešnjarske večeri“ u Valjevu ili „Dan secesije“ u Subotici, kao i promociju programa koji se pripremaju za (inter)nacionalne događaje kao što su „Dani evropske baštine“, „Noć muzeja“ ili „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“. Drugim rečima, u praksi aktivno učešće u kreiranju turističke ponude najčešće orbitira oko redovnih, ali ipak sporadičnih događaja, dok izostaje regularnost posebnih programa muzeja koji bi činili konstantu turističke ponude grada ili opštine. Relativna pasivnost muzeja, kada je reč o njihovom pozicioniranju kao stubova kulturnog turizma u lokalnoj zajednici ogleda se i u podacima koje smo dobili u vezi sa saradnjom sa turističkim agencijama – komunikacija sa turističkim agencijama najčešće je svedena na odgovor na agencijske zahteve, dok izostaje kreativno partnerstvo.

Narodni muzej Zaječar pruža primer aktivnog učešća u procesima upisa na UNESCO Listu svetskog kulturnog nasleđa lokaliteta *Felix Romuliana* smeštenog u obližnjem selu Gamzigrad što je uključivalo i osmišljavanje dodatnih sadržaja za turiste, ali je s druge strane muzej pasivan u privlačenju turista da dođu u sam grad i obiđu muzej. Suprotan primer pokazuje Narodni muzej Valjevo, u kome je postojalo razumevanje da Brankovina predstavlja važno mesto na ruti školskih ekskurzija te su i napori uloženi da se đaci privuku i obiđu muzej i njegove dependanse u samom gradu. U ovom trenutku pažnja u muzeju je usmerena i ka skretanju velikog broja hodočasnika koji dolaze u obližnji manastir Lelić. Međutim, i sami

predstavnicima muzeja ukazuju na poteškoće da za muzej „vežu“ građane Valjeva.



Narodni muzej Valjevo – stalna postavka. Autor: Istraživački tim projekta „Mi smo porodica“

Iako se u mnogim ispitanim muzejima ne sprovode detaljnija istraživanja publike, u svim ispitanim muzejima se ipak veoma dobro zna ko najčešće dolazi u muzej. Shodno tome se koncipiraju izložbe kao i posebni programi. U Narodnom muzeju Valjevo i Narodnom muzeju Šabac, a u skladu sa novijim muzeološkim pristupima, stalna postavka je koncipirana tako da posetiocima nudi doživljaj otkrivanja muzeja kao riznice raznovrsnog blaga. Vodi se računa o tome da su te posete vremenski ograničene tako da se i eventualni dodatni sadržaji organizuju u smislu povremenog pojačavanja intenziteta doživljaja.

U Muzeju Vojvodine, svesni vremenske limitiranosti posete i statike stalne postavke, dinamiku su obezbedili korišćenjem savremenih medija (ekrana osetljivih na dodir, aplikacija dostupnih na tabletima postavljenim u okviru postavki, itd) kao i interaktivnim pristupima vođenju kroz postavke. Sličan je slučaj i u Muzeju „21. oktobar“ u Kragujevcu te Muzeju „Ras“ u

Novom Pazaru. Generalno, relativno česta upotreba savremenih medija pokazuje shvatanje potrebe da se uhvati korak sa savremenim informacionim tehnologijama te gotovo svi ispitani muzeji koriste ekrane osetljive na dodir, aplikacije na tabletima, i sl. a u Narodnom muzeju Šabac i hologramske projekcije.

U Galeriji Matice Srpske i Zavičajnom muzeju Knjaževac postavke se oživljavaju kombinovanjem aplikacija na tabletima postavljenim u izložbenom prostoru, audio vodiča (dostupnih i na svetskim jezicima) te materijalima koji posetiocima omogućuju „uradi sam“ otkrivanje posebnih segmenata postavki. Širok spektar dodatnih programa i sadržaja koje ispitani muzeji organizuju i nude predstavljaju značajan resurs i za razvoj turističke ponude kako samih muzeja tako i gradova u kojima su smešteni.

U kontekstu cilja projekta „Mi smo porodica“ posebno je značajna činjenica da ispitani muzeji realizuju programe namenjene deci, mada relativno mali broj njih organizuje posebne programe za decu koja u muzej dolaze sa članovima porodice. Pri tome je važno imati na umu da se u većini muzeja procenjuje da su posete dece sa članovima porodice zapravo retke. Stoga se i ti programi najčešće nemaju ustaljenu dinamiku i u praksi su podređeni drugim aktivnostima ili zavise od toga ko je u smeni, odnosno da li će se vodič setiti da posetiocima i ponudi opciju npr. „Muzej od A do Š“ ili „Muzej u koferu“. Za ciljeve projekta „Mi smo porodica“ ohrabrujuće je pak to što, iako relativno mali broj muzeja organizuje porodični dan u muzeju, dosta njih razmišlja o time da ovakav program uvede u svoju redovnu praksu.

Relativno česta je praksa da se sadržaji namenjeni deci koncipiraju tako da ih mogu razumeti i deca iz drugih krajeva Srbije pa i inostranstva, mada u većini ispitanih muzeja u ovim programima pretežno učestvuju deca iz lokalnih zajednica. U Narodnom muzeju Kikinda, Muzeju „Horem Ravno“ u Čupriji, Narodnom muzeju Leskovac, Gradskom muzeju Sombor,

Gradskom muzeju Subotica, Muzeju Prijepolje, Narodnom muzeju Vranje i Narodnom muzeju Kragujevac – orijentacija ka lokalnom stanovništvu je i najvidljivija. Ovakav fokus korespondira sa tim da ostvarivanje edukativne funkcije muzeja u lokalnoj zajednici jeste među osnovnim zadacima svakog muzeja. U ovim muzejima postoji interes da se postojeći programi razviju tako da budu atraktivni i za turiste. Ipak, posebno kada je reč o domaćim turistima, kao izazov stoji motivisanje građana iz drugih krajeva Srbije da dođu i dožive lokalnu kulturu u relativno udaljenijim delovima zemlje. Stoga i orijentacija ka lokalnom stanovništvu pokazuje svest o potrebi da se dugoročno gradi sigurna publika muzeja, ali i nedostatak agresivnijeg pristupa promociji samih gradova i opština sa muzejima kao perjanicama ponude. On, međutim, zavisi i od drugih aktera u gradu odnosno opštini naročito turističkih organizacija /ili organa samouprave.

Pored toga što ih predstavljaju lokalne samouprave i/ili turističke organizacije, muzeji i sami ulažu napor da promovišu svoju ponudu najčešće posredstvom društvenih mreža, elektronskih i štampanih medija, te saraduju sa turističkim agencijama naročito onima koje organizuju ekskurzije. Međutim, rezultati našeg istraživanja su pokazali da se marketinškim aktivnostima često pristupa bez jasno osmišljene strategije i često selektivno, uzimajući u obzir prethodna pozitivna iskustva. Tako su i druge potencijalne ciljne grupe turista kao i turističke agencije (na primer one koje nisu orijentisane ka organizaciji ekskurzija ali jesu zainteresovane za programe domaćeg kulturnog turizma) sporadično animirani.

Ukupno posmatrano, pred ispitanim muzejima, a kako bi oni zaista postali turističke atrakcije, leži više izazova sa kojima se suočavaju i muzeji širom sveta. Pre svega reč je o pristupima oživljavanja postavki tako da obilazak muzeja bude nezaboravan doživljaj koji posetioce podstiče da se u muzej vraćaju. S tim u vezi, a imajući u vidu da veliki broj posetilaca ispitanih

muzeja zapravo jesu deca koja dolaze u organizaciji škola i vrtića, dakle na ekskurzijama, izazov jeste da se ona inspirišu da po povratku kući roditeljima upečatljivo prenesu svoje utiske i prenesu želju/ideju da se u dati muzej vrate.

U kontekstu ekskurzija, iskustva nekih muzeja u svetu pokazuju da korišćenje jednostavnih „trikova“ poput kartonskih lupa za traženje ptica na umetničkim slikama ili interpretacija skulptura u svetlu gradiva iz geometrije i sl. može biti veoma efektno i inspirisati decu da poželeva da se u muzej vrate, ali sa članovima svojih porodica da bi i njima „priredili“ doživljaj. S tim u vezi je i veoma važan rad muzeja „kod kuće“ odnosno u mestu u kome dete živi, jer tu stiče navike i razvija svest o tome da u muzeju može videti uživo ono o čemu najčešće teorijski uči u školi. Povezanost sa gradivom iz različitih predmeta kao način da se deca dodatno animiraju je stalna praksa u Narodnom muzeju Kikinda, a upravo iskustva ovog muzeja pokazuju da je moguće ostvariti blisku vezu muzeja i dece. Najzad, imajući u vidu relativno kratko vreme koje turisti provode u lokalnim muzejima, postojeće programe namenjene deci, koja u muzej dolaze sa članovima porodica, treba koncipirati tako da nemaju fiksni već fleksibilni vremenski okvir. Iskustva Narodnog muzeja Kikinda, Zavičajnog muzeja Knjaževac i Galerije Matice Srpske u Novom Sadu pokazuju da je to ostvarivo u srpskim muzejima. U mnogim muzejima u inostranstvu programi namenjeni porodicama sa decom su *hop-in* tipa, što znači da se odvijaju tokom celog dana i da ne zahtevaju veći nivo znanja.

Anketa potencijalnih korisnika: roditelji

Metodološke napomene

U ovom delu studije, opšti cilj je bio da se ispituju navike i interesovanja za:

1. sadržaje koje nude muzeji i
2. posete muzejima i kulturnim znamenitostima u okviru izleta s decom.

Kreiran je upitnik, uz konsultacije sa predstavnicima turističkih agencija (partnerima na projektu). Upitnikom je obuhvaćeno 28 pitanja, uglavnom zatvorenog tipa (upitnik je dat u Prilogu).

U skladu sa ciljevima, upitnik je obuhvatio sledeće grupe podataka:

1. socio-demografski podaci (pol, starost, stepen stručne spreme, profesija/oblast formalnog obrazovanja, broj i uzrast dece, prihodi domaćinstva)
2. posećivanje muzeja sa decom
 - 2.1 navike posećivanja muzeja u odnosu na druge aktivnosti u domenu kulture i umetnosti (galerije, bioskop, pozorište, koncerti)
 - 2.2 stav o muzejima (ocena važnosti posećivanja muzeja)
 - 2.3 navike posećivanja muzejskih manifestacija
 - 2.4 ocena muzejske ponude programa namenjenih deci
 - 2.5 porodični dani u muzeju (prethodno iskustvo)
3. izleti sa posetom kulturnim znamenitostima
 - 3.1 navike posećivanja kulturnih znamenitosti u okviru izleta s decom
 - 3.2 stav (koliko je važno posećivanje kulturnih znamenitosti u okviru izleta s decom)

3.3 navike organizovanja porodičnih izleta van grada

3.4 korišćenje usluga turističkih agencija

3.5 zainteresovanost za test ture

Prilikom definisanja uzorka, vodili smo računa o ciljevima projekta, uslovima realizacije i rezultatima ranijih istraživanja. Pre svega, jedan od najvažnijih uslova za kulturnu participaciju – u ovom slučaju, posećivanje muzejskih programa u sklopu izleta – jeste kulturna ponuda. U tom smislu, očekivano je da postoje razlike u učešću opšte populacije ili specifičnih grupa u određenom vidu kulturne potrošnje (u ovom slučaju u muzejskim programima) u zavisnosti od toga u kom regionu/okrugu u Srbiji žive, te u kojoj meri su im dostupni lokalni muzejski sadržaji, a u kojoj sadržaji iz obližnjih gradova. Pored toga, našim projektom je predviđeno da se snimi stanje u većem broju gradova u Srbiji, ali da se test ture planiraju za stanovnike Beograda, u skladu sa dogovorom sa partnerskom turističkom agencijom, odnosno u skladu sa predloženim turama, koje su u pogledu vremenskog okvira i udaljenosti lokaliteta prilagođene stanovnicima Beograda. Imajući sve ovo u vidu, uzorak smo ograničili na žitelje Beograda – na taj način, isključena je varijabilnost rezultata usled razlike u lokalnoj kulturnoj ponudi, a takođe je isključena i varijabilnost usled razlika u dostupnosti izletničkih tura. Dodatno, s obzirom na to da muzejski programi generalno nisu prilagođeni deci mlađoj od 5 godina, a da deca starija od 15 godina uglavnom ne posećuju kulturne programe u pratnji roditelja, nego češće u okviru školskih poseta ili u društvu vršnjaka, uzorak smo ograničili na roditelje bar jednog deteta uzrasta od 5 do 15 godina.

Opredelili smo se za *online* anketu koja je realizovana elektronskim upitnikom kreiranim u *Google* formi. Prednosti ovakvog pristupa ogledaju se u ekonomičnosti, efikasnosti, kao i automatizaciji unosa podataka u bazu.

Slabosti ovakvog pristupa odnose se na izostanak kontrole procesa prikupljanja podataka, te selekcije ispitanika, što utiče na reprezentativnost uzorka. Drugim rečima, nije planirano da uzorak bude reprezentativan za bilo koju populaciju (npr. sve roditelje maloletne dece u Beogradu), već je planiran tako da se ispita definisani problem u uslovima kontrole faktora za koje je već ranije utvrđeno da imaju uticaja (kao npr. kulturna ponuda). Pored toga, planirano je da bude analiziran uticaj registrovanih demografskih obeležja, koja su se u ranijim istraživanjima pokazala značajnim (npr. profesija ispitanika), ali ne i ključnim faktorima za sagledavanje toga šta utiče na učešće u muzejskim programima namenjenim porodicama s decom, te na koji način je moguće privući ljude da učestvuju u takvim programima, čak i ukoliko to nisu činili ranije.

Poziv na učešće u istraživanju upućen je roditeljima dece iz svih beogradskih opština, uzrasta 5-15 godina, koji pohađaju osnovne škole i predškolske ustanove. Oni su kontaktirani online, putem elektronskih adresa objedinjenih kroz neformalno kreirane roditeljske grupe na društvenim mrežama. Prikupljanje podataka je realizovano u periodu od 12. septembra do 27. oktobra 2017. godine.

Rezultati

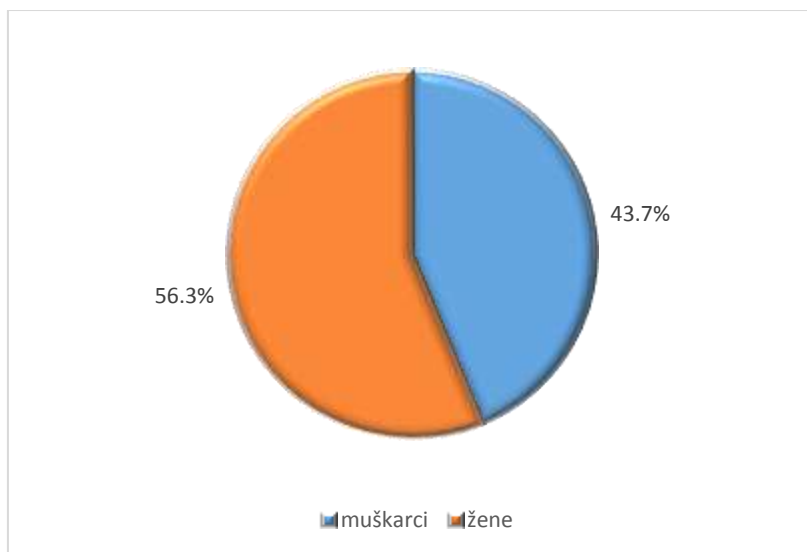
Socio-demografska obeležja. Upitnike je popunilo ukupno 207 ispitanika, što uzorak čini relativno malim, ali dovoljnim za prikaz rezultata u ilustrativne svrhe, uz oslanjanje na rezultate ranijih istraživanja u domenu kulturne potrošnje, kao i na ostale istraživačke studije koje čine sastavni deo ovog projekta. Naime, pošto je poziv na učešće u ovoj anketi ograničen samo u pogledu mesta stanovanja (Beograd) i uzrasta dece (bar jedno dete do 15 godina), raspodela uzorka prema ostalim demografskim obeležjima može biti

uslovljena uticajima koji nisu kontrolisani (na primer, svakako su isključeni oni koji ne koriste nove tehnologije ili iz nekog razloga nisu u mogućnosti ili ne žele da popune elektronski upitnik).

Međutim, raspodela ispitanika po demografskim obeležjima može ukazivati i na razlike u interesovanju za predmet istraživanja među pojedinim grupama: većina ispitanika ima bar višu/visoku stručnu spremu (svega 4.9% ima srednju stručnu spremu), a u pogledu radnog statusa pripada zaposlenima (svega 5.8% je nezaposleno). Iako ovako izražene razlike u pogledu stepena stručne spreme i radnog statusa mogu biti posledica specifičnosti uzorka roditelja do kojih je stigao poziv na učešće u istraživanju – rezultati zapravo korespondiraju sa ranijim nalazima o učešću u programima kulture i umetnosti. Naime, među posetiocima kulturnim događajima uopšte, pa i muzejskih programa, obično jesu u najvećoj meri zastupljeni zaposleni, koji su zastupljeniji i od nezaposlenih, i od studenata, srednjoškolaca i penzionera (Martinović i Jokić, 2012; Jokić, Mrđa i Martinović, 2016). Pored toga, stepen obrazovanja se pokazao kao jedno od najčešće potvrđivanih demografskih obeležja, kad je reč o predviđanju kulturne potrošnje – ljudi sa višim stepenom obrazovanja zaista jesu u većoj meri zainteresovani za događaje u oblasti kulture i umetnosti (Mrđa, 2016).

Međutim, kako smo već pomenuli, istraživanja su takođe pokazala da socio-demografska obeležja nisu dovoljna za objašnjenje i predviđanje učešća u kulturnoj potrošnji. U tom smislu, ovako mala varijabilnost pomenutih obeležja u našem uzorku dozvoljava analizu drugih faktora: šta je to po čemu se međusobno razlikuju visoko obrazovani zaposleni roditelji maloletne dece, tako da neki imaju a neki nemaju potrebe i navike da u slobodno vreme sa decom učestvuju u određenim vidovima učešća u programima kulture i umetnosti?

Za razliku od stepena obrazovanja i radnog statusa, raspodela prema drugim socio-demografskim obeležjima nije tako ekstremna, ali i dalje jeste u skladu sa rezultatima ranijih istraživanja u domenu učešća u programima kulture i umetnosti. Tako se recimo u ranijim istraživanjima pokazalo da razlike po polu nisu uvek izražene u istom smeru, nego da zavise i od sadržaja (npr. muškarci su više zainteresovani za vojne i tehničke zbirke/muzeje, a žene za umetničke; Martinović, 2010). U našem istraživanju fokus je bio na programima za porodice i decu bez specifikacija koje bi mogle očekivano da utiču na razlike u interesovanju muškaraca i žena, pa je i raspodela po polu u uzorku relativno ujednačena (Grafikon 1).

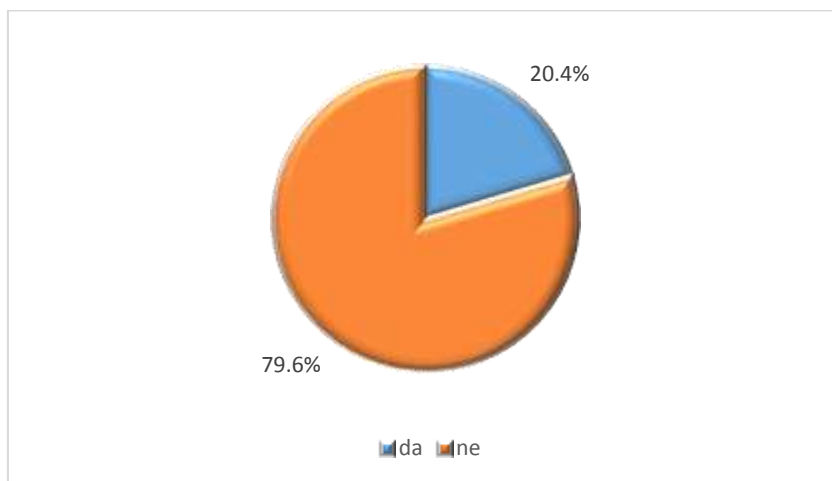


Grafikon 1. Raspodela ispitanika po polu

Uzorkom su obuhvaćeni ispitanici starosti od 33 do 55 godina ($M = 41.7$, $SD = 4.1$). Većina ima ukupno dvoje (57.8%) ili jedno dete (33.3%), a kad je reč o deci uzrasta od 5 do 15 godina, 58.1% ima jedno, 36.6% ima dvoje, a 5.4% troje dece.

Pitanje o profesiji formulisani smo tako da ispitanici sami procene da li njihovo formalno obrazovanje, ili posao kojim se bave, ima veze sa kulturom

i umetnošću. Iako na taj način izostaje precizan podatak o tome o kojoj je profesiji reč, pri čemu je moguće da istu oblast jedni ocene kao da ima a drugi kao da nema veze sa kulturom i umetnošću, opredelili smo se za takvo rešenje zato što nema konsenzusa oko kategorizacije po ovom parametru (u najširem određenju kulture, većina ili gotovo sve oblasti bi mogle da dovedu u vezu sa kulturom). Suštinski za predviđanje učešća ili bar interesovanja moglo da bude važnije kako sami ispitanici shvataju svoju profesiju u odnosu na polje kulture i umetnosti, nego kako to čine istraživači. Rezultati su pokazali da u većoj meri zastupljeni su oni koji procenjuju da oblast formalnog obrazovanja ili posao koji obavljaju nema veze s kulturom i umetnošću (Grafikon 2). U narednom odeljku prikazaćemo rezultate o povezanosti ovako određene profesije sa učešćem u aktivnostima koje su bile predmet ove studije.



Grafikon 2. Profesija ispitanika (raspodela odgovora na pitanje: „Da li su oblast za koju ste formalno obrazovani ili posao koji obavljate vezani za polja kulture i umetnosti?“)

Raspodela po prihodima domaćinstva je takva da je nešto više od polovine ispitanika u kategorijama do 150 hiljada dinara, pri čemu je onih u najnižoj kategoriji, do 50 hiljada najmanje (3.0%), dok je onih u najvišoj

kategoriji, preko 150 hiljada 45.0%. Što se tiče mesečnih rashoda, ukupno posmatrano, 26.5% izdvaja do 2.500 dinara, a 46.1% izdvaja 2.500-5.000 dinara. Očekivano, visina zarade i troškova za kulturu statistički su značajno povezani ($\chi^2(197, 9) = 68.35, p < .001$): u kategoriji sa najmanjim prihodima, niko ne može da izdvoji više od 2.500 dinara za kulturu; sa porastom prihoda, raste procenat onih koji izdvajaju 2-2.500 dinara i 5-10.000 dinara, dok u kategoriji koja može da izdvoji preko 10.000 dinara za kulturu se nalazi samo manji procenat onih koji najviše i prihodeju (Tabela 3).

Tabela 3. Rashodi za kulturno umetničke aktivnosti prema kategorijama prihoda domaćinstva na mesečnom nivou u dinarima

		Mesečni rashodi za kulturu				
		manje od 2.500	2.500-5.000	5.000-10.000	preko 10.000	
Mesečni prihodi domaćinstva	25-50 hiljada	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00 %
	50-100 hiljada	50.00%	42.90%	7.10%	0.00%	100.00 %
	100-150 hiljada	26.10%	56.50%	17.40%	0.00%	100.00 %
	preko 150 hiljada	8.90%	42.20%	31.10%	17.80%	100.00 %

Važna napomena u vezi sa pitanjima o prihodima i procenjenim troškovima za kulturu jeste da nam je to bitno zbog procene prihvatljivih cena izleta, koji bi se kreirali u okviru projekta. Analize koje ćemo u nastavku prikazati pokazale su da finansijski parametri nisu značajno povezani sa interesovanjem i stavovima prema sadržajima iz oblasti kulture. Međutim, podrazumeva se da kada je reč o sadržajima za koje je potrebno izdvojiti značajniju sumu, postojaće oni koji jesu zainteresovani, ali nemaju platežnu

sposobnost da učestvuju. To je posebno važno imati na umu kada se kreiraju test ture – kao potencijalno dugoročne ponude turističkih agencija. Takve ture je neophodno projektovati uzimajući u obzir realne mogućnosti ciljne grupe, a podaci iz ovog istraživanja mogu poslužiti kao referentni okvir. I u ovako selekcionisanom uzorku, u kom dominiraju zaposleni visoko obrazovani, odnosno oni koji imaju iznad prosečna primanja, čak 75% ispitanika ne može da izdvoji za kulturnu potrošnju više od 5.000 dinara mesečno.

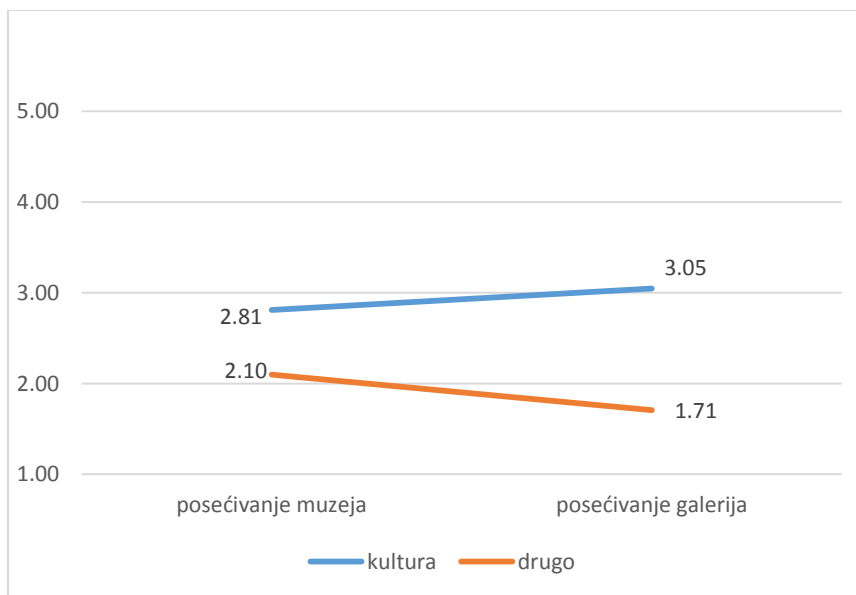
Slobodno vreme sa decom: navike posećivanja muzeja. Ovo pitanje formulisali smo tako da ispitamo subjektivnu procenu ispitanika o učestalosti posećivanja sadržaja iz oblasti kulture i umetnosti. Podrazumeva se da „često“ nema isto značenje za svakoga u pogledu objektivne učestalosti, ali isto tako je očekivano da nemaju svi podjednako slobodnog vremena na raspolaganju, pa sam podatak o učestalosti posećivanja ne bi nužno odražavao interesovanje za određene sadržaje, nego i realne mogućnosti u pogledu raspoloživog vremena. Pošto nas je na ovom mestu zanimalo da ispitamo interesovanje za muzeje u poređenju s drugim sadržajima, dovoljno nam je bilo da se zadržimo na subjektivnoj proceni.

Tabela 4. Posećivanje kulturno umetničkih programa sa decom (u %)

	gotovo nikad	retko	osrednje	često	veoma često
Bioskop	17.5	28.2	27.2	20.4	6.8
Pozorište	17.6	39.2	28.4	13.7	1.0
Muzej	28.2	34.0	28.2	4.9	4.9
Izložbene galerije	42.7	29.1	18.4	6.8	2.9
Koncerti	21.4	31.1	33.0	10.7	3.9

Samo bioskopi se posećuju nešto češće – okvirno svaki četvrti ispitanik navodi da često ili veoma često posećuje bioskope s decom, dok 15.8% često ili veoma često vodi decu na koncerte. Pozorišta, muzeji i izložbene galerije često posećuje s decom tek svaki deseti ispitanik (Tabela 4).

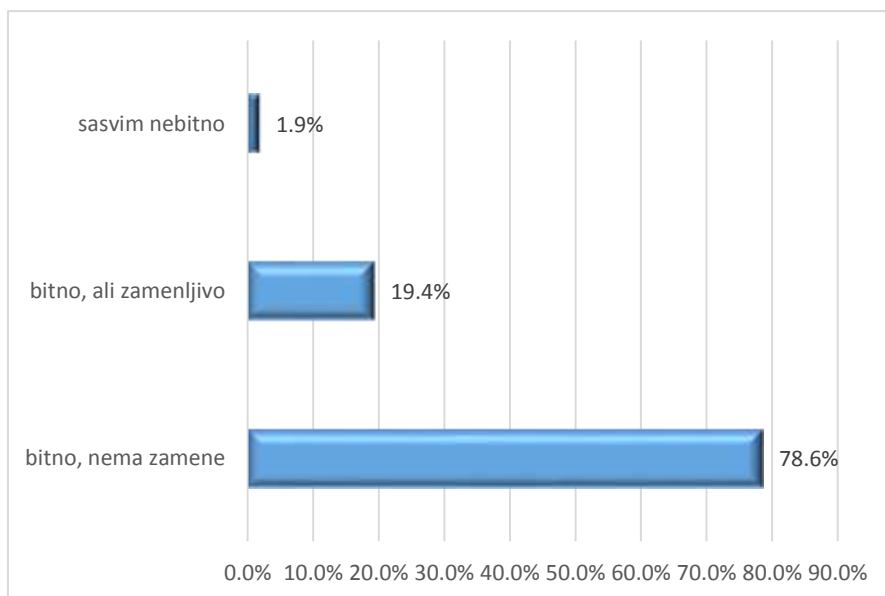
Dok prihodi kao ni troškovi za kulturu (kao ni pol ni starost), ne mogu da objasne učestalost posećivanja navedenih programa, pokazalo se da profesija jeste značajno povezana sa učestalošću posećivanja, ali samo kad je reč o programima muzeja ($t(204) = 3.99, p < .01$) i izložbenih galerija ($t(204) = 8.35, p < .001$). Oni čija oblast je vezana za kulturu češće posećuju ove programe (Grafikon 3).



Grafikon 3. Učestalost posećivanja muzeja i galerija sa decom prema profesiji ispitanika. Prikazane su prosečne ocene na skali od 1 (gotovo nikad) do 5 (veoma često).

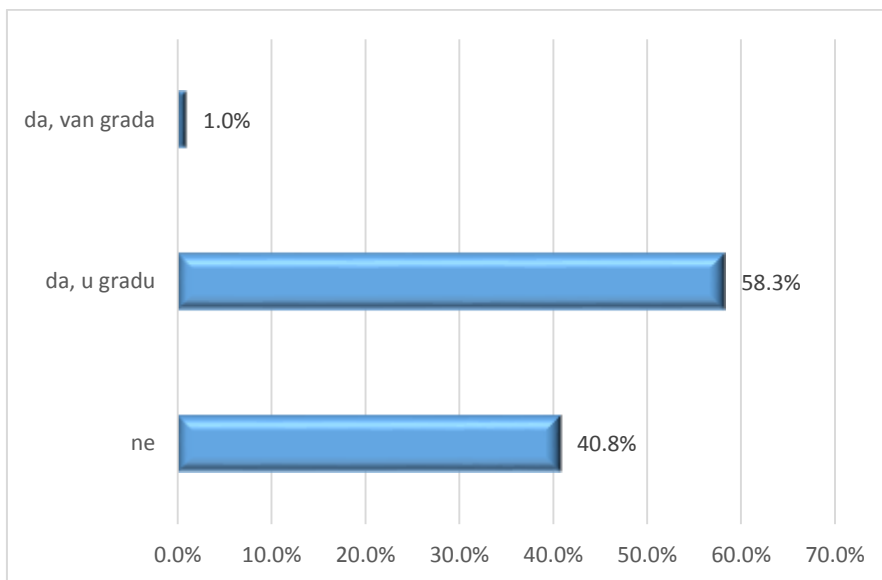
Kako bismo umanjili efekat socijalne poželjnosti, pitanje o značaju posećivanja muzeja formulisali smo tako da ga kontrastiramo sadržajima koje je moguće saznati putem medija. Ponuđeni odgovori bili su: 1. prilično je

bitno, nema zamene za saznanja i doživljaje u muzeju; 2. bitno je, ali može da se zameni informacijama iz medija (TV, internet...); 3. nije mnogo bitno, sve to može da se sazna i doživi putem medija (TV, internet...); 4. sadržaji koje nude muzeji prilično su nebitni za decu. S obzirom na socijalnu poželjnost, očekivano je da će veoma mali procenat odgovori da nije bitno (opcije 3 i 4), tako da je u analitičkom smislu zapravo relevantna razlika između onih koji smatraju da je iskustvo u muzejima nezamenljivo (opcija 1) i ostalih (za koje se očekuje da će pretežno birati opciju 2). Rezultati našeg istraživanja su pokazali da 78.6% ispitanika smatra da za saznanja tokom posete muzejima nema zamene, dok svaki peti ocenjuje da to jeste bitno, ali može i da se zameni saznanjima iz medija (Grafikon 4). Ovako meren stav o značaju posećivanja muzeja nije značajno povezan ni sa jednim socio-demografskim obeležjem (slična je raspodela odgovora bez obzira na starost, pol, profesiju itd) – a u narednom odeljku ćemo videti u kom smislu stavovi o posećivanju muzeja mogu da budu korisni u kontekstu ovog projekta.



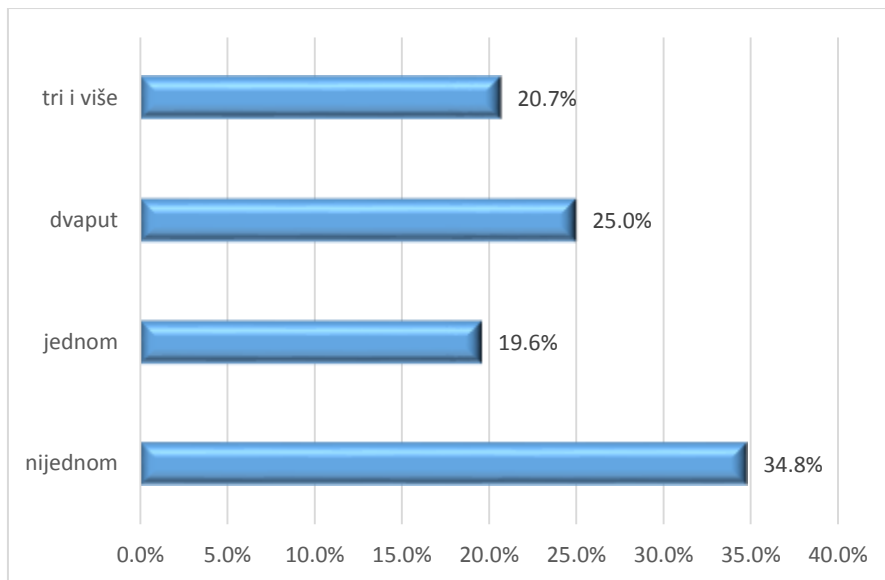
Grafikon 4. Stav o posećivanju muzeja (raspodela odgovora na pitanje: „Koliko je po Vašem mišljenju bitno da deca posećuju muzeje?“)

Kada je reč o manifestacijama na kojima se promoviše kulturno nasleđe, više od polovine ispitanika jeste bilo na takvim manifestacijama, ali gotovo svi su to učinili u gradu, odnosno u Beogradu i pretežno je reč o manifestaciji *Noć muzeja* (Grafikon 5).



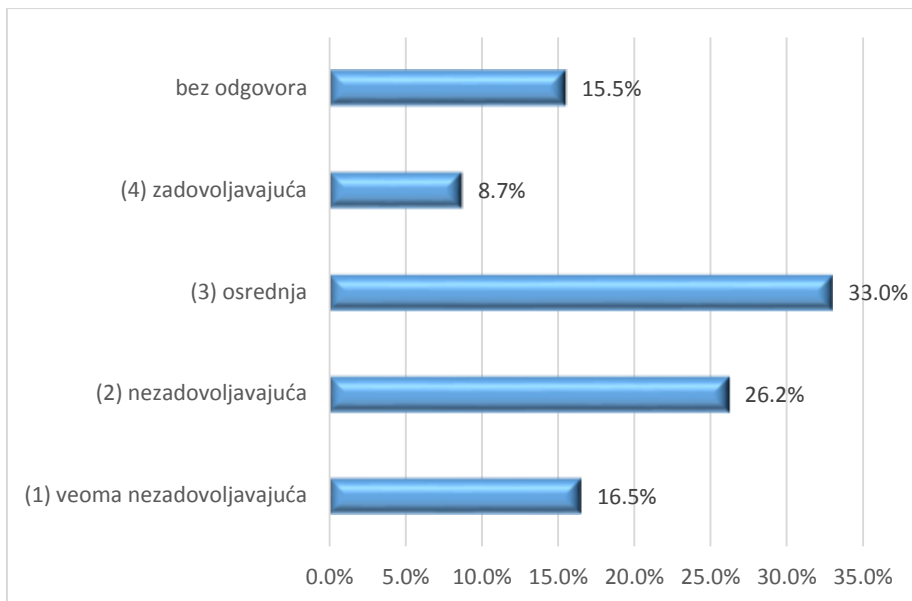
Grafikon 5. Navike posećivanja manifestacija iz oblasti kulturnog nasleđa (raspodela odgovora na pitanje: „Da li ste tokom poslednjih pet godina bili sa decom na nekoj od manifestacija u Srbiji na kojima se promoviše kulturno nasleđe?“)

Ne računajući muzejske manifestacije i festivale, tokom poslednjih godinu dana, oko trećine ispitanika (34.8%) nijednom nije posetilo muzej sa decom, a oni koji to jesu učinili, bili su u muzeju uglavnom jednom ili dva puta (44.6%), dok je preostalih 20.7% bilo tri ili više puta (Grafikon 6).



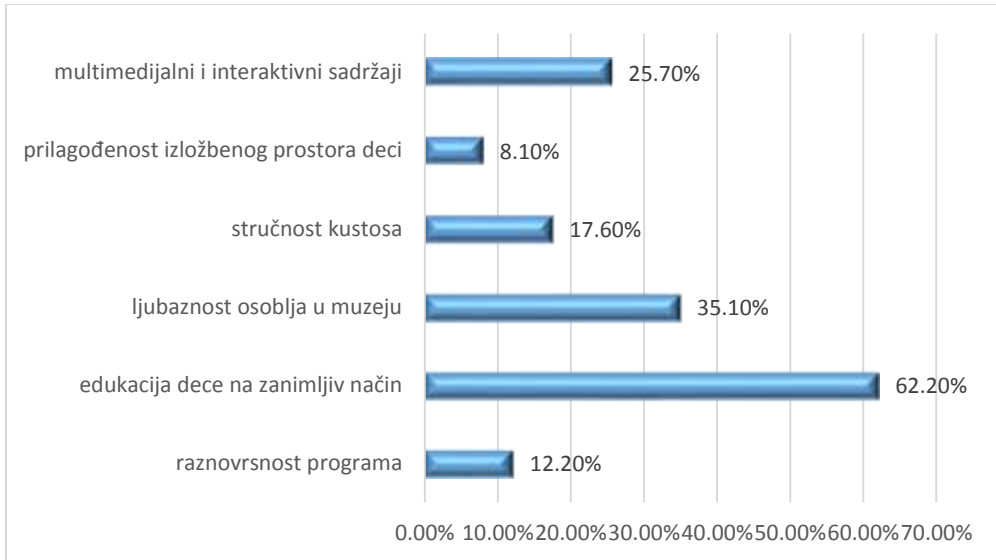
Grafikon 6. Navike posećivanja muzeja s decom (raspodela odgovora na pitanje: „Koliko puta ste posetili neki muzej u Srbiji zajedno sa detetom u poslednjih godinu dana?“)

Ocena muzejske ponude za decu u Srbiji je relativno nepovoljna: na skali od 1 (veoma nezadovoljavajuća) do 5 (veoma zadovoljavajuća), prosečna ocena je 2.40 (SD = 0.92), pri čemu nijedan ispitanik nije ocenio najpozitivnijom ocenom (Grafikon 7).



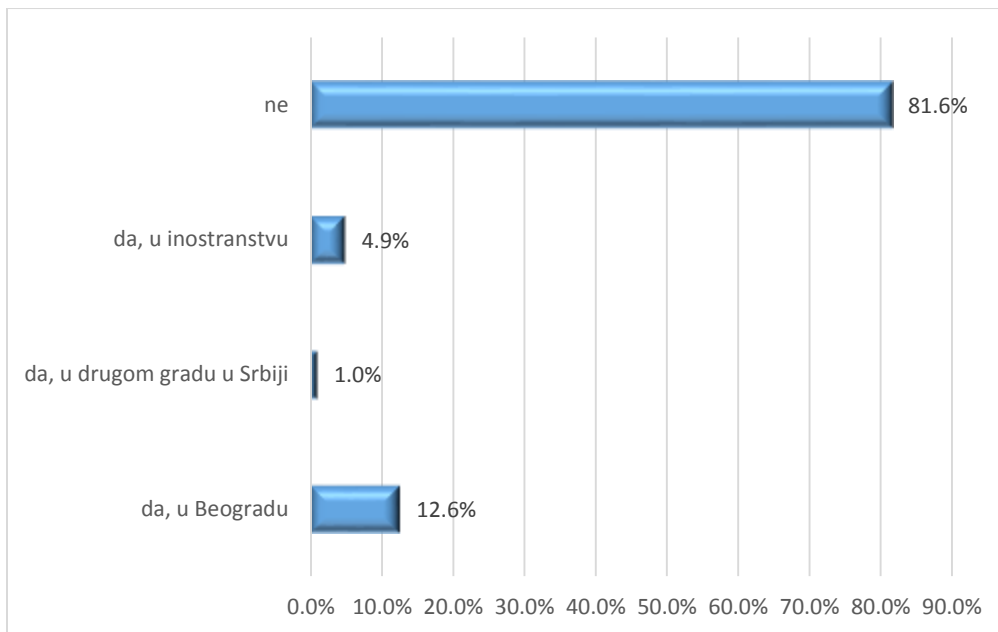
Grafikon 7. Ocena muzejske ponude za decu (raspodela odgovora na pitanje: „Ukoliko ste upoznati sa muzejskom ponudom za decu u Srbiji, kako biste je ocenili?“)

Od aspekata muzejske ponude za decu u Srbiji, najviše ispitanika pozitivno je ocenilo edukaciju dece na zanimljiv način (62.2%), a zatim ljubaznost osoblja u muzeju (35.1%) i upotrebu multimedijalnih i interaktivnih sadržaja (25.7%) (Grafikon 8).



Grafikon 8. Aspekti muzejske ponude kojima su ispitanici posebno zadovoljni (višestruki odgovori)

Porodične dane u muzeju imalo je prilike da iskusi nešto manje od petine ispitanika (18.5%) (Grafikon 9). To su u većoj meri oni čija je profesija povezana sa poljem kulture i umetnosti ($\chi^2 (205, 1) = 7.77, p < .01$). Kad je reč o gradovima u kojima su učestvovali u Porodičnim danima, navedeni su Frankfurt, Barselona, Pariz, Rim i konačno i muzeji u Srbiji: u Kikindi i Sirogojnu.

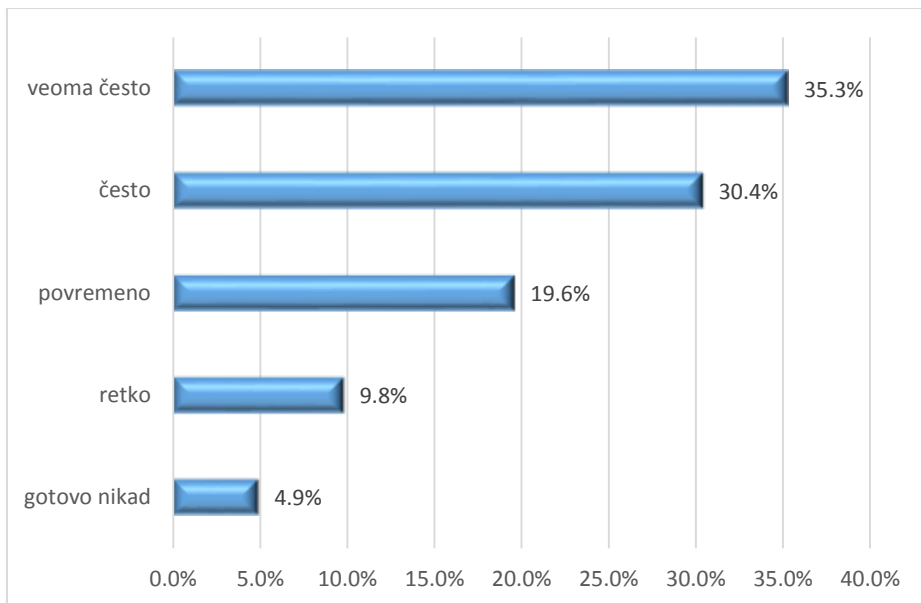


Grafikon 9. Posećivanje Porodičnih dana u muzeju (raspodela odgovora na pitanje: „Da li ste imali prilike da sa decom učestvujete u porodičnom danu u muzeju?“)

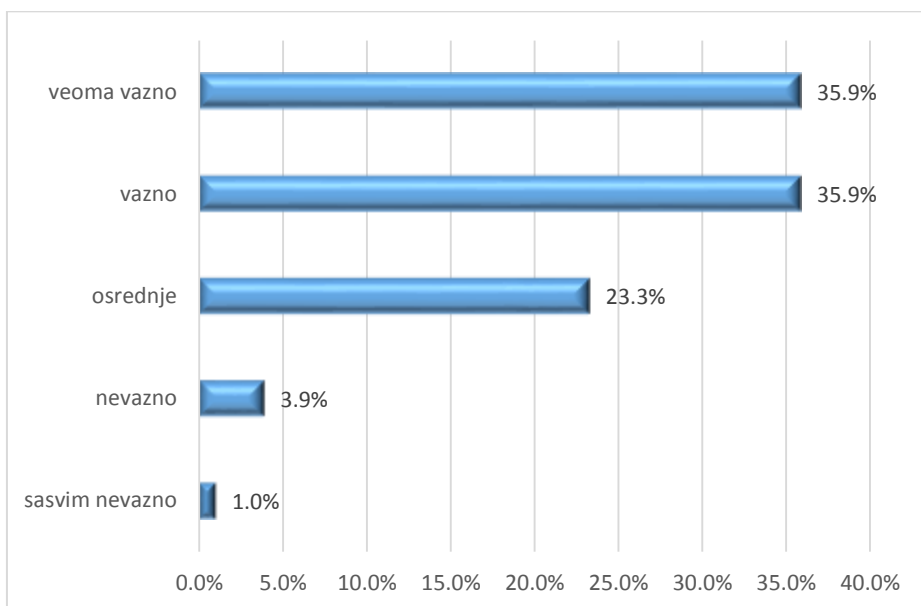
Izleti i kulturne znamenitosti. U ovom delu ispitali smo:

1. da li i koliko često ispitanici imaju običaj da u okviru izleta sa decom posete kulturne znamenitosti, kao i koliko je to važno za njih
2. koliko često idu vikendom na izlete sa decom / porodicom van grada.

Oko 2/3 ispitanika navelo je da često ili veoma često posećuje kulturne znamenitosti u okviru izleta s decom (aritmetička sredina na skali od 1 do 5, $M = 3.81$, $SD = 1.17$) i očekivano približno isto toliko njih ocenjuje da je to za njih važno ($M = 4.02$, $SD = 0.92$) (Grafikoni 10 i 11).

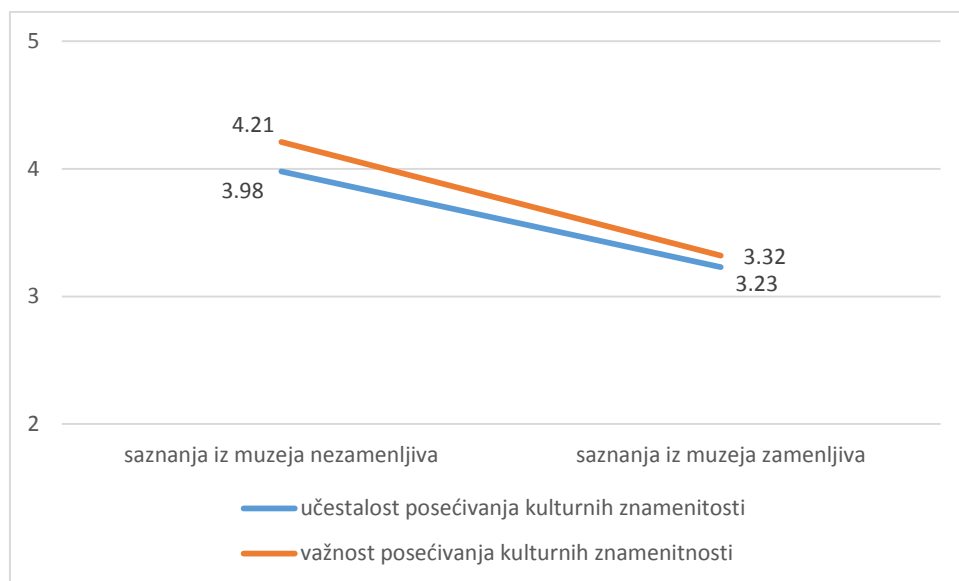


Grafikon 10. Učestalost posećivanja kulturnih znamenitosti u okviru izleta s decom



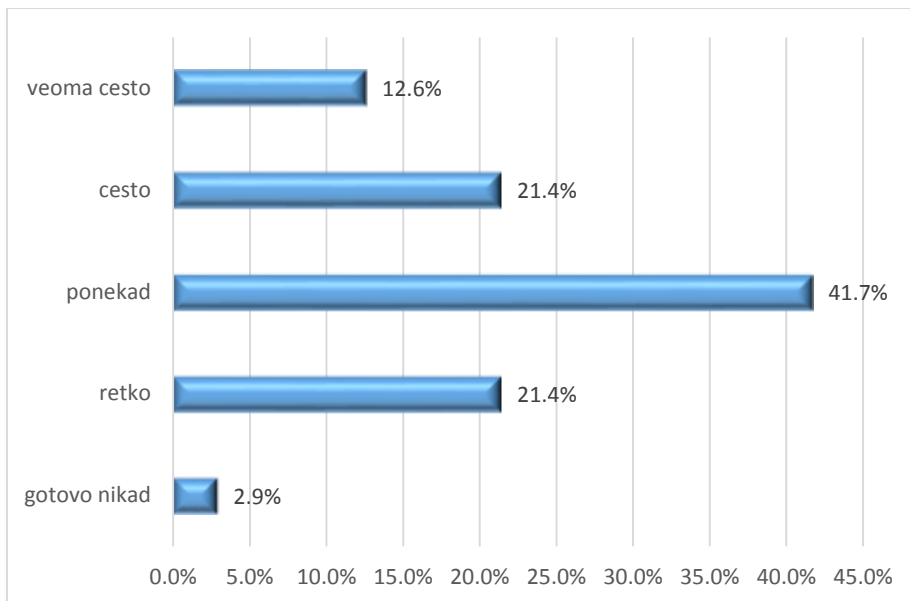
Grafikon 11. Ocena važnosti posećivanja kulturnih znamenitosti u okviru izleta s decom

Očekivano, ocene na ova dva pitanja su međusobno pozitivno korelirane ($r=.57$, $p < .001$), što znači da češće posećuju kulturne znamenitosti oni za koje je važno da tako nešto čine. Posebno je važno istaći da se odgovori na ova dva pitanja razlikuju među grupama po stavovima o značaju posećivanja muzeja. Drugim rečima, roditelji koji svoju decu vode u obilazak kulturnih znamenitosti u okviru izleta, smatraju da je to za njih važno, a takođe u većoj u većoj meri ocenjuju da je posećivanje muzeja za decu važno i da nema zamene za saznanja do kojih se dolazi na takav način, te da se to ne može zameniti saznanjima iz medija (Grafikon 12).



Grafikon 12. Učestalost i ocena važnosti posećivanja kulturnih znamenitosti prema stavu o posećivanju muzeja

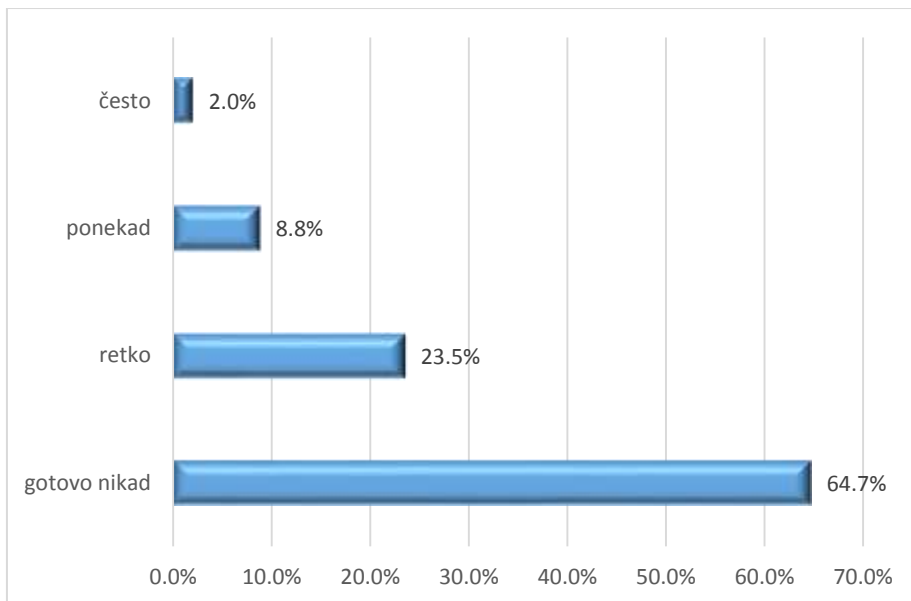
Oko 1/3 ispitanika navela je da često ili veoma često organizuje vikend izlete van grada s decom / porodicom (Grafikon 13).



Grafikon 13. Učestalost odlazaka sa decom na izlete van grada

Analize rezultata istraživanja pokazale su da visina prihoda nije povezana sa navikama posećivanja kulturnih znamenitosti u okviru izleta, dok sa organizovanjem vikend tura jeste i to na sledeći način: oni sa prihodima do 100.000 dinara u proseku idu retko ili nikad (srednja ocena 2.73), dok je sa prihodima preko 100.000 dinara u proseku povremeno ili često (srednja ocena 3.43, na skali od 1 do 5).

Ipak, većina (89.4%) retko ili nikada ne koristi usluge turističkih agencija prilikom planiranja poseta kulturnim znamenitostima (Grafikon 14) – na skali od 1 (gotovo nikad) do 5 (veoma često), srednja ocena je 1.51 (SD = 0.82).

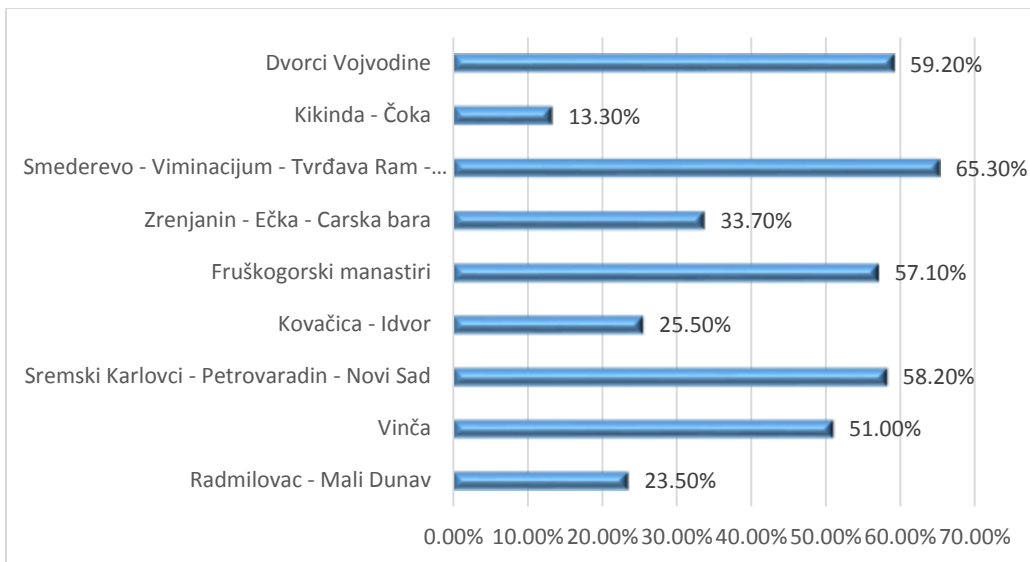


Grafikon 14. Navike korišćenja usluga turističkih agencija prilikom planiranja izleta sa posetom kulturnim znamenitostima u Srbiji

Sa liste ponuđenih tura, više od polovine ispitanika je izrazilo interesovanje za pet tura:

1. Smederevo - Viminacijum - Tvrđava Ram – Golubac,
2. Dvorci Vojvodine,
3. Sremski Karlovci - Petrovaradin - Novi Sad,
4. Fruškogorski manastiri,
5. Vinča.

Pošto je jasno da bi realno interesovanje zavisilo i od cene, pitanje je tako da formulisano da se podrazumevala “pristupačna cena”.



Grafikon 15. Zainteresovanost za test ture (raspodela višestrukih odgovora na pitanje: „Na koje od navedenih tura biste otišli s detetom, kada bi ih agencije ponudile po ceni koja bi za vas bila prihvatljiva?)

Rezime i diskusija glavnih nalaza

Anketu roditelja maloletne dece, kao potencijalnih korisnika test tura, sproveli smo sa ciljem da ispitamo navike i interesovanja za:

1. sadržaje koje nude muzeji i
2. posete muzejima i kulturnim znamenitostima u okviru izleta s decom.

Polazeći od rezultata ranijih istraživanja o učešću u kulturnim aktivnostima, moglo se očekivati da socio-demografska obeležja (pol, starost itd) nisu presudna. Preciznije, od socio-demografskih obeležja ili tzv. „tvrdih“ socioloških varijabli jedino se stepen obrazovanja ubedljivo izdvaja kao značajan za predviđanje ko će učestvovati u kulturnim aktivnostima, a ko ne. Ipak, samo saznanje o stepenu obrazovanja nije dovoljno, pa ni presudno – jednostavno, u kulturnim aktivnostima, a tako i kad je reč o posećivanju muzeja (s decom ili bez dece) jedan deo opšte populacije, pa ni oni koji imaju visoko obrazovanje, ne učestvuju, to ih ne zanima i jednostavno više vole da rade nešto drugo u slobodno vreme (Cvetičanin, 2007; Opačić i Subašić, 2016). Dakle, šta je to po čemu se razlikuju oni koje interesuje da posećivanje muzeja i kulturnih znamenitosti s decom od onih koji nemaju naviku to da čine? Posebno pitanje je da li je moguće podstaći bar deo onih koji te navike nemaju da ih razviju?

U ovom istraživanju, uzorak je obuhvatio pretežno visoko obrazovane i zaposlene (koji takođe češće posećuju muzejske programe i manifestacije nego nezaposleni), pa je fokus analize bio upravo na traganju za takvim distinktivnim obeležjima, koja osim što omogućavaju jasniji uvid u strukturu aktuelnih učesnika u određenom vidu kulturnih aktivnosti, takođe otvaraju mogućnosti za kreiranje mera za privlačenje jednog dela onih koji još uvek

nemaju razvijene navike učešća u kulturnim aktivnostima, ali kod kojih postoji izvesno interesovanje.

U skladu sa ranijim nalazima o tome da kulturne aktivnosti generalno, a posećivanje muzeja posebno, spadaju među manje popularne aktivnosti u slobodno vreme, rezultati ovog istraživanja pokazuju da tek svaki deseti ispitanik često posećuje muzeje sa decom u slobodno vreme. Analize su pokazale da su među njima više zastupljeni ispitanici čija profesija ima veze s kulturom i umetnošću, što je u skladu sa nalazima ranijeg istraživanja o muzejskoj publici koji su pokazali su nešto više zastupljeni stručnjaci u oblastima umetničkih, društvenih i humanističkih disciplina (Martinović, 2010). Dodatno, u našoj studiji se pokazalo da tako definisana profesija ima efekta na iskustvo učešća u Porodičnim danima u muzejima – ovakvo iskustvo je zapravo imao manji procenat ispitanika, a češći je slučaj da su to oni čija je profesija vezana za polje kulture i umetnosti.

Kada je reč o manifestacijama na kojima se promoviše kulturno nasleđe („Noć muzeja“, „Dani evropske baštine“, „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“ itd.), rezultati pokazuju da veći udeo ispitanika muzeje posećuje tada nego ostalim danima, što je takođe u skladu sa ranijim nalazima o tome da festivali i specijalni programi generalno privlače veći broj ljudi nego redovni programi ustanova kulture (Jokić i Mrđa, 2014; Jokić i Žeželj, 2013). Međutim, čak 40.8% ispitanika nije posetilo sa decom nijednu manifestaciju u periodu od prethodnih pet godina. Ne računajući muzejske manifestacije, trećina ispitanika nijednom nije bila u muzeju s detetom tokom proteklih godinu dana, dok oni koji jesu bili to su uglavnom učinili jednom ili dva puta (44.6%). Ovakva relativno nepovoljna slika zapravo odražava generalno stanje kada je reč o posećivanju muzeja. Posećivanje muzeja je među najmanje popularnim aktivnostima među inače relativno slabo zastupljenim kulturnim aktivnostima u slobodno vreme, što se beleži i u drugim zemljama, pa je

predmet raznih studija poslednjih decenija upravo to: kako povećati interesovanje za muzejske programe (Brida, Disegna & Scuderi, 2014; Burton, Louviere & Young, 2009; Hood, 1983; Prentice, Davies & Beeho, 1997). U tom smislu, naša studija je posebno značajna, jer je usmerena na ključnu populaciju za razvoj muzejske publike: porodice s decom.

Relativno nisko učešće u programskoj ponudi muzeja za decu praćeno je relativno nepovoljnim ocenama muzejske ponude za decu. Iako se ne može govoriti o uzročno posledičnim vezama (npr. da nezadovoljstvo muzejskom ponudom utiče na slabu posećenost muzejskih programa), rezultati o oceni pojedinih aspekata muzejske ponude mogu poslužiti kao smernice za unapređenje kvaliteta ponude. Većina ispitanika zadovoljna je time što se u muzejima deca edukuju na zanimljiv način, a takođe se u pozitivnom smislu izdvajaju multimedijalni i interaktivni sadržaji i ljubaznost osoblja – što sve zajedno ukazuje na to da se atmosfera u muzejima generalno doživljava pozitivno. Ipak, treba uzeti u obzir i najslabije ocenjene aspekte muzejske ponude za decu, a to su prilagođenost muzejskog prostora deci i raznovrsnost programa. Uz ostale analize obuhvaćene ovom studijom, ovakvi rezultati dodatno ukazuju na potrebu kreiranja novih inovativnih programa namenjenih deci i porodicama.

Za objašnjenje i predviđanje učešća u kulturnim aktivnostima, a posebno muzejskim programima, u ranijim istraživanjima pokazalo se da je važan stav o posećivanju muzeja (Jokić, 2016; Jokić i Žeželj, 2013; Jokić i Mrđa, 2017). Ovo je posebno važno, jer na demografska obeležja generalno nije moguće uticati, ali na stav jeste. Da bismo umanjili efekat socijalne poželjnosti, pitanje smo formulisali tako da saznanja stečena u muzeju kontrastiramo saznanjima putem medija. Izdvojila se grupa (okvirno svaki četvrti ispitanik) onih koji su ocenili da posećivanje muzeja jeste bitno, ali da ipak može i da se zameni saznanjima posredstvom medija. Naredne analize su

otkrile da je ovako definisan stav o posećivanju muzeja u značajnoj vezi sa običajem da se u okviru izleta običu kulturne znamenitosti: oni koji smatraju da su neposredna iskustva stečena u muzejima nezamenljiva sadržajima do kojih se dolazi posredstvom medija češće praktikuju obilazak kulturnih znamenitosti u okviru izleta s decom. Drugim rečima, iako se ne može govoriti o jasnim kauzalnim vezama između stava i ponašanja, sama pozitivna veza između stava o posećivanju muzeja i navika posećivanja kulturnih znamenitosti ukazuje na važnost delovanja na same stavove (promotivnim aktivnostima itd).

Na ovom mestu važno je prodiskutovati ulogu prihoda domaćinstva. Iako su očekivano prihodi i mogući rashodi u značajnoj korelaciji (veći prihodi omogućavaju i veće rashode), to zapravo nije ključni faktor za učešće u kulturnim aktivnostima. Naime, istraživanja generalno pokazuju da novac nije među glavnim preprekama za učešće u kulturnim aktivnostima, a posebno u programskoj ponudi muzeja (Jokić i Žeželj, 2013). To nije iznenađujuće, ako se ima u vidu da su programi koje nude muzeji često besplatni ili se nude po niskim cenama. Međutim, kada je reč o izletima van grada, sredstva kojima porodice raspolazu jesu bitan faktor: u ovom istraživanju se pokazalo da je granična vrednost, za diferencijaciju onih koji na vikend ture idu retko ili često, prihod od oko 100.000 dinara, tako da oni sa ukupnim prihodom domaćinstva manjim od 100.000 dinara idu retko, a oni sa višim prihodima često. Ovo, kao i nalaz o rashodima za kulturu – koji pokazuje da porodice sa prihodom do 50.000 dinara ne mogu da izdvoje više od 2.500 dinara mesečno za kulturu – treba imati u vidu prilikom kreiranja programa izleta van grada sa posetom kulturnim znamenitostima.

Da bismo izbegli efekat cene izleta na ocenu interesovanja, pitanje o test turama smo formulisali tako da uključuje pretpostavku o pristupačnoj ceni. U takvom kontekstu, više od polovine ispitanika je izrazilo interesovanje

za pet tura: Smederevo – Viminacijum – Tvrđava Ram – Golubac, zatim vođanske ture Sremski Karlovci – Petrovaradin – Novi Sad, Dvorci Vojvodine i Fruškogorski manastiri, kao i za Vinču. Pošto je jasno da bi uspeh tura na terenu zavisio i od njihove cene, prilikom projektovanja te cene preporučljivo je voditi računa o kategorijama *prihodi domaćinstva* i *rashodi za kulturu*, koje smo ranije u analizi rezultata pomenuli. Dodatno, prilikom planiranja tura posebno bi trebalo imati u vidu da većina ispitanika nema običaj da koristi usluge turističkih agencija kada je reč o izletima sa posetom kulturnim znamenitostima (blizu 90% to čini retko ili nikad). To ne znači nužno da test ture ne bi privukle potencijalne korisnike usluge agencija, nego da ljudi još uvek nemaju navike da koriste usluge agencija u ove svrhe, pa u skladu s tim treba planirati promotivne aktivnosti.

Generalno, rezultati našeg istraživanja ukazuju na to da postoji interesovanje za muzejske programe namenjene deci i porodicama, kao i za izlete van grada koji bi uključivali takve programe. Takvu vrstu programske ponude neophodno je pažljivo projektovati, s obzirom na troškove, te još uvek nerazvijene navike korišćenja usluga turističkih agencija u te svrhe. Posebno treba imati u vidu da paralelno treba raditi i na stavovima o značaju neposrednih doživljaja i saznanja u muzejima i drugim kulturnim lokalitetima – jer stavove je moguće menjati, a pozitivniji stavovi povezani su i sa većim interesovanjem i učešćem u muzejskim programima za decu i porodice.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREPORUKE

Monografija „Muzeji Srbije kao deo kulturno turističke ponude za porodice sa decom“ imala je za cilj da se kreira model programa kulturnog turizma prevashodno namenjen domaćim turistima. Kulturni turizam jeste grana u usponu širom sveta a mogućnosti koje pruža prepoznate su i u Srbiji. Međutim, kako je istaknuto i u „Strategiji razvoja turizma u Republici Srbiji 2016-2025.“ u turističkoj ponudi Srbije nedostaju sadržaji koji su vezani za tzv. „specijalna interesovanja“, među kojima upoznavanje kulturnih specifičnosti podneblja jeste od ključnog značaja. Upravo u tome leži važnost istraživačkih projekata koji su usmereni upravo ka tome da se slabost u razvoju kulturnog turizma u Srbiji prevaziđe.

Ova istraživačka studija koncipirana je kroz tri segmenta istraživanja, što je doprinelo razumevanju postojećih kapaciteta za realizaciju programa, koji su u novije vreme u inostranstvu sve traženiji (kulturno turistički) proizvod kao i zainteresovanost potencijalnih korisnika (roditelja) da sa svojom decom slobodno vreme provedu otkrivajući kulturno blago svoje zemlje.

Geografski položaj Srbije odredio je veliku raznovrsnost blaga koje prevashodno čuvaju i prikazuju muzeji. Prvi segment istraživanja imao je za cilj da se otkriju potencijali gradova i opština u Srbiji u pogledu razvoja kulturnog turizma. Budući da muzeji imaju ključnu ulogu u razvoju kulturnog turizma (te je i muzejski turizam visoko pozicioniran u teorijskim i praktičnim sagledavanjima kulturnog turizma) – drugi segment projekta je bio istraživanje praksi u muzejima u Srbiji u pogledu njihovog učešća u razvoju kulturnog turizma na teritoriji grada odnosno opštine, kao i u pogledu programa koje realizuju namenjajući ih deci koja u muzej dolaze bilo sa članovima porodice bilo u organizaciji vrtića ili škola. Posebno zainteresovani

za porodične posete muzejima, sprovedi smo i treći istraživački deo projekta među roditeljima, koji su anticipirani i kao krajnji korisnici programa porodični dan u muzeju, programa koji bi bio centralni u aranžmanima koje turističke agencije nude.

Iako je selekcija gradova prevashodno izvršena prema kriterijumu blizine Beogradu kako bi se model programa koji predlažemo primenio u formi izleta, odnosno jednodnevnih/dvodnevnih aranžmana, važna su bila i saznanja iz prethodnih istraživanja Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka o praksama muzeja u Srbiji.

Takođe, pri selekciji gradova vodilo se računa o trenutnoj kulturno-turističkoj ponudi turističkih agencija u Srbiji (što je uzeto u obzir i prilikom formulisanja upitnika za roditelje). Izvršena je analiza gradova i opština koji su već uključeni u ponude agencija (na primer Novi Sad, Kovačica, Sombor, Zaječar, Kladovo, Golubac, Jagodina), zatim gradova i opština na čijoj se teritoriji odnosno u čijoj se blizini nalaze poznata zimovališta i banje (Arandelovac, Valjevo, Pirot, Knjaževac, Prijepolje, Novi Pazar), gradova koji su važni centri socio-ekonomskog i kulturnog razvoja zemlje (Niš, Kragujevac, Leskovac, Čačak, Subotica), te gradova koji se mogu smatrati u turističkom smislu još uvek nedovoljno afirmisanim biserima poput Kikinde, Čuprije i Šapca.

Početna analiza Internet prezentacija lokalnih samouprava i turističkih organizacija, pokazala je da se dosta pažnje posvećuje kulturi, i to kako kulturnom nasleđu tako i savremenim manifestacijama kulture. U kontekstu razvoja kulturnog turizma to svakako jeste važno znati. Međutim, terenski obilazak gradova je pokazao da na praktičnom nivou treba uložiti još napora (i finansijskih sredstava) da nagoveštaji uzbuđenja datih na sajtovima zaista odaju očekivani utisak u fizičkoj realnosti.

Istraživanje sprovedeno među muzejima pokazalo je njihovu otvorenost za uključivanje u (lokalne) programe razvoja kulturnog turizma, ali još uvek preovladava oklevanje da se preduzmu inicijative da muzej bude pokretač pre svega kulturnog razvoja, ali i, u kontekstu popularnosti muzejskog turizma u svetskim okvirima, jedan od „motora“ socio-ekonomskog razvoja grada odnosno opštine. S druge strane, svi ispitani muzeji dosta pažnje posvećuju ostvarivanju svoje edukativne funkcije za sve generacije. Istraživanje koje smo sprovedeli pokazuje i veliku pažnju prema deci kao sadašnjoj, ali i budućoj publici. Iako svoju edukativnu funkciju muzeji nastoje da ostvare i prema onima koji su u grad i muzej došli na kratko, turistički, i prema onima koji su stalno tu – lokalnom stanovništvu, u većini ispitanih muzeja akcenat se stavlja na lokalno stanovništvo koje u muzeju upoznaje sebe – svoje nasleđe izloženo u okvirima stalnih postavki, ali i druge kroz privremene izložbe.

U muzejima je uglavnom isticano da se obavljanje edukativne funkcije vezuje za lokalno stanovništvo, što je od značaja za formiranje navika (potencijalnih) domaćih kulturnih turista. Međutim, kada je reč o turistima, predstavnici muzeja su isticali gostoprimstvo, ali i to da oni nisu turističke agencije, te da kustosi i vodiči ne raspolažu adekvatnim veštinama za formulisanje muzejske ponude kao turističke ponude. U Narodnom muzeju Kikinda je, na primer, rečeno da se komunikacija sa školama kako iz samog grada tako i iz drugih gradova i opština značajno popravila otkako poslove kustosa pedagoga obavlja osoba koja je prethodno 10 godina radila u školi i zna na koje načine se treba obraćati školama. Ipak, mogućnost da zaposle nekoga ko je 10 godina proveo u turizmu i ko bi znao kako da komunicira sa turističkim agencijama je gotovo nikakva.

Želja za upoznavanjem lokalnog nasleđa, shodno ličnim interesovanjima/afinitetima, jeste jedan od primarnih motiva kulturnih turista

širog sveta. Međutim, analiza podataka prikupljenih anketiranjem roditelja pokazuje da se (potencijalni) domaći turisti, uprkos načelnom interesovanju, još uvek ređe odlučuju o načinu provođenja slobodnog vremena sa svojom decom na osnovu želje za upoznavanjem lokalnog nasleđa drugih krajeva Srbije. Ekonomski aspekt provođenja slobodnog vremena na izletima van grada, kako je naše istraživanje pokazalo, nije zanemarljiv kod roditelja u čijim su domaćinstvima ukupni prihodi manji od 100.000 dinara. S druge strane, analize su pokazale da visina prihoda nije povezana sa interesovanjem, ili čak i navikama posećivanja kulturnih događaja i znamenitosti.

Istraživanja kulturne participacije pokazala su da su građani Srbije bili relativno nezainteresovani za posete muzejima, ali da se taj trend poslednjih godina menja naročito tokom manifestacija „Noć muzeja“, „Dani evropske baštine“ te „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“. Pažnja koja se naročito pri koncipiranju programa za „Noć muzeja“ i „Dane evropske baštine“ poklanja porodicama sa decom probudila je i interesovanje mnogih roditelja u Beogradu. Ipak, muzejska ponuda za decu se uglavnom ocenjuje kao nezadovoljavajuća. To ukazuje i na potrebu da se pojačaju marketinški pristupi i promotivne aktivnosti vezane upravo za programe namenjene porodicama i deci. Na primer u Valjevu je bilo pokušaja da se organizuje tura koja je nuđena građanima Beograda. Međutim, pod nazivom „Valjevo“ tura je imala manji odziv među građanima Beograda, dok je promenom naziva u „Tura iznenađenja“ tura istog sadržaja na turiste ostavila nezaboravne lepe utiske.

Kulturna participacija kao značajan element kulturne politike zahteva jačanje aktivnosti jedinica lokalne samouprave, kako bi se građani Srbije ohrabрили da, pored učešća u svom gradu, počnu da razvijaju svest o tome da svoje kulturne vidike mogu da proširuju i u drugim gradovima i opštinama. To bi takođe trebalo da bude i segment politike razvoja turizma. Egzotična

putovanja ne moraju da budu hiljadu kilometara daleko, već na sat ili tri sata dugačkoj vožnji u Srbiji. Republičke kampanje vaučera za letovanja odnosno zimovanja u zemlji uglavnom su bila fokusirana na već poznata zimovališta i banje. Kulturni turizam je tu u zapečku.

S obzirom na rezultate istraživanja, Valjevo i Kikinda jesu gradovi čiji muzejski programi pokazuju različitost mogućih doživljaja.

U **Kikindi** je izrazitiji akcenat na mogućnostima učenja o lokalnom nasleđu u funkciji sticanja znanja, koja deca mogu primeniti u savlađivanju gradiva iz različitih predmeta. Uz to, muzejski programi Kikinde nude roditeljima sticanje dodatnih znanja potrebnih za ohrabrivanje svoje dece da lakše razumeju ono o čemu u školi uče. Upravo poseta muzeju u Kikindi omogućava da se olakša proces učenja kroz razmenu znanja dece i njihovih roditelja.

U **Valjevu**, deci i njihovim roditeljima poseta muzeju i njegovim depandasima nudi upečatljiv doživljaj u kome se stiču nova, detaljnija, znanja o istorijskim događajima i procesima od značaja za čitavu Srbiju. Mogućnost takvog doživljaja može doneti i promenu u dnevnim rutinama porodica.

Spremnost muzeja u oba grada (Kikinda i Valjevo) da na zanimljive načine prime porodice sa decom/turiste olakšavajuće je i za iniciranje programa „Mi smo porodica!“, s obzirom na iskustva koja su u procesu istraživanja iznosili i predstavnici partnerske turističke agencije. Budući da su oba grada smeštena relativno blizu Beograda, izvodljiva je opcija organizacije jednodnevnih izleta. U kontekstu mogućih drugih destinacija za jednodnevne izlete, rezultati istraživanja sugerišu da bi poželjne lokacije mogle biti: Sombor, Subotica i Čuprija. U kontekstu destinacija za dvodnevne aranžmane, spremni za prijem porodica sa decom jesu Knjaževac i Pirot. Angažovanost na realizaciji programa za decu, a posebno na razvoju obrazovnog turizma, Zavičajnom muzeju Knjaževac donela je i podršku UNICEF-a 2015. godine.

Raznovrsnost opcija utvrđenih istraživanjem pokazuje da program kulturnog turizma usmeren ka porodicama sa decom u Srbiji može imati svetlu budućnost. Ipak, neophodno je i dalje raditi na ohrabrivanju muzeja i turističkih agencija da razvijaju kreativno partnerstvo u osmišljavanju i realizovanju aktivnosti. Neophodno je, takođe, da se na širem planu iniciraju aktivnosti usmerene ka izgradnji domaćeg kulturnog turista, odnosno da se formiraju pozitivni stavovi i ojača svest građana da u relativno bliskom okruženju, u Srbiji, ima različitog blaga koje je vredno otkrivati. U takvim poduhvatima od izuzetne važnosti su naučna istraživanja koja, s obzirom na domaća i inostrana iskustva, omogućavaju na činjenicama zasnovane odluke usmerene ka pružanju podrške donosioca odluka za realizaciju programa muzejskog turizma uključujući i jačanje veština i saradnje kustosa i turističkih operatera.

LITERATURA

- Anđelković, B. i Dragin, K. (2015). „Interpretation of heritage in museums“ Museums and Cultural Tourism – connecting differences. Proceedings of the Regional Conference of the national Committees of ICOM, Zlatibor 8-10th September 2014, Belgrade.
- Anderson, D., Piscitelli, B., Weier, K., Everett, M. & Taylor C. (2002). Children’s museum experiences: Identifying powerful mediators of learning. *Curator: The Museum Journal*, 45, 213-231.
- Beljanski-Ristić Lj, Vukanović M. i Krel A. (2015). Kulturna participacija i kulturno nasleđe. *Kultura - Časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, 146: 297-313. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Blažević, B., Alkier, R. i Zadel, Z. (2009). *Kulturni turizam u Europskoj uniji u uvjetima globalizacije*, The Fourth International Biennial Congress, HOTELPLAN 2009, 63-71.
- Brida, J. G., Disegna, M. & Scuderi, R. (2014). The behaviour of repeat visitors to museums: Review and empirical findings. *Quality & Quantity* 48, 2817-2840.
- Bursać, Džalto, B. & Todorović, M. (2009). Serbia . In: Jelinčić, D.A. (ed) *Cultural Tourism Goes Virtual: Audience Development in Southeast European Countries*, str 149-164, Zagreb: Institute for International Relations
- Burton, C., Louviere, J. & Young, L. (2009). Retaining the visitor, enhancing the experience: Identifying attributes of choice in repeat museum visitation, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 14, 21-34.
- Capstick, B. (1985). Museums and tourism. *The International Journal of Museum Management and Curatorship*, 4, 365-372.
- Christou, E. (2005). Heritage and cultural tourism: A marketing focused approach. In: Sigala M. & Leslie, D., (Eds.) *International cultural tourism: Management, implications and cases*, (pp. 3-15). London: Elsevier Butterworth-Heinemann (3-15).
- Ćirić, J. (1968). „O pirotskom ćilimarstvu.“ *Pirotski zbornik* 1, 25-55.
- Cvetičanin, P. (2007). *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije*. Niš: Odbor za građansku inicijativu.

- Cvjetičanin, B. (2008). *Connecting Croatia: Javni, privatni i civilni sektor kulture u virtualnom prostoru*. Institut za međunarodne odnose: Zagreb.
- Doering, Z. (2004). *Results of the 2004 Smithsonian – wide survey of museums visitors*. Washington DC: Smithsonian Institution, Office of Policy and Analysis.
- Domazet, I., Đokić, O. i Milovanov, O. (2017) The Influence of Advertising Media on Brand Awareness, Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies, 22(4).
- Domazet, I., Lazić M. i Filimonović D. (2017). Koncept aktivnog starenja i smanjenje marginalizacije starije populacije, *FBIM Transactions*, 15 January, 5(1), str. 45-58.
- Domazet, I. i Lazić, M. (2017) „Information and communication technologies as a driver of the digital economy“ Zbornik radova sa međunarodne konferencije „Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management“ Organizator: Ekonomski fakultet Subotica, Subotica 19. maj 2017, str. 11-17.
- Domazet, I. (2015). Nacionalni brend Srbije kao faktor unapređenja konkurentnosti zemlje, u Stošić I. et al. Ur. Strukturne promene u Srbiji: dosadašnji rezultati i perspektive, str. 482-496 .
- Domazet, I. (2016). Improving Competitiveness through National Branding, Међународна монографија “*Development, Competitiveness and Inequality in EU and Western Balkans*” Издавач: Sofia University Sv. Kliment Ohridski, Bulgaria; стр. 61-81.
- Domazet, I. i Neogradi S. (2018) Digital Marketing and Service Industry: Digital Marketing in Banking Industry, Међународна monografija „Managing Diversity, Innovation, and Infrastructure in Digital Business“, Urednik: Nilanjan Ray, Izdavač: IGI Global, Business Science Reference, Hershey, USA.
- Đukić Dojčinović, V. (2005). *Kulturni turizam*. Beograd: Clio.
- Đukić, V. i Todorović, M. (2008). „Kulturni turizam - most između kulture i turističke politike“. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti 13-14*, str. 256-283, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti
- Đukić, V. i Todorović., M. (2008). Kulturni turizam – most između kulture i turističke politike. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, 256-283.
- Gavrilović, LJ. (2007). *Kultura u izlogu: ka novoj muzeologiji*, Beograd: Etnografski institut SANU.

- Hadžić, O. (2005). *Kulturni turizam*. Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
- Hanić, H. (2006). *Istraživanje tržišta i marketing informacijski sistemi*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.
- Herreman, Y. (1998). Museums and tourism: culture and consumption. *Museum International*, 50, 4-12.
- Hood, M. (1983). Staying away: Why people choose not to visit museums. *Museum News*, 61, 150-157.
- Hughes, H. L. (1996). Redefining cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23, 707-709.
- Jelinčić, D. A. (2009). *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia.
- Jelinčić, D. A. (2010). *Kultura u izlogu*. Zagreb: Meandarmedia.
- Jokić, B. (2016). Prediktori namera i ponašanja: mogu li muzejski festivali povećati popularnost muzeja? *Kultura*, 152, 331-349.
- Jokić, B. i Mrđa, S. (2014). *Posetioci jesenjih beogradskih manifestacija i festivala*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Jokić, B. i Mrđa, S. (2017). Odnos stavova i ponašanja u domenu kulturne potrošnje: slučaj muzejskih festivala. *Sociološki pregled*, 51, 255-275.
- Jokić, B. i Žeželj, I. (2013). Zašto posećenost „Noći muzeja“ ne predviđa posećenost muzeja tokom godine: odnos stavova i ponašanja. *Kultura*, 140, 445-469.
- Jokić, B. Mrđa, S. i Martinović, D. (2016). *Istraživanje u funkciji razvoja manifestacije „Muzeji Srbije deset dana od 10 do 10“*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Klein, R. (2001). *Public policies and cultural tourism: EU activities*. Book of abstracts of the 1st. Conference on Cultural Tourism: Economy and Values in the 21st, 29-31.
- Krasojević, B. (2013). *Strateško upravljanje kulturnim resursima u turizmu Srbije*. Neobjavljena doktorska disertacija, Beograd: Univerzitet Singidunum.
- Krivošejev, V. (2012). *Muzeji, menadžment, turizam: ka savremenim muzejima od teorije do prakse*. Valjevo: Narodni muzej Valjevo.
- Kušen, E. (2002). *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.
- Le Glatin, M. (2007). *Internet: un seisme dans la culture?* Toulouse: Editions de l'attribut.

- Liu, Y.D. (2014). Cultural Events and Cultural Tourism Development: Lessons from European Capitals of Culture. *European Planning Studies Vol. 22 No. 3*, 498-514.
- Lord, B. & Lord, G.D. (Eds) (1982). *Planning our museums national museums of Canada*. Ottawa: National Museums of Canada.
- Lord, B. (2002). *Cultural tourism and museums*. LORD Cultural Resources Planning & Management Inc.
- Martinović D. i Jokić B. (2009). Muzeji – aktuelno stanje. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. str. 1-95.
- Martinović, D. (2010). *Muzejska publika u Srbiji*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Martinović, D. i Jokić, B. (2012). *Noć muzeja kao kulturološki i društveni fenomen u Srbiji*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- McKercher, B. & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Mrđa, S. (2016). *Demokratske vrednosti i kulturna participacija u Srbiji* (Nepublikovana doktorska disertacija). Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.
- Neu, R. (1985). „Can an Art Museum Teach Math and History?“ *Art Education* 38(3), 19-21.
- Niemczyk, A. (2013). Cultural tourists: 'An attempt to classify them'. *Tourism Management Perspectives*, 5, 26-29.
- Nikočević, L. (2008). *Održivi razvoj kulturnog turizma Istre*. Projekat Srce Istre: Kultura i baština Istre, Razvoj prekograničnih turističkih itinerera u urbanim i ruralnim područjima Istre.
- Opačić, B. i Subašić, B. (2016). *Kulturne potrebe i navike građana Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno nasleđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU-Varaždin*, 16-17, 211-226.
- Partners for Livable Communities (2014). *Cultural Heritage Tourism*. Partners for Livable Communities: Washington DC.
- Petković M. i Vlatković R. (1996). *Pirotski ćilim*. Katalog izložbe. Beograd: Galerija Srpske akademije nauka i umetnosti.

- Prentice, R., Davies, A. & Beeho, A. (1997). Seeking generic motivations for visiting and not visiting museums and like cultural attractions. *Museum Management and Curatorship*, 16, 45–70.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth Press.
- Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of Cultural Routes. In Khovanova-Rubicondo, K. (Ed.) *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness*, pp. 21-39, Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Richards, G.,(Ed). (2007). *ATLAS Cultural tourism Survey*, Summary report 2007, dostupno na: <http://www.tram-research.com/atlas/ATLAS%20Cultural%20Tourism%20Survey%2007.PDF>
- Rosandić, R. Ignjatović Savić. N. i Mitrović M. (1984). *Kulturna ponuda namenjena deci Beograda*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Šešić Dragičević, M. i Stojković, B. (2000). *Kultura, menadžment, animacija, marketing*. Beograd: Clio.
- Shore, S. (2010). Cultural and heritage tourism – international. *Travel & Tourism Analyst*, 8, 2010.
- Smith, M. K. (2003). *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
- Šola, T. (2011). *Prema totalnom muzeju*. Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju, Filozofski fakultet.
- Song, L. et al. (2017). Parents' and experts' awareness of learning possibilities in children's museum exhibits. *Journal of Developmental Psychology*, 49, 39-45.
- Stojanović, V. (2011). Turizam i održivi razvoj. Novi Sad: Prirodno matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
- Todorović, M. (2004). „Internet prezentacije turističkih ponuda: elektronski bedekeri“. U: Kostić, Đ. (ur). *Sa bedekerom po Jugoistočnoj Evropi*, Posebna izdanja Balkanološkog instituta SANU 86, str.345-360, Beograd: Balkanološki institut SANU i Narodni muzej Beograd
- Todorović, M. (2011). *Trenutno stanje i mogućnosti razvoja arheološkog turizma na lokalitetu Feliks Romulijana*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Unrath, K. and Luehrman, M. (2009). Bringing Children to Art: Bringing Art to Children. *Art Education* 62(1), 41-47.

- Vićentijević, D. i Todorović, M. (2012). „Uticaj kulturne politike na razvoj kulturnog turizma u Srbiji“, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 27, str. 267-279, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti
- Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. *Ekonomski misao i praksa, broj 2*, 279-296.
- Vujović, S. (2008). Tvrđave i ostaci utvrđenih gradova - Bač, Publikacija 09, Beograd: JP "Beogradska tvrđava".
- Vukanović M. (2013). Kulturna politika Srbije: antropološka perspektiva, doktorska disertacija. Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.
- Vukanović M. (2016). Od umetničke akcije do turističke atrakcije - (re)konstruisanje starogradske kulture u Skadarliji i njenim kafanama. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Vukanović, M. (2009). „Muzeji Srbije – aktuelno stanje“. U: Vladislava Gordić Petković (ur.) *Kultura - Časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, 124: 243-257. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Vukanović, M. i Zubović J. (2017). Creating and evaluating a new tourism offer: family days in Serbian museums as offer of tourist agencies. Međunarodna konferencija “Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries”, Vrnjačka Banja, 1-3 June, 2017. str. 379-395.
- Weber-Kainz, B. (2005). Strategije za turističku internacionalizaciju muzeja. *Informatica muzeologica*, 36, 30-35.
- Wickens & Eugenia, (2017). The Consumption of cultural experiences in city tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 17, 264-271.

Izvori sa interneta:

Eurobarometar, (2011). Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism, Analytical report Wave 3, dostupno na: <https://www.scribd.com/document/55717802/Survey-on-the-Attitudes-of-Europeans-Towards-Tourism-2011>

ICOMOS, (1976), dostupno na: http://www.icomos.org/tourism/tourism_charter.html

ICOM Statutes Article 3, dostupno na: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statuts/statutes_eng.pdf

IPK International. (2011). *Global travel trends 2011/2012*, dostupno na: http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/WTTR_Report_komplett_web_2011_2012.pdf

OECD, (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. Paris, France. dostupno na: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm>

Strategija razvoja turizma republike Srbije za period 2016–2025. godine. Beograd: Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, dostupno na: mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf

Tourism 2020 Vision Global forecast Volume 7 (2011). dostupno na: http://sete.gr/files/Media/Ebook/110301_Tourism%20Vision%202020%20Europe.pdf

UNWTO, (2012) *One billion tourists, One billion oportunites*, dostupno na: <http://1billiontourists.unwto.org/>

UNWTO, *European tourism forecast, International Tourism Fair 2000*, dostupno na: http://www.unwto.org/english/tratop_e/serv_e/results_e.doc

Web sajtovi gradova/opština, turističkih organizacija i muzeja

Grad Sombor: <https://www.sombor.rs/>

Turistička organizacija grada Sombora: <http://www.visitsombor.org/>

Gradski muzej Sombor: <http://gms.rs/>

Opština Apatin: <http://www.soapatin.org/>

Turistička organizacija Apatin: <http://www.apatin.org.rs/>

Grad Kikinda: <http://www.kikinda.org.rs/>

Narodni muzej Kikinda: <http://www.muzejkikinda.com/>

Grad Subotica: <http://www.subotica.rs/>

Turistička organizacija grada Subotice: <http://www.visitsubotica.rs/>

Gradski muzej Subotica: <http://www.gradskimuzej.subotica.rs/>

Grad Novi Sad: <http://www.novisad.rs/>

Turistička organizacija grada Novog Sada: <http://www.novisad.travel/>

Galerija Matice srpske: <http://www.galerijamaticesrpske.rs/>

Muzej Vojvodine: <https://www.muzejvojvodine.org.rs/>

Muzej grada Novog Sada: <http://www.museumns.rs/>
Muzej savremene umetnosti Vojvodine: <http://www.msuv.org/>
Opština Bač: <http://www.bac.rs/>
Turistička organizacija opštine Bač: <http://www.turizam.bac.rs/>
Opština Kovačica: <http://kovacica.org/>
Turistička organizacija opštine Kovačica: <http://www.took.org.rs/>
Galerija naivne umetnosti *Babka*: <http://www.babka.rs/>
Muzejski kompleks Mihajla Pupina: <http://www.muzejpupina.rs/>
Opština Arandjelovac: <http://www.arandjelovac.rs/>
Turistička organizacija Arandjelovca: <http://www.bukovickabanja.rs/>
Narodni muzej Arandjelovac: <http://www.muzejarandjelovac.rs/>
Grad Valjevo: <http://www.valjevo.rs/>
Narodni muzej Valjevo: <http://museum.org.rs/>
Turistička organizacija Valjevo: <http://tov.rs/>
Grad Čačak: <http://www.cacak.org.rs/>
Turistička organizacija Čačka: <http://turizamcacak.org.rs/>
Narodni muzej Čačka: <https://www.cacakmuzej.org.rs/>
Grad Novi Pazar: <http://www.novipazar.rs/>
Turistička organizacija Novi Pazar: <http://tonp.rs/>
Opština Prijepolje: <https://www.opstinaprijepolje.rs/>
Muzej u Prijepolju: <http://www.muzejuprijepolju.org.rs/>
Opština Kladovo: <http://www.kladovo.org.rs/>
Turistička organizacija opštine Kladovo: <http://tookladovo.rs/>
Opština Golubac: <http://www.golubac.org.rs/>
Turistička organizacija Golubac: <http://www.togolubac.rs/>
Grad Jagodina: <http://www.jagodina.org.rs/>
Turistička organizacija grada Jagodine: <http://www.togjagodina.autentik.net/>
Muzej naivne i marginalne umetnosti: <http://www.naiveart.rs/>

Opština Čuprija: <http://www.cuprija.rs/>
Turistička organizacija opštine Čuprija: <http://turizam.cuprija.rs/>
Turistička organizacija opštine Knjaževac: <http://www.toknjazevac.org.rs/>
Zavičajni muzej Knjaževac: <http://www.muzejknjazevac.org.rs/>
Grad Niš: <http://www.ni.rs/>
Turistička organizacija Niš: <http://narodnimuzejnis.rs/>
Narodni muzej Niš: <http://narodnimuzejnis.rs/>
Opština Pirot: <http://www.pirots.rs/>
Turistička organizacija Pirot: <https://www.topirot.com/>
Muzej Ponišavlja Pirot: <http://muzejpirot.com/>
Grad Zaječar: <http://www.zajecar.info/>
Narodni muzej Zaječar: <http://muzejzajecar.org>
Grad Šabac: <http://sabac.rs/>
Turistička organizacija grada Šapca: <http://sabacturizam.org/>
Narodni muzej Šabac: <http://www.muzejsabac.org.rs/>
Grad Vranje: <http://www.vranje.rs/>
Turistička organizacija grada Vranja: <http://www.tovranje.rs/>
Narodni muzej Vranje: <http://muzejvranje.rs/>
Grad Leskovac: <http://www.gradleskovac.org/>
Turistička organizacija Leskovac: <http://turistickaorganizacijaleskovac.rs/>
Narodni muzej Leskovac: <http://muzejleskovac.rs/>
Grad Kragujevac: <https://www.kragujevac.rs/>
Gradska turistička organizacija Kragujevac: <http://gtokg.org.rs/>
Narodni muzej Kragujevac: <http://www.muzej.org.rs/>
Spomen park „Kragujevački oktobar“: <http://www.spomenpark.rs/rs/>
Muzej stara livnica: <http://www.muzej-topolivnica.rs/>

PRILOG: Upitnici

Upitnici, koršćeni za anketno istraživanje na projektu „*Mi smo porodica: Porodični dani u muzejima u Srbiji kao deo kulturno turističke ponude*“ su kreirani u *Google formi* za potrebe elektronskog prikupljanja podataka, a ovde su priložene verzije u Word doc formatu.

Priloženi su upitnici za:

1. kustose u muzejima i
2. potencijalne korisnike roditelje.

1. Upitnik za kustose o muzejskim praksama u oblastima kulturnog turizma i programa za porodice sa decom

Zavod za proučavanje kulturnog razvitka i Institut ekonomskih nauka sprovode istraživanje o praksama u muzejima u vezi sa kulturnim turizmom i programima namenjenim porodicama sa decom. Cilj nam je da ispitamo mogućnost da muzejski programi namenjeni porodicama sa decom postanu deo kulturno-turističke ponude u Srbiji.

Upitnik je namenjen kustosima-pedagozima. Rezultati će poslužiti u naučne svrhe kao polazišta za unapređenje kulturno-turističke ponude u Srbiji. Za popunjavanje upitnika biće Vam potrebno desetak minuta. Molimo Vas da odgovorite na sva pitanja! Hvala na učešću u istraživanju!

1. Naziv muzeja
2. Procenite u kojoj meri su među posetiocima Vašeg muzeja zastupljeni turisti iz drugih krajeva Srbije

1 2 3 4 5

veoma malo veoma mnogo

3. Procenite u kojoj meri su među posetiocima Vašeg muzeja zastupljeni turisti iz inostranstva

1 2 3 4 5

veoma malo veoma mnogo

4. Procenite koliko često Vaš muzej posećuju deca predškolskog uzrasta sa članovima porodice

1 2 3 4 5

veoma retko veoma često

5. Procenite koliko često Vaš muzej posećuju deca predškolskog uzrasta u organizaciji vrtića

1 2 3 4 5

veoma retko veoma često

6. Procenite koliko često Vaš muzej posećuju deca školskog uzrasta sa članovima porodice

1 2 3 4 5

veoma retko veoma često

7. Procenite koliko često Vaš muzej posećuju deca školskog uzrasta u organizaciji škole

1 2 3 4 5

veoma retko veoma često

8. Da li Vaš muzej ima prilagođena vođenja za različite ciljne grupe?

- Specijalizovana vođenja za decu predškolskog uzrasta
- Specijalizovana vođenja za decu uzrasta osnovne škole
- Specijalizovana vođenja za domaće turiste
- Specijalizovana vođenja za inostrane turiste
- Specijalizovana vođenja za osobe sa posebnim potrebama
- Drugo (navedite):

9. Koje savremene medije koristite u interpretaciji u vašem muzeju?

10. Koje dodatne programe/sadržaje organizuje vaš muzej?

- Radionice za decu
- Radionice za porodice sa decom

- Promocije
- Javni časovi
- Filmske i video projekcije
- Pozorišne predstave/performansi
- Koncerti
- Predavanja/tribine
- Manifestacije / festivali
- Drugo (navedite):

11. Koji od navedenih dodatnih programskih sadržaja Vašeg muzeja su posebno atraktivni za turiste?

12. Ukoliko Vaš muzej organizuje posebne radionice za decu navedite kog su one tipa?

- Likovne radionice na kojima deca crtaju ili prave nešto od kartona, krep papira, plastelina i sl.
- Pozorišne radionice na kojima deca uče da izvedu komad po motivima sa izložbe
- Muzičke radionice i/ili radionice recitovanja
- Drugo (navedite):

13. Ukoliko organizujete neki od posebnih programa za decu kako su sadržaji koncipirani?

- Sadržaji su koncipirani s obzirom na pojave iz neposrednog okruženja tako da ih prvenstveno deca iz našeg grada/opštine lako mogu razumeti
- Sadržaji su koncipirani s obzirom na pojave koje mogu da razumeju i deca iz deca iz drugih krajeva Srbije
- Sadržaji su koncipirani s obzirom na univerzalne motive i pojave, tako da ih razumeju i deca iz naše zemlje i deca iz inostranstva

Muzeji u inostranstvu, kao i pojedini muzeji u Srbiji, imaju praksu organizovanja „Porodičnih dana u muzeju“. To su programi u kojima na interaktivne načine deca i njihovi roditelji saznaju o prirodnom i kulturnom

okruženju u lokalnoj sredini (kako je ono izgledalo u prošlosti i kako izgleda danas). Ovi programi mogu biti namenjeni lokalnom stanovništvu, ali i organizovani kao deo turističke ponude za roditelje sa decom.

14. Da li u Vašem muzeju postoji praksa sprovođenja programa "Porodični dani u muzeju"?

- Da, dugo sprovodimo takav program
- Da, nedavno smo počeli sa takvim programom
- Ne, ali razmatramo / razmatrali smo mogućnost za uvođenje takvog programa
- Ne, nismo razmatrali takav program

15. Ukoliko realizujete program „Porodični dani u muzeju” - šta ponuda vašeg muzeja sadrži? (Molimo Vas da u opisu budete što precizniji)

16. Ukoliko Vaš muzej namerava da takvu praksu uvede - šta bi ponuda mogla da sadrži s obzirom na kapacitete Vašeg muzeja? (Molimo Vas da u opisu budete što precizniji)

17. Na koji način je organizovan sektor marketinga u Vašem muzeju?

- Postoji osoba / služba zadužena samo za poslove marketinga
- Poslove marketinga obavlja neko od kustosa
- Poslove marketinga obavlja direktor
- Poslovi marketinga obavljaju se u koordinaciji između direktora i kustosa
- Drugo (navedite):

18. Koje kanale komunikacije koristite u promociji ponude vašeg muzeja?

- Mejling lista
- Lokalni elektronski mediji
- Lokalni štampani mediji
- Elektronski mediji sa nacionalnom frekvencijom
- Štampani mediji sa nacionalnom pokrivenošću
- Sajt muzeja
- Društvene mreže
- Muzejski blog
- Muzejski You Tube kanal

- Drugo (navedite):

19. Na koje načine je Vaš muzej integrisan u turističku ponudu grada / opštine?

- Aktivno učestvujemo u kreiranju turističke ponude grada / opštine
- Predstavljeni smo na Internet stranici grada / opštine
- Predstavljeni smo na Internet stranici turističke organizacije
- Služba protokola grada / opštine organizuje posete poslovnih partnera našem muzeju
- Turistička organizacija na svojim info punktovima upućuje turiste na naš muzej
- Muzej je predstavljen na turističkoj signalizaciji grada/opštine
- Muzej nije deo turističke ponude grada / opštine
- Drugo (navedite):

20. Sa kojim turističkim agencijama saradujete?

- Sa lokalnim turističkim agencijama
- Sa turističkim agencijama iz drugih krajeva Srbije
- Sa turističkim agencijama iz inostranstva
- Ne saradujemo sa turističkim agencijama

21. Ako saradujete sa nekim turističkim agencijama, koje aktivnosti su obuhvaćene tom saradnjom?

- Razmenjujemo informacije
- Plasiraju informacije o dešavanjima u muzeju
- Zajednički planiramo i realizujemo programe namenjene turistima
- Internet stranice su nam povezane
- Izlazimo u susret u pogledu prilagođavanja vođenja kroz stalnu postavku za posebne grupe turista
- Izlazimo u susret u pogledu vremena za posete turističkih grupa
- Drugo (navedite):

22. Ako imate problema u ostvarivanju saradnje sa turističkim agencijama molimo navedite u čemu se oni ogledaju.

2. Upitnik o kulturnom turizmu za porodice sa decom

Institut ekonomskih nauka i Zavod za proučavanje kulturnog razvitka sprovode istraživanje o porodičnim izletima i kratkim aranžmanima koji uključuju posete muzejima.

Upitnik je namenjen roditeljima koji imaju bar jedno dete uzrasta od 5 do 15 godina - bez obzira na to koliko su zainteresovani za kulturno-turističku ponudu. Cilj nam je da saznamo kakvo je stvarno interesovanje ljudi u ovoj oblasti. Rezultati će poslužiti u naučne svrhe kao polazišta za unapređenje kulturno-turističke ponude u Srbiji.

Anketa je anonimna i molimo Vas da iskreno odgovorite na sva pitanja. Biće Vam potrebno desetak minuta. Hvala na učešću u istraživanju!

Socio-demografski podaci

1. Mesto stanovanja

2. Pol

- muški
- ženski

3. Koliko imate godina?

4. Stepen stručne spreme (poslednja završena škola).

- osnovna srednja
- viša / visoka / fakultet
- master / magistratura / doktorat

5. Radni status

- student/studentkinja
- zaposlen/a
- nezaposlen/a
- penzioner/ka

6. Da li su oblast za koju ste formalno obrazovani ili posao koji obavljate vezani za polja kulture i umetnosti?

- da
- ne

7. Koliko dece imate?

8. Koliko Vaše dece je uzrasta od 5 do 15 godina?

9. Koliki su mesečni prihodi Vašeg domaćinstva?

- ispod 25.000 dinara
- od 25.000 do 50.000 dinara
- od 50.000 do 100.000 dinara
- od 100.000 do 150.000 dinara
- preko 150.000 dinara

Slobodno vreme sa decom

Sledećih pet pitanja odnosi se na to koliko često sa decom posećujete programe ustanova kulture. Označite broj na skali od 1 (gotovo nikad) do 5 (vrlo često) u zavisnosti od toga koliko često posećujete programe svake od navedenih ustanova.

10. Koliko često sa decom posećujete bioskop?

1	2	3	4	5
gotovo nikad				vrlo često

11. Koliko često sa decom posećujete pozorište?

1	2	3	4	5
gotovo nikad				vrlo često

12. Koliko često sa decom posećujete muzej?

1	2	3	4	5
gotovo nikad				vrlo često

13. Koliko često sa decom posećujete izložbene galerije?

1	2	3	4	5
gotovo nikad				vrlo često

14. Koliko često sa decom posećujete koncerte?

1 2 3 4 5
gotovo nikad vrlo često

15. Koliko ukupno sredstava možete mesečno da odvojite za kulturnu potrošnju (muzeji, izložbe, bioskop, pozorište, koncerti i sl.)?

- manje od 2.500 dinara
- od 2.500 do 5.000 dinara
- od 5.000 do 10.000 dinara
- preko 10.000 dinara

16. Koliko je, po Vašem mišljenju, bitno da deca posećuju muzeje?

- prilično je bitno, nema zamene za saznanja i doživljaje u muzeju
- bitno je, ali može da se zameni informacijama iz medija (TV, internet...)
- nije mnogo bitno, sve to može da se sazna i doživi putem medija (TV, internet...)
- sadržaji koje nude muzeji prilično su nebitni za decu

17. Da li ste tokom poslednjih pet godina bili sa decom na nekoj od manifestacija u Srbiji na kojima se promoviše kulturno nasleđe (Noć Muzeja, Muzeji Srbije 10 dana od 10 do 10, Dani evropske baštine)?

- ne
- da, u gradu u kom živimo
- da, van grada u kom živimo

18. Ako ste bili sa decom na nekoj muzejskoj manifestaciji van grada u kom živite, navedite gde ste bili?

19. Koliko puta ste posetili neki muzej u Srbiji zajedno sa detetom u poslednjih godinu dana (ne računajući festivale kao što su: Noć muzeja, Muzeji Srbije 10 dana od 10 do 10 i Dani evropske baštine)?

20. Ukoliko ste upoznati sa muzejskom ponudom za decu u Srbiji, kako biste je ocenili?

1 2 3 4 5
veoma nezadovoljavajuća veoma zadovoljavajuća

21. Označite čime ste posebno zadovoljni kad je reč o muzejskoj ponudi za decu u Srbiji:

- raznovrsnost programa
- edukacija dece na zanimljiv način
- ljubaznost osoblja u muzeju stručnost kustosa
- prilagođenost izložbenog prostora deci multimedijalni i interaktivni sadržaji
- nešto drugo (navedite):

Muzeji u inostranstvu, kao i pojedini muzeji u Srbiji, imaju praksu organizovanja „Porodičnih dana u muzeju“. To su programi u kojima na interaktivne načine deca i njihovi roditelji saznaju o prirodnom i kulturnom okruženju u lokalnoj sredini (kako je ono izgledalo u prošlosti i kako izgleda danas).

22. Da li ste imali prilike da sa decom učestvujete u porodičnom danu u muzeju?

- Da, u gradu u kome živimo
- Da, u nekom drugom gradu u Srbiji
- Da, u inostranstvu
- Ne

23. Ako ste imali prilike da sa decom učestvujete u porodičnom danu u muzeju u drugom gradu u Srbiji, koji je to grad / gradovi?

24. Da li imate običaj da u okviru izleta sa decom posetite i neke kulturne znamenitosti (spomenike kulture, arheološke lokalitete, muzeje)?

1 2 3 4 5

gotovo nikad

veoma često

25. Koliko je za Vas važno da sa decom provodite vreme na izletima sa posetom kulturnim znamenitostima?

1 2 3 4 5

sasvim nevažno

veoma važno

26. Koliko često vikendom idete na izlete sa decom / porodicom van grada?

1 2 3 4 5

gotovo nikad

veoma često

27. Da li imate običaj da koristite usluge turističkih agencija prilikom planiranja izleta sa posetom kulturnim znamenitostima u Srbiji?

1 2 3 4 5

gotovo nikad

veoma često

28. Na koje od navedenih tura biste otišli s detetom, kada bi ih agencije ponudile po ceni koja bi za Vas bila prihvatljiva?

- Radmilovac – „Mali Dunav“ Vinča
- Sremski Karlovci – Petrovaradin – Novi Sad Kovačica – Idvor
- Fruškogorski manastiri (Vrdnik, Hopovo, Krušedol i dr.)
- Zrenjanin – Ečka – Carska Bara
- Smederevo – Viminacijum – Tvrđava Ram – Golubac
- Kikinda – Čoka
- Dvorci Vojvodine (Kulpin, Fantast, Sokolac i Ečka)
- Nešto drugo (navedite):

CIP - Каталогизација у публикацији -
Народна библиотека Србије, Београд

338.48-6:7/8(497.11)(0.034.2)
069(497.11)(036)(0.034.2)

MUZEJI Srbije kao deo kulturno turističke ponude za porodice sa decom [Elektronski izvor]
/ Ivana Domazet ... [et al.]. - Beograd : Institut ekonomskih nauka, 2018 (Beograd : Institut ekonomskih nauka). - tekst, slika. - 1 elektronski optički disk (CD-ROM) ; 12 cm

Tiraž 30. - Bibliografija.

ISBN 978-86-89465-38-9

1. Домазет, Ивана [аутор]

а) Културни туризам - Србија б) Музеји - Србија - Водичи COBISS.SR-ID 260535308

