

Оригинални научни рад

338.482:316.77(497.11)

338.48-611(497.11)

Богдан Вукомановић

МА, докторанд на одељењу за етнологију и антропологију

Филозофског факултета у Београду

„ПОЉУБИ МЕ” У РОМАНТИЧНОЈ УТОПИЈИ: КУЛТУРНА КОНСТРУКЦИЈА ВРЊАЧКЕ БАЊЕ КАО МЕСТА ЉУБАВИ НА ПРИМЕРУ ЛОКАЛНОГ ФЕСТИВАЛА

Простор и место су у антрополошкој теорији категорије које се углавном узимају здраво за готово, као локалитети на којима се налази предмет истраживања и где се само истраживање одвија. Међутим, савремени радови из ове области упућују на то да су простор и место категорије које су подложне процесима социјалне и културне конструкције. Услед масовног туризма, који је глобално препознат као привредна грана с највише потенцијала да допринесе друштвеном и економском расту, поједина места се испуњавају културним значењима како би привукла што већи број посетилаца. Врњачка Бања, увелико препозната као „краљица бањског туризма” у Србији, у последњу деценију и по изменила је свој изглед и добила претежно љубавни и романтични карактер. Мост љубави постао је један од њених најпрепознатљивијих симбола, а манифестација „Пољуби ме” већ се дванаест година одржава на њему на Дан заљубљених и добија локалну и националну медијску пажњу. У раду се разматра утицај ове манифестације на конструкцију локалног идентитета Врњачке Бање као места љубави, с циљем да се постојећи теоријски и практични радови из области антропологије простора и места допуне локалним примерима с наших подручја.

Кључне речи: простор, место, љубав, романтика, локални идентитет, Врњачка Бања, „Пољуби ме”.

Увод

Врњачка Бања је у Србији позната као „краљица бањског туризма”, али и као најпознатије српско лечилиште које обилује бројним изворима термоминералне воде, парковима и релативно нетакнутом природом. Традицију најпознатијег српског лечилишта стицала је још од 19. века, када је препознат лековити потенцијал њених топлих вода¹, а касније ју је надограђивала разноврсним садржајима. Иако такав имиџ она и данас успешно одржава у националном и регионалном културном имагинаријуму, напор локалних туристичких и културних центара да ово место преобликују из места на које се долази да би се лечила болест у место за побољшање здравља и квалитета живота није прошао неопажено. Данас је Врњачка Бања врло популарно место за долазак младих и здравих особа које су жељне забаве и доброг провода, пошто су у њему смештене неке манифестације које су посвећене срећи и веселу. „Врњачки карневал” и „Лавфест” два су главна догађаја којима се Врњачка Бања истакла као један од водећих туристичких центара у Србији и број њених посетилаца од 2007. године варира између 140 и 160 хиљада, да би 2016. и 2017. премашио 200 хиљада, иако је тај пораст био праћен смањењем просечног трајања боравка.² Ова креативност у осмишљавању културно-забавних садржаја резултирала је већом подршком државе и улагањима у развој Врњачке Бање. Оснажена овом подршком, локална самоуправа наставља да у области туризма бележи значајне резултате, а председник општине Бобан Ђуровић је у интервјуу истакао да је 2019. године број ноћења у овој бањи премашио 1.100.000.³ Притом, није само Врњачка Бања, већ су и оближња села такође била предмет улагања општинских власти, која су видљива углавном у изградњи спортских сала у оквиру сеоских школа и у реконструкцији игралишта на отвореном простору, као начину да се младима понуде места за разоноду. У Врњачкој Бањи у скорије време изграђено је осам нових хотела високе категорије и у приватном власништву, од којих су неки из темеља подигнути, а неки представљају значајно унапређене и реновиране верзије већ постојећих хотелских објеката и њихова изградња праћена је потрагом за радном снагом. Централни парк је преуређен, направљене су фонтане и водопади у самом средишту места, уз помоћ владе Јапана уређен је Јапански врт, општина је откупила од државе централну аутобуску станицу и потом је преуредила, а околна села на територији Врњачке Бање добила су нова игралишта и балон-сале.

Иако здравствени карактер овог места наставља да доминира, последња деценија и по означила је његову симболичку (ре)конструкцију као места

¹ Види: Jelena Borović-Dimić, *Voda u tradiciji i životu Vrnjačke Banje*, Vrnjačka Banja, Zavičajni muzej – Zamak kulture i Kulturni centar Vrnjačke Banje, 2001.

² Jelena Borović-Dimić, *Zdravlje u čaši*, drugo izdanje, Vrnjačka Banja, Zamak kulture „Belimarković” i Kulturni centar Vrnjačka Banja, katalog izložbe, 2019, 40–43

³ https://www.youtube.com/watch?v=tMrnIcJ_hMk, сајту приступљено 9. јула 2020. године.

љубави, забаве и хедонизма (Arsovski 2019). Усмерена превасходно на привлачење нових туриста који ће попунити смештајне капацитете локалних хотела и понудити аутентичне доживљаје и искуства, ова оријентисаност Врњачке Бање на љубавне манифестације има последице по начине на које се она представља широј јавности и гради свој међународни имиџ у све интензивнијој трци с другим местима која кроз туризам покушавају да убрзају свој развој. Мост љубави постао је средиште једне трагичне љубавне приче двоје заљубљених које је рат раставио, те су многи парови, у нади и жељи да ту судбину не доживе, почели да на њега каче катанце с на њима исписаним именима и кључеве бацају у реку, симболички „закључавајући” своју љубав тако да је нико и ништа не може „откључати” и њих раставити. На Дан заљубљених се на овом мосту одржава манифестација „Пољуби ме”, у којој се и млађи и старији парови такмиче у дужини својих пољубаца. На поменутом мосту се први пут одржао и музички фестивал „Лавфест”, који комбинује мотиве електронске музике и спектакла с љубављу и који сваке године пуни хотелске капацитете домаћим и страним гостима, а централни парк шаторима и импровизованим камповима. „Десанкини дани” посвећени су читању поезије у сећање на Десанку Максимовић, која је и удахнула живот причи о Мосту љубави тако што је на њему, према предању, написала своју познату песму „Молитва за љубав”.

Овакве промене Врњачку Бању чине врло погодном за анализу из перспективе антропологије простора и места, како би се додатно оспорила представа о месту као фиксираној локацији на којој се истраживање збива и на којој је предмет истраживања смештен. Место, како ћу у наставку образложити, постаје предмет локалне и културне конструкције и испуњавања значењем. Како сви ти процеси још трају и у пуном су јеку у овом месту централне Србије, они нам омогућавају да проучавамо једну сложену и савремену друштвену праксу. Стога, Врњачка Бања ће се у овом раду посматрати као једно место у настајању, а манифестација „Пољуби ме”, по свом карактеру јединствена у Србији, као средство за културну изградњу места које носи значење љубави, интима и романтике.

Појам места у антрополошкој теорији

Место се у антропологији често узимало здраво за готово, као предмет који сам по себи није нарочито занимљив, као термин који се користи да би се означила локација на којој се неко истраживање врши и на којој је одређена култура смештена, заједно са свим оним концептима и појавама који су за њу карактеристични (Rodman 1992, 640–641; Gupta & Ferguson 1992, 6–7). Према пређашњим схватањима, место постоји само по себи као природна датост на којој се нешто дешава, те је као такво измицало теоријским

расправама. Међутим, то више није случај и антропологија се сада озбиљно бави значајем који пејзажи, архитектура и просторно уређење имају за конструкцију места, а међусобни односи ових појмова с простором и местом на различите су начине доведени у везу, те сваки случај захтева посебан теоријско-методолошки приступ (McKenzie Aucoin 2017, 395). Како Маргарет Родман истиче:

„Места нису инертни контејнери. Она су политизоване, културно релативне, историјски значајне, локалне и вишеструке конструкције. [...] Места нису одређена истраживачима или темама које их интересују у одређеном контексту. Места у свету нашег истраживања нису тотализовани, есенцијализовани производи Запада. Ово води ка другом закључку: наиме, да су места социјални конструкти. Овде се нагласак ставља на места унутар света, на учинковитост појединаца и сила које измичу њиховој контроли. Физичке, емотивне и искуствене стварности које место има за своје житеље морају се разумети одвојено од етнографских локалитета.” (Rodman 1992, 641).

Савремени глобални политичко-економски токови, порозност националних граница, слободније кретање људи, робе и капитала довело је до мишљења да ће простор и место нестати као категорије услед све већих транснационалних токова, међукултурних контаката и фрагментираности простора и времена карактеристичне за модерност. Међутим, Гупта и Фергусон, смештајући проучавање места у оквире ширења глобалног капитализма, у тим процесима виде прилику за истраживање тога како се поједина места замишљају и како долазе у додир с променљивим глобално-економским и политичким условима (про)живљених места (Gupta & Ferguson 1992, 11). И заиста, управо зато што данас многа места почињу међусобно да личе до те мере да их је тешко разликовати, она постају значајнија као извор идентификације, као оно у чему људи у комодитизованом свету проналазе неку врсту сигурног прибежишта које одолева сталној промени. Карен Фог Олвиг истиче да антрополози сада сматрају да места не добијају на значају *упркос*, већ *због* (курзив К. Ф. О.) тога што живимо у свету који је тако блиско испреплетен и да је културни значај који одређена места добијају саставни део глобализације, а не њен антипод (Olwig 2003, 59). Стога можемо закључити да су процеси културне конструкције места релевантне и све више значајне антрополошке теме због процеса ширења глобализације и транснационалног капитализма.

Значајно је овде појаснити концептуалну разлику која се прави између простора, с једне, и места, с друге стране, пошто однос ова два појма није непроблематичан и различити аутори су се према њима односили на различите начине. Сета Лоу сумира схватања односа између простора и места у четири различите теоријске позиције: прва је да су простор и место одвојени конструкти између којих не постоје преклапања и да је само један од њих

теоријски релевантан. Друга, мање заступљена, такође сматра да су простор и место одвојени, али да у одређеним случајевима долази до њиховог преклапања. Трећа, најзаступљенија, заговара став да је један концепт свеобухватнији од другог, а да се онај други налази, иако територијално мањи, као испуњен значењем, за разлику од првог који је мање-више неодређен. Четврта теоријска концептуализација најчешће је коришћена од стране лаика и јавности, а она истиче да између ова два појма нема никакве разлике и да је један од њих, заправо, сувишан (Low 2017, 12–14). У овом раду ће се користити трећа, најпопуларнија перспектива према којој је „простор свеобухватнији конструктор, а место задржава своју релевантност и значење, али само као поткатегија простора” (исто, 12). Разлог за одабир коришћења овог теоријског становишта произилази из феномена којим се овај текст бави, а то су Мост љубави и манифестација „Пољуби ме”, која се на њему одржава, али и због тога што је према њему један појам, у овом случају појам места, смештен у шири контекст појма простора. Мост љубави, лоциран у самом центру Врњачке Бање, место је на којем се љубавни карактер ове бање сажима. Док највећи део Врњачке Бање заузимају виле, хотели, ресторани и извори термоминералне воде, раштркани по ужем и ширем центру града, Мост љубави се диференцира као поткатегија тог ширег простора, смештен на свега неколико десетина метара од самог срца Врњачке променаде. Мост љубави је, дакле, *место* у оквиру ширег *просторног* комплекса, које је главни носилац романтичног идентитета Врњачке Бање. Такође, на ширем плану, сама Врњачка Бања се овим мостом и јединственом манифестацијом која је везана за појам љубави диференцира од других места и градова у Србији, тако добијајући карактер *места* љубави у ширем националног *простору*. Пошто је, дакле, место изабрано као носећи појам овог рада, потребно га је ближе одредити и дефинисати и зато се ослањам на његово одређење које је дала Полин Мек Кензи Оукоин:

„Место је ’уоквирени простор који је значајан за одређену особу или групу током времена’; присуство које се отеловљује кроз људско искуство, снове, перцепцију, имагинацију, сензацију и у ком се осећај постојања на свету може развити. Оно укључује културно значајне локације чији значај лежи у живљеном искуству с именованем, локалним догађајима и сукобима, припајањем прича, афективних искустава, фиксацијом значења и памћењем локација, пејзажа, изграђене околине и телесних тачака. Оне културне активности у којима људи учествују како би простор учинили значајним, било да су ови простори изграђени, прерађени, проживљени или део просторног имагинаријума су просторно конструишуће праксе. Како локалитети преузимају културно значење, она почињу да бивају разликована од генерализованих простора као места.” (McKenzie Aucoin 2017, 397)

Ово одређење изабрано је због тога што упућује на разне начине на које се место може конструисати: кроз догађаје, свакодневицу, приче и наративе, именовање и друге процесе који ће му придати извесна значења. У овом раду ће се, због његовог ограничења, изабрати један догађај који је, ипак, за Врњачку Бању јединствен.

Један од проблема с којима се антрополошке теорије простора и места суочавају јесте њихова примена при анализи конкретних феномена. Сета Лоу понудила је решење предлагањем модела копродукције, који се састоји из истовремених и узајамних процеса социјалне продукције и социјалне конструкције (Low 1996; 2009; 2017). Иако се ауторка у свом раду користи појмом простора, а не места, њена употреба ових концепата нам је од значаја јер указује на начине на које се практично могу применити теоријске расправе о антрополошком изучавању места. Она истиче да:

„[с]оцијална продукција простора укључује све оне факторе – друштвене, економске, идеолошке и технолошке – чији је циљ физичка производња материјалног локалитета. Материјалистички нагласак који појам *социјалне продукције* [курзив С. Л.] носи је користан због дефинисања историјског појављивања и политичких и идеолошких формација урбаног простора. Појам *социјалне конструкције* [курзив С. Л.] онда може бити прикладно резервисан за феноменолошко и симболичко постојање простора посредованог друштвеним процесима као што су размена, конфликт и контрола. Тако је социјална конструкција простора стварна трансформација простора – кроз друштвене размене људи, успомене, слике, и дневну употребу материјалне локације – у сцене и акције које носе симболичко значење” (Low 1996, 861–862).

Иако овај модел неће бити у потпуности примењен, јер је то и немогуће учинити у једном краћем раду, значајан је, јер упућује на дијалогски процес конструкције места као и својеврсне односе моћи. С једне стране, он истиче све оне политичке, идеолошке и институционалне факторе који теже да месту дају посебан одраз и облик, а које најчешће спроводе људи на позицијама моћи с конкретним мотивима и циљевима, док с друге стране истиче оне начине на које људи долазе у контакт с тим циљевима и како им се прилагођавају, тумаче их, усвајају или, пак, оспоравају. Намера оних који желе да Врњачку Бању конструишу као место љубави можда неће наићи на позитиван одговор житеља, који својим свакодневним присуством и коришћењем тог места не приписују жељена значења. И заиста, као што ће се то касније видети, иако се Врњачка Бања од стране једног дела житеља доживљава као романтично и љубавно место, Мост љубави не држи монопол над тим значењима, већ друга места у оквиру Врњачке Бање за њих носе тај призив.

Како се овај рад бави темом љубави, потребно је нешто више рећи и о том концепту, који је предмет друштвено-историјске промене и научне полемике. Пре свега, неопходно је напоменути да се појам љубави у овом раду користи да би се означила партнерска, романтична љубав. Док се психо-

логија најчешће бави категоризацијама и расправама о критеријумима које неки интимни однос мора испунити да би се назвао романтичном љубављу и како такву врсту љубави можемо разликовати од других облика везаности (в. Banić Grubišić 2015, 56–60), социолошке и антрополошке науке показале су да је реч о једном нестабилном и променљивом друштвено-историјском конструкту, који у зависности од културног контекста добија различите облике и перципира се на различите начине (в. Giddens 1992; Lindholm 1998; Ryang 2006; Lee 2007; Bačević 2008; Ilouz 2012). Ипак, она није прошла незапажено и овде ће бити значајно напоменути само то да је сваки процес друштвене промене био праћен и реконцептуализацијама овог појма, покренутим од стране друштвених актера који су у тим процесима учествовали, а то је нарочито уочљиво у земљама које су прошле кроз период транзиције у глобалну капиталистичку привреду (Bačević 2007b; Alexy 2011; Lerner 2015; Lewis 2016; Tran 2018).

Овај рад тежи да појам романтичне, хетеросексуалне, партнерске љубави смести у контекст промене, али и да сагледа не облике које она добија, нити њену унутрашњу динамику, већ значај који има у (ре)конструкцији локалног идентитета места путем једног фестивала љубави, те се, стога, у ширем смислу може укључити у инвентар радова који појам љубави везује за процес културне трансформације. Укратко, у овом раду се разматра однос између емоције и конструкције места.⁴ Сета Лоу истиче да су емоције и афекти кључне компоненте у том процесу, али које нису добиле значајну теоријску подршку у етнографским радовима (Low 2017, 146). Ауторка у том циљу предлаже концепт афективне атмосфере:

„Концепт афективне атмосфере се чини прикладнијим за етнографију простора и места од психолошког конструкта емотивне атмосфере зато што не почива на културно специфичним лингвистичким означавањима емоција, нити је ограничен на искуство и перцепцију појединца или групе. Афективна атмосфера не захтева постојање неког догађаја или друштвеног покрета, иако догађаји могу створити ту атмосферу [...]. То је теоријски концепт чија се предност састоји у томе што је локализован, да циркулише и да се просторно преноси кроз друге медијуме као што су прича, тишина, поезија, музика, песме, радио-преноси, твитови, слике, филмови, инфраструктурну и природну околину.” (исто, 156).

У наставку рада ће се показати да манифестација „Пољуби ме” није неопходна да би Врњачку Бању претворила у место љубави, али је једна од погонских сила за такав процес, упоредо с другим фестивалима сличног карактера, а у њеној реализацији ће се истаћи мноштво медијума који производе специфичну, афективно-љубавну атмосферу.

⁴ Сличан приступ конструкцији места код нас су имали Марија Ајдук и Марко Пишев, који су културну конструкцију места анализирали у односу према одређеној врсти музике (Ajduk & Pišev 2018).

Истраживање је спроведено добро познатим и за антропологију специфичним методом посматрања с учествовањем, које је, опет, само један део прикупљања неопходне етнографије. Серђиу Балан истиче да је за правилно прикупљање етнографије неопходно да се задовоље три услова: дуготрајно присуство антрополога на терену, познавање језика проучаване заједнице и посматрање с учествовањем (Bałan 2011). Према аутору, од три наведена услова, трећи је најтеже одредити, али он у суштини значи да се антрополог интегрише у средину коју проучава и буде њен саставни део (исто 2011, 66). Алпа Шах сматра да је посматрање с учествовањем врло важна и револуционарна пракса, али не као научно-истраживачки метод, пошто је он у антропологији присутан готово више од једног века, већ отуда што се њиме доводе у питање западњачке концепције и начини мишљења и омогућава се нов поглед на ствари, али и зато што може открити идеолошке, историјске и политичке утицаје, који се потом могу оспорити, те тако допринети друштвеној промени (Shah 2017, 47). Како сам одрастао у селу недалеко од Врњачке Бање, а у њој завршио средњу школу и током студија се периодично током зиме и лета враћао у средину из које долазим, у проучавану заједницу сам већ одавно био укључен. Поред тога, у Врњачку Бању сам се у време овог истраживања вратио како бих завршио докторску дисертацију и започео сам стажирање у Завичајном музеју „Белимарковић”. Овај музеј је део локалног културног центра и установа коју посећује велики број туриста. Укључењем у њен рад приближио сам се једној од институција која у великој мери креира имиџ проучаваног места. Иако нисам узео директног учешћа као такмичар у манифестацији „Пољуби ме”, у фебруару 2020. године вратио сам се у своју средину, како бих се ближе упознао с људима задуженим за организацију ове манифестације, а до њих сам дошао посредством претходно успостављених контаката. Те сам контакте проширио кроз процес стажирања у Завичајном музеју и одржавања културних манифестација као што су концерти, изложбе и предавања. Како Културни центар у Врњачкој Бањи тесно сарађује с Туристичким центром, упознао сам људе који су у њему запослени. Људе с којима се јако добро познајем поново сам контактирао, али сам упознао и друге, попут локалних продаваца сувенира, радника у јавним службама, општини, као и приватне предузетнике.

У складу с наведеним теоријско-методолошким оквиром, у наставку рада презентујем своја посматрања и утиске с терена, краће интервјуе с учесницима манифестације, изјаве у новинама поводом манифестације „Пољуби ме” из текуће, као и из претходних година, видео-садржаје с интернета, неформалне и формалне разговоре с посетиоцима и организаторима из Туристичког центра Врњачка Бања (у даљем тексту: ТЦ ВБ) и утиске локалног становништва поводом ове манифестације. Такође, уз помоћ пријатеља из редакције *Врњачких новина* дошао сам до примерака овог часописа, који на месечном нивоу извештава о дешавањима на територији општине, а на интернету сам слушао извештаје других медија о догађају. Присуствовао сам самом фестивалу и на лицу места видео његово збивање

и, колико су то околности дозвољавале, долазио до могућности да укратко поразговарам с неким паровима који су били учесници такмичења. Догађај „Пољуби ме” изабран је као репрезентативан из два разлога: зато што је, као што је наведено, јединствен у Србији⁵ и зато што је, за разлику од других сличних фестивала, најуже везан за промоцију љубави. Током његовог трајања доминира дискурс о Врњачкој Бањи као месту љубави, за разлику од „Лавфеста”, који промовише електронску музику, и „Десанкиних дана”, који се баве промоцијом песништва. Циљ ми је био да прикупим оне податке који ће ми помоћи да уочим однос између начина на које се Врњачка Бања представља у медијима и од стране организатора из ТЦ ВБ, па и током самог догађаја, али исто тако и да дођем до реакција локалног становништва на те тенденције. Дуготрајно присуство у заједници ми омогућава да уочим и неке друге актере који су резервисани према конструкцији Врњачке Бање као места љубави и о њој гаје потпуно другачију слику. Такав приступ допринеће расветљавању различитих утицаја и друштвених сила које доприносе изградњи локалног културног идентитета, још једном указујући на значај места као аналитичке антрополошке категорије.

Волети се у Врњачкој Бањи

Манифестација „Пољуби ме” од 2009. године се традиционално одржава сваке године на Мосту љубави на Дан заљубљених⁶ и такмичарског је карактера. Мост љубави тог дана, поред мноштва катанаца, бива украшен црвеним и белим балонима у облику лабуда, који, пријањајући један уз други, формирају мотив срца, великим натписима на којима пише „Врњачка Бања” или „Љубав”, а мост је ограђен тако да се онемогући промет преко њега током самог догађаја. Почело је у 12 часова и поред моста је постављен штанд на којем се на лицу места пријављују тек придошли такмичари, или они који су претходно резервисали своје учешће. Сви пријављени такмичари добили су посебне мајице, које су носили током такмичења, и након њега, као поклон. Такође, имали су прилику да се пре такмичења и након њега сликају уоквирени импровизованим и украшеним црвеним рамом. Такмичење се састоји из тога да пријављени парови на знак организатора (односно, почетком ритма музике праћеног малом кишом украсних папирића који падају по такмичарима) почну да се љубе и од тог тренутка с љубљењем не смеју стати. Док су се парови љубили, локална певачица је забављала присутне певајући неке од најпознатијих љубавних песама, а водитељка програма повремено се обраћала гледаоцима са занимљивостима

⁵ Слични догађаји су покушани и у другим градовима као што су Крагујевац и Нишка Бања, али Врњачка Бања и даље остаје препознатљива по овој манифестацији, као њен зачетник.

⁶ Манифестација је једне године отказана због лоших временских услова.

о Мосту љубави, Врњачкој Бањи и порукама о значају љубави. Гледаоци су почели да се окупљају и крај ограђеног простора су посматрали читав догађај, а по мојој слободној процени било их је између стотину и две стотине. Како се догађај одвијао у самом центру места, многи пролазници су застајали, како би видели шта се збива. Број посматрача се постепено осипао због једноличности и монотоније такмичења, које су повремено биле разбијане изјавама водитељке или пи-ара Туристичке организације. Сама манифестација је дала повода неким уличним продавцима да своје понуде изложе непосредно у близини догађаја.

Афективна атмосфера, о којој се говорило у претходном поглављу, у овом се случају стварала и преносила путем неколико медијума: самим догађајем који је давао утисак празничног и фестивалског расположења, музиком која је свирала и певачицом која је певала љубавне песме, као и водитељком која је повремено говорила мотивационе поруке у којима се непрестано истицало да ће „љубав спасити свет”. Украсни папирићи, црвено-беле мајице на којима је писало „Пољуби ме”, црвени и бели кишобрани који су се делили такмичарима када би се јавиле капљице кише додатно су појачавали тај утисак. Дискурзивно (песмама и мотивационим порукама) и материјално (кишобранима, украсним папирићима, натписима, мајицама, украсним рамом, катанцима на мосту и самим мостом) стварала се и преносила атмосфера која:

„није инертан контекст, већ поље силе у којој се људи налазе. Она није производ других сила већ живљени афекат – капацитет да се афектује и да се буде подложен афекту који садашњост усмерава ка композицији, експресивности, осећају потенцијалности и догађају. То је усклађивање чула, рада и имагинаријума потенцијалних начина живљења унутар или кроз ствари” (Stewart 2011, 452 према: Low 2017, 157).

Оваква атмосфера ствара утисак да се живи у присуству и месту које је у потпуности прожето љубављу као медијумом за његов доживљај.

Главно такмичење се одржава у категорији најдужег пољупца, где је победник онај пар који најдуже издржи љубећи се. После отприлике 40 минута пропозиције постају строже, пошто се од парова тражи да се љубе стојећи на једној нози, делимично како би се трајање манифестације – која својом једноличношћу не успева да задржи пажњу гледалаца – скратило. Ове године оборен је рекорд у трајању од 112 минута од стране пара из Медвеђе код Трстеника, који већ пети пут побеђује у овој категорији. Поред тога, остале категорије у којима су се парови такмичили биле су – најстарији, и најатрактивнији пар. Ове године било је укупно тринаест парова, највише до сада, а такмичари су долазили из свих крајева Србије, као што су Шабац, Зрењанин, Крушевац, Краљево, Београд, Опово итд. (*Врњачке новине*, фебруар 2020, година LIII, број 151, 24–25). Победници у овим категоријама добили су награде које су обезбедили поједини хотелијери у Врњачкој Бањи

као покровитељи манифестације, а награде су биле услужног карактера, као што су романтични викенд за двоје, романтичне вечере, спа третмани итд.

Ову манифестацију организовао је ТЦ ВБ под покровитељством Општине, а њој је присуствовао и председник општине Бобан Ђуровић, који је након догађаја изјавио да ова манифестација добија на популарности, једним делом захваљујући инвестицијама које у Врњачку Бању пристижу током претходне две године, и да новоотворени хотелијери узимају учешће у овој манифестацији као њени покровитељи и привлаче нову клијентелу (исто, 25).

Мост љубави је атракција за многе посетиоце и они који дођу у Врњачку Бању желе да га посете и на њему се сликају.⁷ Иза себе он крије једну трагичну љубавну причу истакнуту на табли одмах поред Моста. Прича је везана за заљубљени пар – српску учитељицу Наду и војника Рељу – које је раставио Први светски рат. Када је Реља по одласку на фронт у Грчку нашао другу жену, Нада је туговала. Девојке су, потресене Надином судбином, почеле да каче катанце како би своју љубав овековечиле, а потом кључ од катанца бацале у реку како га нико не би могао наћи и њиме љубав раставити.⁸ Десанка Максимовић, позната српска песникиња, била је редовни посетилац Врњачке Бање и, према речима организатора манифестације, сваке године је у њој проводила три месеца, на том мосту написала је једну од својих најпознатијих песама, „Молитва за љубав”, и у њену се част сваке године одржавају „Десанкини дани”, где се чита поезија у присуству других књижевника и песника.

Мост љубави је врло брзо постао једна од атракција која се налази насликана на великом броју сувенира, магнета, шоља и разгледница, а број катанаца је према казивању организатора толико велики да се повремено неки од катанаца скидају како би Мост могао да издржи њихов терет. На другим мостовима у Врњачкој Бањи такође се може наћи понеки закачени катанац који своје место није могао наћи на Мосту љубави, али је њихов број занемарљив. На друштвеним мрежама сам могао видети и да понеки тек венчани млади парови често имају обичај да на њега, у свадбеној одори, закаче катанац, а потом ту слику поделе на интернету. Хотелијери у Врњачкој Бањи се ослањају на ову романтизовану слику, па у својој понуди имају романтичне викенде за двоје који у аранжманима, између осталог, укључују

⁷ Традиција качења катанаца није непозната у осталим градовима у Европи и запажена је у научној литератури. Стефан Бораз је, анализирајући Мост љубави у Паризу, уочио да долазак на мост од стране посетилаца представља вид ходочашћа и обред прелаза с извесним специфичностима у погледу циља качења и симболичког одраза ритуала (Bogaz 2019). Синтија Хемонд је катанце у мађарском Печују видела као полиморфне и полисемичне одразе религијских и музичких супкултура и симболе отпора некадашњој социјалистичкој државној култури и савременој туристичкој визији града (Hammond 2010). Сери Хоулбрук је истраживала качење катанаца у Манчестеру у циљу преиспитивања археолошких начина долажења до закључака приликом откривања артефаката (Houlbrook 2018).

⁸ <http://www.vrnjackabanja.co.rs/srpski/sadrzaj/turizamglmeni/mostljubaviglmeni>, сајту приступљено 4. априла 2020.

и кључ и катанац за Мост љубави. Будући да је тако брзо постао симбол места које је свој здравствени карактер градило скоро век и по, Мост љубави је инфраструктурни елемент који доприноси трансформацији овог места у место љубави, а сама његова позиција у центру Врњачке Бање може бити протумачена као покушај да се љубав представи као део симболичког језгра овог места, око којег су остали здравствени и угоститељско-хотелијерски објекти смештени.

Прича о Рељи и Нади је, како сам сазнао од организатора манифестације „Пољуби ме”, који је желео остати анониман, нађена у једној књизи о Врњачкој Бањи и део је народног предања за које се не зна да ли је истинито. То јој, ипак, није сметало да се прошири и ван континента, па је чак и „Њујорк тајмс” у једном свом извештају споменуо ту причу као извориште традиције качења катанца која је већ постала нека врста ритуала за младе заљубљене парове у Европи,⁹ и приказана у домаћим серијама.¹⁰ Мотив за организацију ове манифестације је тежња да се сачува успомена на Десанку Максимовић и на причу о Мосту.

Организатор је такође истакао у разговору да је измењена структура гостију била један од повода да се допуни симболички садржај места:

„Структура гостију у Врњачкој Бањи у задњих 10 година се драстично променила, али кад кажем драстично, то баш буквално значи драстично. Много мали број сад долази у Бању ради лечења. Сад људи у Бању долазе ради одмора, забаве, учешћа на разним манифестацијама, радничко-спортским играма, семинарима, конгресима и то све. Кад се неки статистички податак погледа ко су ти људи који долазе у Бању, то су углавном породични људи са децом или парови. Једноставно, Врњачка Бања покушава да промени ту слику о себи да је лечилиште, да је за старе и болесне и могу да ти кажем да успевамо јако добро у томе и човек који једном дође у Врњачку Бању, он се баш буквално заљуби у њу. Буквално су људи изненађени како Врњачка Бања изгледа. Ја радим на таквом месту где причам са људима, спроводимо анкете у Туристичко-информативном центру и оно, сви причају као: ’ало, бре, ово није то то, нема маторих, старих људи, болесних деда, баба. Ово су, бре, млади људи, овде је живо, овде је жамор, весело; у фазону дешава се нешто.”

Организатор манифестације „Пољуби ме”

Дакле, манифестација „Пољуби ме” је превасходно последица промене структуре гостију који долазе у ову бању. Тежња да Врњачка Бања промени

⁹ <https://www.nytimes.com/2014/04/28/world/europe/on-bridges-in-paris-clanking-with-love.html>, сајту приступљено 4. априла 2020.

¹⁰ У петој епизоди популарне домаће серије „Мој рођак са села” у једној сцени је приказано како одбегли млади пар на Мосту љубави закључава катанац и баца кључ у реку.

свој имиц из лечилишта у место забаве и љубави, како сматра Петар Арсовски, део је ширих културних политика Европске Уније (Arsovski 2019, 56–57), што поменути феномен смешта у шире друштвене токове. Иако се Арсовски претежно бавио значајем музичких фестивала, слична порука важи и за љубав, јер један од циљева који ТЦ ВБ има је помирење различитих вера и нација, а нарочито оних с простора бивше Југославије, која је обједињавала народе трију вероисповести:

„То смо уприличили за Светог Трифуна, пошто је то православни празник, а код католика је то Свети Валентин, то је празник љубави, код нас празник вина, и хтели смо на неки начин да приближимо православце и католике јер ми сматрамо да су људи – људи, да се деле само на то ко је добар, лош, а никако по вери или по нацији. У прошлости је било ту преко двеста парова који су се љубили до сада на Мосту љубави, на овом такмичењу, и било је и православца, и католика, и муслимана. Свих вероисповести су се људи љубили без неког одређивања да ли је то празник католички или неки други, тако да је наша жеља да помиримо све те нације без обзира на то ко коме припада. [...] То је наше уверење због оних што стално критикују нешто: те православци, те католици, те муслимани... Овде се нисмо обазирали на те приче, јер по некој историји, статистици, пре распада Југославије највећи број гостију који је у Врњачку Бању долазио је био муслиманске вероисповести, из других држава экс-Југославије. Највише смо гостију имали из Босне, Новог Пазара и тако то.”

Организатор манифестације „Пољуби ме”

Дакле, у говорима оних који су задужени за организацију овог фестивала доминира дискурс љубави као посредника у измирењу претходно зарађених народа. Таква уједињујућа порука била је мање експлицитна, али опет приметна у поруци коју је водитељка програма пре почетка фестивала саопштила присутнима:

„Традиција каже да Врњачка Бања жели да сваке године одавде, са Моста љубави, на месту када се сусрећу зима и пролеће и када се буде она најнежнија осећања, када се буди живот, да поручи да у Врњачкој Бањи има места за свакога ко жели да ужива у животу и у љубави и жели исту такву слику да пошаље у свет. Дакле, добар дан и добро ви нама дошли.”

Водитељка програма „Пољуби ме”

Поруке уједињења у овим су изјавама уско везане за појам љубави као емоције која најбоље може допринети остварењу тог циља. Сара Ахмед истиче да емоције не почивају у појединцу, већ да циркулишу између тела, на тај начин конституишући границе међу њима и уједињујући их у циљу

супротстављања неким другим друштвеним групама, које се перципирају као угрожавајуће:

„[E]моције стварају ефекат површине и разграничења који нам дозвољава да разликујемо оно што је унутра и оно што је ван. Емоције, дакле, нису нешто што 'ја' или 'ми' имамо, већ средство којим одговарамо на објекте и на друге и преко којих стварамо границе: 'ја' или 'ми' смо обликовани и преузимамо облик контакта са другима. [...] Другим речима, емоције нису 'унутар' појединца или групе, већ производе површине и границе које дозвољавају појединцу и друштву да се оцртају као објекти.” (Ahmed 2004b, 10).

Ахмедова овде истиче да емоције функционишу као средство за оцртавање и стварање осећаја јединства друштвених група које се потом диференцирају од других група. У овом случају, љубав као емоција покушава да конструише Врњачку Бању као место љубави и јединства свих народа и нација, и тако оцрта границе места на основу те емоције, а потом да се, како је у говору организатора манифестације „Пољуби ме” назначено, дистанцира од оних који деле људе по верској или националној основи и који „стално критикују нешто”. Врњачка Бања је место, а љубав је њена граница која дели „добре и лоше”, односно оне које су „способни” да осете љубав и оне који то нису. Природа границе Врњачке Бање као места је емотивно-морална, а не верско-национална. У том процесу, стара је граница померена и на њено место постављена је нова, а на тај начин „[т]ериторијалност је тако поново уписана управо на оној тачки на којој прети да буде избрисана” (Gupta & Ferguson 1992, 11).

Врњачка Бања, иако популарна туристичка дестинација, има великих проблема да током зимске сезоне попуни хотелске капацитете. Манифестација „Пољуби ме”, иако није у тој мери популарна да би привукла велики број људи у Врњачку Бању, такође је туристичког карактера и они који дођу за тај дан у ово место, у њему се и задрже неколико дана. Број новопридошних људи није велики, али овај својеврсни фестивал љубави ствара утисак динамичности и несвакидашње атмосфере, а велики број репортера осећај многобројности. Туристички потенцијал ове манифестације препознат је како у горенаведеној изјави председника општине, тако и у изјави коју је организатор дао приликом ранијих фестивала, показујући да жеља да се прошири порука љубави није једина која је водила стварању овог такмичења, већ да ту постоје маркетиншки и економски разлози:

„Жеља да представимо Врњачку Бању као једну од водећих туристичких дестинација у Србији, као и да буде више љубави међу нама, да се људи воле без обзира на године, веру, расу, била је основни мотив организовања ове манифестације. Видели сте да се на Мосту љубави, једном од симбола Врњачке Бање, окупио импозантан, до сада незабележен број новинара, чије су репортаже освануле у свим најзначајнијим

електронским и штампаним медијима (*Б92, РТС, Пинк, Авала, FOX, РТК, ТВКВ, К9, Новости, Блиц, Политика, Ало, Глас јавности, Газета* и др.)” (Врњачке новине, фебруар 2008, година XXXXI, број 7, 27).

„Такмичење за најдужи пољубац долази у време када Врњачка Бања бележи највећи број туриста у српским бањама. То се одразило на тај начин што смо имали за 30 одсто више ноћења него прошле године” (Врњачке новине, фебруар 2014, година XLVII, број 79, 22).

Довођење овог фестивала у везу с развојем туризма омогућава да се уоче нове везе између љубави и изградње локалног идентитета Врњачке Бање, пошто је туризам препознат не само као средство за укључивање у глобалну економију (Ваћевић 2013; Јовановић 2013), већ и као средство за изградњу и брендирање националног и локалног идентитета (Јовановић 2013). Фестивали који, попут овог, поспешују развој туризма, који су препознати као средства за економски развој (в. Butcher 2006, 22; Marciszewska 2006; Quinn 2010), такође утичу на начине на које ће се одређено место перципирати, односно утичу на „доживљај места” (енгл. *sense of place*) који Моја Книфси одређује као „доживљај који људима омогућава да осете да ’припадају’ неком месту или да неко место ’припада’ њима” (Kneafsey 1998, 112). Тај појам означава једно лично, непосредно, субјективно искуство према којем неко може успоставити близак однос с местом у којем се налази. Моја Книфси, разматрајући утицај туризма на идентитете места, одбацује доминантне теорије по којима туризам или чува, или уништава локалне идентитете, и предлаже, слично као и Сета Лоу, дијалошки модел по којем локални резиденти могу на различите начине одреаговати на покушаје трансформације места. Она наводи:

„Туризам нити (ре)конструише, нити уништава претходно фиксирани и стабилни идентитете места, већ доприноси сталном процесу измене, док је у исто време посредован елементима континуитета који постоје унутар месних идентитета. Како Оукс (1995) предлаже, туризам би, стога, требало промислити као још један процес кроз који се локални идентитети константно реконструишу.” (исто, 114).

Дакле, посредством туризма, за чији развој је ТЦ ВБ био задужен, а чији развој је и један од мотива за одржавање манифестације „Пољуби ме”, даље доприноси конструкцији идентитета Врњачке Бање као места љубави.

„Пољуби ме” није једини фестивал који тежи да Врњачку Бању конструише као место љубави. Иако је за то поставио темеље, друга дешавања с тематиком љубави, као „Лавфест” или „Десанкини дани”, такође имају удела у томе. Будући да је тема љубави заживела као део локалног идентитета, неке друге манифестације с овом тематиком могу се очекивати у будућности. У разговору с људима запосленим у *Врњачким новинама*, уредница овог часописа најавила је да ће председнику општине поднети предлог

пројекта на којем ради већ неколико година и који је назвала „Сајмом љубави”. Природа те манифестације би, како је рекла, била таква да би се на њему скупили самци оба пола из других делова Србије, који ће ту моћи да пронађу љубав. Други запослени који су у том часу присуствовали обзнањивању ове идеје били су њоме задовољни, али ипак, то за сада остаје само на нивоу замисли. Ипак, имајући у виду удвостручене инвестиције које у Врњачку Бању стижу од државе и солидан почетак који је манифестација „Пољуби ме” направила, можемо очекивати да ово мало место централне Србије не буде познато само као место где се љубав слави и дешава, већ и као место где се љубав ствара.

Љубав између похвале и скепсе

У досадашњем делу рада пажња се задржала на оним елементима и процесима који наглашавају промену, или макар тежњу за њом, од стране ТЦ ВБ, који је овом манифестацијом – чија је припрема коштала свега око 500 евра – опет донео далеко више зараде од ове скромне цифре. Имајући у виду писања и извештавања таблоида и електронских медија, као и репортажа постављених на *YouTube* каналу, Врњачка Бања успева да се оваквом пропагандом у колективном имагинаријуму од места здравља преобрази у место љубави.

Међутим, Книфси пише:

„Док идентитети могу бити у константном процесу промене, такође постоје и елементи континуитета који омогућавају да се говори о доживљају места, да се направе квалитативне, субјективне изјаве о томе како места изгледају. Однос између промене и континуитета је у сваком месту различит, а промена је у неким местима много бржа и приметнија него у неким другим. Иако туристичка индустрија може тежити да представи поједностављену, лако преносиву и већ спремну слику неког места, ове конструкције постоје упоредо са другим дубоко укорењеним изражајима месног идентитета над којима не морају нужно доминирати нити их надјачати.” (исто, 114).

Идентитети, стога, нису тако лако заменљиви и није могуће направити радикалан раскид с претходним поимањима одређених места. Њихови дотадашњи идентитети пружају отпор променама и опирају им се. Сета Лоу истиче да је „[j]едан од најефикаснијих начина да се истражи социјална конструкција места анализа ’оспорених простора’, оних ’места где се актери укључују у опозицију, сукоб, субверзију и отпор’ – најчешће с различитим приступима моћи и ресурсима” (Low & Lawrence-Zuñiga 2003, 18 према: Low 2017, 75). Оно што ће, дакле, у овом делу бити истражено јесу одговори локалног становништва и посетилаца на покушаје социјалне продукције места од стране ТЦ ВБ и њених покровитеља и партнера.

Слика о томе да је Врњачка Бања место љубави наишла је на делимичан отпор и критику локалног становништва, па чак и неких гостију који ово место и даље виде претежно као бању и лечилиште. На примеру „Лавфест” фестивала, Арсовски је забележио и случајеве негодовања због превелике буке коју та манифестација прави и употребе наркотика, која се шири упркос тежњама полиције да ту праксу сузбије (Arsovski 2019, 28–55), као и због загађења животне средине, која се огледа у хаотичним и прљавим парковима када се тај фестивал заврши. За манифестацију „Пољуби ме” и за Мост љубави мештани су такође имали подељена мишљења. Пре свега, локално становништво чврсто верује да је читава прича у вези с трагичним судбинама Наде и Реље измишљена у пропагандне сврхе, али, упркос томе, многи подржавају њену инструментализацију у циљу доношења профита. Локална продавачица сувенира која ради у повећој радњи на променади, иначе мастер туризмологије, била је чврсто уверена да је прича о Мосту љубави чиста фабрикација, а да се Врњачка Бања изградила захваљујући природним атракцијама и минералним изворима, док је тек касније почела да се развија у складу са захтевима савременог туристе који сада чезне за спа и велнес центрима, ванпансионским услугама и одмором који је леп, забаван, занимљив и опуштајући. Такав одмор супротставила је савременом, убрзаном и стресном начину живота. Према њеном мишљењу, потреба савременог туристе јесте уживање у сваком смислу.

Слично размишљање имала је и директорка Угоститељско-туристичке школе у Врњачкој Бањи. Она је у причи о Мосту љубави видела фабрикацију, али њене критике су биле упућене на рачун тога што је манифестација напросто монотона. Према њеном мишљењу недостаје организованост и сматра да би фестивал био много успешнији уколико би се уприличили дочек и смештај за све такмичаре, а да се у току самог такмичења одвијају друге активности, уместо да се само посматрају парови који се љубе. За њу би боља промоција омасовила тај догађај и омогућила већу зараду хотелима у току зимске сезоне. Овакви и слични коментари и размишљања нису видели тежњу ТЦ ВБ да помири вере и нације, већ је за њих посреди била искључиво жеља за профитом. Укратко, за њих је туристички потенцијал фестивала „Пољуби ме” био само бренд који се може и мора боље испромовисати, како би довео до веће зараде. Другим речима, испитаници нису били критички настројени према комерцијализацији која лежи у тим процесима, већ су подржали идеју да туризам може и мора допринети локалном развоју. Некритичан однос према туризму, као по сваку цену оправдано средство за економски раст на примеру Књажевца уочила је Јана Баћевић (Baćević 2013), а Деана Јовановић је на примеру брендирања Србије показала како се политикама туризма тежи изменити њен међународни имиџ, тј. слика која се шаље у свет симболички „продајући свој идентитет” (Jovanović 2013). Ипак, очекивано је да овакав однос према Врњачкој Бањи углавном имају они који долазе из струке на коју се ово место највише и ослања.

Овде, дакле, имамо ситуацију да се један циљ ТЦ ВБ (измирење народа и вера) не усваја од стране народа, али се други циљ (развој туристичког и економског потенцијала) ове манифестације – подржава. Међутим, током боравка у Врњачкој Бањи, временом ми се искристалисао утисак да локално становништво нема велику жељу да се у тај пројекат активно укључи, рецимо, учествовањем у фестивалу љубљења. И заиста, парови који се љубе на фестивалу углавном долазе са стране, а потенцирање медија да на овај догађај долазе људи из свих делова Србије као да подржава ту чињеницу. Житељи овог места (макар они с којима сам ја разговарао, а међу којима су били и млади људи) нису се до сада укључили у ово такмичење, нити су имали жељу да га у будућности омасове сопственим учешћем, а њихови разлози за то били су различити. Девојка у средњим тридесетим, која је запослена у Музеју бањског лечења истакла је да, иако је била скоро шест година у обећавајућој вези, није желела да учествује у овом такмичењу јер јој је било непријатно и неумесно да своју интиму јавно исказује пред мноштвом гледалаца. Такође, била је и врло негативно критички настројена према имицу који Врњачка Бања гради последњих година, јер мисли да се то чини на штрб очувања природе и животне средине, које највише испаштају због нових грађевинских пројеката. Иако и она сматра да је прича о Мосту љубави јако добар извор прихода, ипак заступа став да зелене површине морају бити приоритет за место какво је Врњачка Бања. Аверзија се такође могла видети и према самом значењу које Мост љубави носи. Локално становништво, поред тога што, како је већ речено, углавном пориче истинитост приче везане за њега, сматрајући га пропагандним средством, обичај качења катанаца види као одраз ирационалности и сујеверја, а у таквој пракси нису проналазили никакав смисао чак ни они који су катанац некада раније окачили, јер су то описали као „чисто помодарство”.

„Сматрам да је то сујеверје, под број један, а под број два, лично сам видео како се ти ланци скидају са моста: ланци, катанци, шта год: тако да знам да је то, ето, једна лепа замисао и да једном у два-три месеца дође човек са алатом и скине један део ланаца јер ти мостови нису намењени да носе толики терет. Тако да, и да качиш катанац, то нема баш нешто претерано смисла јер доћи ће човек и скинуће то. То је више плацебо код људи у глави да они своју љубав одрже ту. *Nice touch*, али потпуно бесмислено.”

Дејан Богичевић (25)¹¹

„Качио сам када сам био баш, баш, баш млад, са неких 14–15 година. Не постоји неки посебан разлог, већ помодарство чисто. Као и сваки млад човек, из помодарства сам то радио, просто хтео сам да

¹¹ Имена су лажна ради заштите идентитета испитаника.

испоштујем тај обичај. Нема то неког посебног значаја или да је нешто вредно помињати. Људи то раде, ето, из помодарства.”

Синиша Дебелјак (25)

Домаће становништво, дакле, углавном не придаје Мосту љубави неку симболику, а у такмичењу „Пољуби ме” не види нешто више од жеље општине за профитом. Оно што их одбија код овог фестивала јесу транспарентност љубави и њено јавно исказивање. Љубав се у овом месту перципира као приватна и лична ствар и због тога врло мали и занемарљив број учесника у њему чине парови из Врњачке Бање. Улична продавачица била је једна од ретких која, држећи тезгу одмах крај самог моста¹², у њему види једну лепу причу, романтично место за младе и заљубљене, али већина младих и средовечних људи не придаје значаја томе. За њих су Дан заљубљених и фестивал њему посвећен комерцијализоване прилике за зараду, о чему је већ писала Јана Баћевић (Ваћевић 2007а), а мноштво тезги које продају макете Моста љубави и друге предмете са сличним мотивима, као и награде намењене победницима фестивала, сведоче у прилог њеној тези.¹³ Баћевићева у том раду Дан заљубљених супротставља прослави 8. марта, Дана жена, и истиче да је Валентиново бацило у сенку празник који је био посвећен борби за права жена, те је тако један празник који је био јаван и националан сада заменио празник који парови прослављају сваки на свој начин, у приватној сфери. На тај начин је Баћевићева Дан заљубљених имплицитно сврстала у домен приватног, али фестивал на Мосту љубави ипак оповргава ту претпоставку с јавним симболима и јединственом организацијом која тај празник ипак чини колективном прославом.

Без обзира на изражену скепсу житеља овог места, Врњачка Бања у неким сегментима за њих носи призив романтике, али ту романтику људи смештају на другачија места, или је на други начин замишљају. Дејана (25) је отворено оспорила романтичност фестивала „Пољуби ме”. Врњачку Бању, овакву каква је, не види као романтичну, и пре свега је доживљава као место свог одрастања и сазревања, на тај начин успостављајући лични однос према њој. Иако се жестоко противи комерцијализацији, она ипак сматра да ово место има потенцијал да буде романтично, ако у овом тренутку већ није, те предлаже алтернативну манифестацију која би за њу имала више љубавног карактера од постојеће:

¹² Сваки посетилац би током шетње врњачком променадом видео око двадесетак тезги на којима се продају разноврсни сувенири и ситне ствари. Док су све тезге на први поглед исте, тезга коју је ова госпођа држала одмах до самог Моста љубави је, према речима запослених у ТО ВБ, на лицитацији достигла цену већу него све друге тезге на променади, само због своје локације.

¹³ За комерцијализацију љубави и њену инкорпорираност у капиталистичку економију види Illouz 1998.

„А зашто не би организовали цез фестивал, то може имати везе са љубављу, романтичне вечере уз цез музику? Не – зато што цез није комерцијала. Значи, овде се ради о комерцијалним стварима које становништво, они који су циљна група, медиокритети којима је то упућено, то прихвата и слуша, и воли, и ложи се на такве ствари. Зашто цез фестивал не би могао да буде романтичан, у парку, с упаљеним бакљама?“

Дејана Димић (25)

Овим је романтика смештена не на Мост љубави, већ на парк и зелене површине које су у причама и наративима становника, али и посетилаца, били означени као главни носиоци љубави. Млади људи с којима сам разговарао, а којима је конструкција Врњачке Бање као места љубави превасходно упућена, романтику виде у природи коју она већ поседује, а не у манифестацијама које се ту одржавају и фабрикују за привлачење туриста. Врњачка Бања је за њих превасходно лечилиште, али лечилиште које је већ од раније имало љубавни карактер због природе којом обилује. За њих је Врњачка Бања, дакле, већ била место љубави, те су покушаји да се она таквом начини неуспешни и сувишни. Парадоксално, што се више ТЦ ВБ труди да Врњачку Бању учини местом љубави, она јој у очима становника све више одузима такав карактер. Ови примери нам показују да су места конструисана, а у стварности често оспоравана, и да на њима можемо видети како се сударају предузетничке концепције разменљиве вредности (енгл. *exchange value*) и резиденцијалне концепције употребне вредности (енгл. *use value*), при чему се прве односе на комодитизоване и комерцијалне облике конструкције места, а друге се односе на некомодитизоване и субјективне перцепције места, као што је то осећај „бити код куће“ и у свом дому (Rodman 1992, 647). За мештане је Врњачка Бања превасходно бања, оно што је раније била и оно по чему је препознатљива, док су забавни садржаји за њих само маркетиншке стратегије.

Архитектура и градња су неки од најважнијих фактора који доприносе симболичкој изградњи једног места (Low 2017, 36–38). Током свог рада у Завичајном музеју „Белимарковић“ упознао сам се с његовим садржајем. Поред изложби разноврсног карактера посвећених значајним личностима овог места, у њему се већ неколико година налази изложба под називом „Здравље у чаши“. Поставка представља старе бањске чаше и друге народне предмете од дрвета, пластике и порцелана, из којих се испијала и у којима се чувала термоминерална вода. Управница ове установе, а уједно и ауторка поменутих изложбе, често у својим изјавама за телевизију (али и у неформалним разговорима) истиче да је Врњачка Бања првенствено лечилиште, и гаји изразито негативан став према Мосту љубави. Њена највећа замерка је та што је поред многих документованих и потврђених љубавних прича из Врњачке Бање за њену промоцију употребљена једна измишљена легенда. Иако не негира љубавну историју и прошлост овог места, ипак сматра да је лечење његова примарна функција, а љубав и разонода су за њу допуна тог

лечења. Изложба „Здравље у чаши”, као и друге изложбе које су посвећене материјалној култури с ових простора и култури сећања на старе бањске виле, стоје у очигледној опозицији према савременим облицима промоције Врњачке Бање и показују међусобно супротстављајуће контексте који у историјској перспективи производе једно место (Apaduraj 2011, 274–276).¹⁴ Случај Врњачке Бање представља мало компликованију слику у виду Музеја бањског лечења, отвореног у мају 2015. године на спрату изнад једног кафића на централном тргу Врњачке Бање. Овај музеј, који су Музеј науке и технике из Београда и локална општина подигли средствима Министарства културе, излаже стара медицинска средства којима су бањски лекари лечили болесне, њихове писане рецепте и упутства везана за испијање минералних вода и режим исхране, и тако Врњачку Бању представља кроз призму здравља и лечења уместо романтике.

Када се од Моста љубави крене променадом ка извору „Снежник”, наићи ће се на велики број дрвених штандова на којима се продају сувенири од најразличитијег материјала и разнолике намене. На штандовима код централног трга локално становништво продаје лековито биље и природне препарате, као терапију за болести срца, варења, коже, напетости, али и домаће производе попут ракије и меда. Мештани кроз своју активност на овим штандовима теже да увећају своје приходе и несвесно или свесно допуњавају биомедицински лечилишни карактер овог места народном медицином.

Међутим, било би погрешно тврдити да локално становништво не доприноси конструкцији Врњачке Бање као романтичног места. Само зато што многи сматрају да је легенда о Нади и Рељи измишљена не значи да мештани нису својим обрасцима понашања допринели њеној симболичкој изградњи. Социјална конструкција простора одвија се и на несвесном нивоу, кроз његово свакодневно коришћење или одсуство коришћења (Low 2017, 68) и кроз уобичајене друштвене активности стварају се контексти који често одлазе ван постојећих материјалних и концептуалних граница (Apaduraj 2011, 275–276). Највише у току сезоне, променада и централни парк су први избор породица, заљубљених и брачних парова за шетњу. Несумњиво, већина њих су посетиоци, али и по објавама на друштвеним мрежама и по казивањима испитаника, централни парк је често споменут као место где се излази с партнером, брачним другом или с децом. И поред тога, најбољи пример несвесне конструкције Врњачке Бање као места љубави од стране мештана је Ђорђе Петровић, млади локални самоуки лицидер, који недалеко од центра држи радионицу и штанд с великим бројем лицидерских срца. Поред једног романтичног обичаја који је везан за њих, важно је напоменути да су Ђорђева срца привукла пажњу модног креатора Џорџа Стајлера, који их је касније приказао у оквиру

¹⁴ Ападурај користи појам „суседства” (енгл. *neighborhood*) као категорију која генерише и ствара контексте, а коју супротставља појму локалности (енгл. *locality*), односно тенденцији нација–држава да контексте једног места подреде националним контекстима (в. Apaduraj 2011).

своје модне колекције.¹⁵ На овом примеру можемо видети како глобализација не подразумева уништење локалних специфичности (исто 2011), већ њихову географску и културну дифузију.

Када је реч о посетиоцима, с друге стране, тј. онима који нису из Врњачке Бање, али у њу повремено долазе, за њих је ово место несумњиво место љубави и промоција је дефинитивно оставила утисак. Непосредно пред почетак фестивала упознао сам се с младим брачним паром у тридесетим годинама, који је дошао из Новог Пазара и који је муслиманске вероисповести. Пре почетка догађаја сели смо у оближњи кафић. Већ неколико година долазе у Врњачку Бању на Дан заљубљених, али не ради учешћа у фестивалу, већ због обележавања њихове везе. За њих је ово место романтично због Моста љубави, природе и паркова, али и зграда које имају, како кажу, „старински изглед”. Њихов пример показује ефикасност пропаганде ТЦ ВБ, која тежи помирењу верских и националних разлика, пошто Дан заљубљених нису доживели ни као католички, ни као православни празник, већ као генерализован празник љубави која надилази верске и националне границе.

Сличан утисак имали су и сами учесници фестивала, што се може видети из краћих разговора које сам с њима обавио. Учесници који су освојили награду за најстарији пар, где мушкарац има 66, а жена 55 година, изјавили су да су у Врњачку Бању дошли из Зрењанина управо због такмичења и да у ово место долазе сваке године на око десетак дана. На питање да ли Врњачку Бању доживљавају као љубавно место изјавили су:

(Мушкарац): „Да, не само лечилиште, него и љубави и човек, ако је расположен, пола бриге одузима, мање лекова троши, баци бригу на весеље.”

(Жена): „Мештани су позитивни, кад се вратим кући, ја сам једно два месеца срећна, а то исто значи, мање лекова пијемо и нама лепо, а и кад није све лепо, нама је лепо јер смо још под утиском. [...] Шта ми је романтично, мени као маторој жени: овај парк, онда ова народна музика, неко колце... Не знам, све ми се свиђа и ови људи што су тако пријатни.”

Најстарији пар из Зрењанина

Пар је недвосмислено видео Врњачку Бању као љубавно место, пошто у околини Зрењанина немају овакву манифестацију, а љубав је за њих имала, како се из исказа види, терапијску функцију, којом је идентитет овог места био допуњен. Лечење и љубав за њих постоје симултано – не смењују се, већ се преклапају.

Други парови били су селективнији говорећи о љубавним аспектима којима ово место располаже. Вишегодишњи победнички пар, који је ове го-

¹⁵ <https://artandpopbybm.blogspot.com/2016/12/licider-na-dar.html?pref=fb>, сајту приступљено 17. децембра 2020.

дине оборио сопствени рекорд у дужини пољупца, Врњачку Бању видео је као место љубави углавном због Моста љубави. Занимљиво је то да упркос томе нису окачили катанац на њему, нити планирају, пошто то виде као сујеверје, али су о самом такмичењу и даље имали речи хвале.

(Девојка): „Многи осуђују ову манифестацију због љубљења на јавном месту, али, мени се лично свиђа, окупља доста младих парова и једноставно шири љубав и позитивну енергију, тако да не сматрам да је нека медијска пажња око тога сада битна или небитна, али мислим да је добра манифестација и да треба да се убудуће одржава.”

Победнички пар из Медвеђе

Други пар из Крушевца је, пак, имао несугласицу у вези с тим да ли је Врњачка Бања романтична или не. Момак је био тог мишљења због фестивала „Лавфест” и „Пољуби ме”, док је девојка изјавила да је за њу то породично место. Кроз смех су изјавили да су се за учешће у такмичењу одлучили јер су се скоро били посвађали, па су на тај начин хтели да се помире. За разлику од победничког пара, они су окачили катанац на мосту да би обележили годишњицу везе.

Иако су посетиоци, па и неки мештани, готово без оклевања истакли да је Врњачка Бања романтична, многи су имали потешкоћа да истакну зашто и шта тачно у њој има романтичан призвук. Тек након неког времена успео сам да их наведем да кажу неке конкретне примере, као што су паркови, природа, „старинске зграде”, Мост љубави итд. Лингвистичке категорије за њих нису биле погодне за исказивање тог доживљаја, али, иако нису успели да је изразе, били су у могућности да *осете* љубавну атмосферу. Везујући тај доживљај за непосредно телесно искуство, истакли су још један важан аспект конструкције места, а то је аспект отеловљења. Како Сета Лоу истиче:

„Додавање отеловљеног простора анализи социјалне конструкције и социјалне продукције простора решава прегршт проблема. Особа као покретно просторно поље, просторно-временска јединица са осећањима, мислима, преференцијама и намерама, као и несвесним културним веровањима и праксама, ствара простор као потенцијалност за друштвене односе, дајући му значење, форму [...]. Социјална конструкција простора тада добија материјални израз кроз особу/просторно-временску јединицу, док је социјална продукција схваћена посредством особе/просторно-временске јединице и глобалних и колективних друштвених сила.” (Low 2009, 29).

Атмосфера којом Врњачка Бања за њих одише љубављу неухватљива је и неопипљива јер нема конкретан материјални облик, иако је несумњиво део њиховог личног искуства. За њих је та атмосфера присутна независно од тога има ли каквог збивања, или га нема, али осећај је у овом случају интензивираан самим фестивалом „Пољуби ме”, где се на лицу места мате-

ријализује љубавни карактер места и у исто време искуствено проживљава кроз присуство тела такмичара који се љубе. Тај етерични „дух љубави” којим место одише је у овом фестивалу, више него у било ком другом, добио своју конкретну, телесну форму. Поред саме материјалности Моста љубави, окићеног катанцима и у афективној атмосфери, у догађају „Пољуби ме” видимо на делу дискурзивне и отеловљене аспекте конструисања Врњачке Бање као места где се љубав доживљава, интензивира, али и обнавља, као што је то било у случају пара из Крушевца. Број романтичних мотива којима Врњачка Бања располаже има утицај не само на њен доживљај, већ и на интензитет тог доживљаја. Сара Ахмед, анализирајући културну политику мржње према азилантима и терористима, показује како одређене емоције добијају на интензитету тиме што се везују за конкретне ствари и објекте (Ahmed 2004b). Укратко, када се осећање страха веже за више ствари, лица и места која се перципирају као опасна, онда се и страх повећава. Исто се може рећи и за љубав: како се љубав и романтика све више везују за Мост љубави, паркове, архитектуру, природу и фестивале, уместо само за мост, тако се и интензитет те љубави појачава, а тим се појачавањем олакшава перцепција одређеног места као романтичног.

Имајући у виду тај „лепљиви” карактер емоција (Ahmed 2004a, 2004b), можемо с правом претпоставити да Врњачка Бања придавањем епитета „романтично” појединим местима доприноси промени свог локалног имица, који се потом путем медија преноси и омогућава стварање слике о одређеном месту „на даљину”.

Негде између здравља и љубави

У раду се анализирао манифестација „Пољуби ме”, која се већ дванаест година одржава на Мосту љубави, сада већ традиционалном симболу Врњачке Бање, као фестивал који доприноси промени локалног идентитета овог места, од места здравља ка месту љубави. Након прегледа појединих антрополошких радова на тему простора и места, дата је основа за посматрање овог догађаја као значајног за (ре)конструкцију имица Врњачке Бање. Посматрајући с учествовањем (или, у одређеном смислу, посматрајући *без* непосредног учествовања) и скупљајући етнографску грађу *in situ* дошло се до закључка да ТЦ ВБ уз своје партнере и покровитеље покушава, посредством фестивала за Дан заљубљених, да лечилишни карактер овог места промени у место забаве и љубави, истовремено се (пре)оријентишући ка млађој популацији као циљној групи. Локално становништво је имало критичан став према оваквим тежњама, оцењујући их као маркетиншку стратегију која може нарушити вековну лечилишну традицију овог места, а посетиоци који су овде дошли са стране углавном су усвојили дискурс о Врњачкој Бањи као месту љубави, селективно одређујући шта ће за њих

бити схваћено на тај начин. У складу с тим, закључак овог текста је да фестивал „Пољуби ме” производи међусобно супротстављене дискурсе о симболичком карактеру Врњачке Бање и да његова промена није једноставан нити линеаран процес.

Један од закључака на који ови налази упућују јесте тај да се покушајем промене идентитета Врњачке Бање од лечилишта ка романтичном локалитету он симболички „отима” од локалног становништва и предаје у руке потенцијалним туристима који се с новим имицом могу лакше повезати. Скепса према тенденцијама ТЦ ВБ представља покушај да се сачува традиционални изглед Врњачке Бање и тако успостави веза с местом у коме су мештани одрасли и сазрели, а љубав, ако је у њему виде, подређују очувању здравља и природне околине. Други закључак, који делимично произлази из првог, јесте тај да Врњачка Бања, упркос значајним променама, и даље остаје у доброј мери *бања*, те да је њен идентитет допуњен, а не измењен. Напослетку, трећи закључак упућује на то да промотивне делатности ТЦ ВБ остварују жељени циљ да посетиоцима са стране приближе ово место као место љубави кроз организацију њој посвећеног фестивала, док с мештанима то није случај.

Како Врњачка Бања наставља да се убрзано мења у различитим правцима, неопходно је истражити друге манифестације и друштвене актере који учествују у локалној трансформацији, како би се добила целовита слика овог места. Питања на која би, сматрам, било значајно одговорити јесу следећа: Зашто се Врњачка Бања уопште мења? Који глобални процеси утичу на њену трансформацију? Да ли се, и који се локални одговори јављају, како би се оспорила ова трајекторија промене? Употреба других методолошких средстава и експланаторних алата може дати одговоре на ова питања која ће, потом, пружити могућност сумирања закључака и давања једне свеобухватније слике најпознатијег српског бањског лечилишта, које је држава препознала као изразито беневољентно за њену социоекономску политику.

Литература

- Ahmed, S. (2004a, Summer). Affective Economies. *Social Text*, 22 (2), 117–139. doi:10.1215/01642472-22-2_79-117
- Ahmed, S. (2004b). *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Ajduk, M., & Pišev, M. (2018). BLOK BRATE, BRUKLIN BRATE: Prilog proučavanju odnosa muzike i mesta na primeru antropološkog istraživanja novobeogradske hip-hop kulture. *Antropologija*, 18 (3), 59–71. Preuzeto s: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/2d2c1b88aa904c4e9d-92c2c102a7fd99.pdf>

- Alexy, A. (2011). Intimate Dependence and its Risks in Neoliberal Japan. *Anthropological Quarterly*, 84 (4), 895–918. doi:10.1353/anq.2011.0051
- Арадурај, А. (2011). *Kultura i globalizacija*. Београд. Библиотека XX век.
- Арсовски, П. (2019). *Transformacija lokalnog identiteta Vrnjačke Banje pod uticajem muzičkog festivala Lovefest – antropološka analiza*. Мастер рад. Универзитет у Београду – Филозофски факултет.
- Ваћевић, Ј. (2013). Антропологија, туризам и транзиција: концепције о развоју туризма у Књажевцу. (I. Ковачевић, & А. Банић, Eds.) *Nova srpska antropologija 9: Antropologija turizma*, 127–138. Preuzeto s: <http://www.anthroserbia.org/Publications/Details/54>
- Ваћевић, Ј. (2008). Conceptualizing the Romantic Relationship. *Issues in Ethnology and Anthropology*, 3 (3), 63–79. doi:10.21301/eap.v3i3.4
- Ваћевић, Ј. (2007a). Дан заљубљених као Осми март транзиционе Србије: анализа једног (новог?) празника. *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, 55 (1), 77–89. Preuzeto s: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/ce6f50a8170245d79619798cc8c94450.pdf>
- Ваћевић, Ј. (2007b). Лjubав у доба транзиције. In V. Ribić, *Antropologija post-socijalizma* (pp. 280–303). Београд: Српски генеалошки центар. Preuzeto s: <http://www.anthroserbia.org/Publications/Details/5>
- Балан, С. (2011). Ethnographic Method in Anthropological Research. *Cogito: Multidisciplinary Research Journal*, 61–69.
- Банић Грубишић, А. (2015). Лjubав у доба постapокалипсе – начини замишљања лjubави након краја света. *Etnoantropološki problemi*, 10 (1), 55–74. doi:10.21301/EAP.V10.I1.3
- Борраз, С. (2019). Love and Locks: Consumers Making Pilgrimages and Performing Love Rituals. *Consumer Culture Theory*, 7–21. doi:10.1108/s0885-211120190000020004
- Butcher, J. (2006). Cultural Politics, Cultural Policy and Cultural Tourism. (M. K. Smith, & M. Robinson, Eds.) *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation*, 21–35. doi:10.21832/9781845410452-004
- Фог Олвиг, К. (2003). Global Places and Place-Identities – Lessons From Caribbean Research. (T. H. Eriksen, Ed.) *Globalisation: Studies in Anthropology*, 58–77. doi:10.2307/j.ctt18fs8zb.7
- Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Stanford: Stanford University Press.
- Gupta, A., & Ferguson, J. (1992, February). Beyond “Culture”: Space, Identity, and the Politics of Difference. *Cultural Anthropology*, 7 (1), 6–23. doi:10.1525/can.1992.7.1.02a00020
- Hammond, C. I. (2010). Renegade Ornament and the Image of the post-Socialist city. (T. Kovacs, Ed.) *Halb-Vergangenheit. Stadtische Raume und urbane Lebenswelten vor und nach der Wende*, 181–195.
- Houlbrook, C. (2018). Lessons from love-locks: The archaeology of the contemporary assemblage. *Journal of Material Culture*, 23 (2), 214–238. doi:10.1177%2F1359183517745715

- Illouz, E. (1997). *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Illouz, E. (2012). *Why Love Hurts*. Cambridge: Polity Press.
- Jovanović, D. (2013). Identitet na prodaju – kreiranje nacionalnog identiteta za potrebe turizma. (I. Kovačević, & A. Banić, Eds.) *Nova srpska antropologija 9: Antropologija turizma*, 113–126. Preuzeto sa: <http://www.anthroserbia.org/Publications/Details/54>
- Kneafsey, M. (1998). Tourism and Place Identity: A case-study in Rural Ireland. *Irish Geography*, 31 (2), 111–123. doi:10.1080/00750779809478623
- Lee, H. (2007). *Revolution of the Heart: A Genealogy of Love in China, 1900–1950*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Lerner, J. (2015, June). The Changing Meanings of Russian Love: Emotional Socialism and Therapeutic Culture on the Post-Soviet Screen. *Sexuality & Culture*, 349–368. doi:10.1007/s12119-014-9261-2
- Lewis, T. (2016). Adventures in love, risk and romance: Navigating post-traditional social relations on Indian dating shows. *European Journal of Cultural Studies*, 20 (1), 56–71. doi:10.1177/1367549416640551
- Lindholm, C. (1998). Love and Structure. *Theory, Culture, Society*, 243–263. doi:10.1177%2F0263276498015003011
- Low, S. (2017). *Spatializing Culture: The Ethnography of Space and Place*. London, New York: Routledge.
- Low, S. M. (2009). Towards an anthropological theory of space and place. *Semiotica*, 21–37. doi:10.1515/semi.2009.041
- Low, S. M. (1996, November). Spatializing Culture: The Social Production and Social Construction of Public Space in Costa Rica. *American Ethnologist*, 23 (4), 861–879. doi:10.1525/ae.1996.23.4.02a00100
- Marciszewska, B. (2006). Cultural Tourism and Socioeconomic Development in Poland. (M. K. Smith, & M. Robinson, Eds.) *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation*, 71–85. doi:10.21832/9781845410452-007
- McKenzie Aucoin, P. (2017). Toward an Anthropological Understanding of Space and Place. (B. B. Janz, Ed.) *Place, Space and Hermeneutics*, 395–412. doi:10.1007/978-3-319-52214-2_28
- Quinn, B. (2010). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 2 (3), 264–279. doi:10.1080/19407963.2010.512207
- Rodman, M. C. (1992, September). Empowering Place: Multilocality and Multivocality. *American Anthropologist*, 94 (3), 640–656. doi:10.1525/aa.1992.94.3.02a00060
- Ryang, S. (2006). *Love in modern Japan: its estrangement from self, sex, and society*. London; New York: Routledge.
- Shah, A. (2017). Ethnography? Participant observation, a potentially revolutionary praxis. *Hau: Journal of Ethnographic Theory*, 7 (1), 45–59. doi:10.14318/hau7.1.008

Tran, A. L. (2018, September). The anxiety of romantic love in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 24 (3), 512–531. doi:10.1111/1467-9655.12858

Извори

- Borović-Dimić, Jelena, *Voda u tradiciji i životu Vrnjačke Banje*, Vrnjačka Banja, Zavičajni muzej – Zamak kulture i Kulturni centar Vrnjačke Banje, 2001.
- Borović-Dimić, Jelena, *Zdravlje u čaši*, drugo izdanje, Vrnjačka Banja, Zamak kulture „Belimarković” i Kulturni centar Vrnjačka Banja, katalog izložbe, 2019.
- Врњачке новине*, фебруар 2008, година XXXXI, број 7.
- Врњачке новине*, фебруар 2014, година XLVII, број 79
- Врњачке новине*, фебруар 2020, година LIII, број 151.
- <http://www.vrnjackabanja.co.rs/srpski/sadrzaj/turizamglmeni/mostljubaviglmeni>, сајту приступљено 4. априла 2020.
- <https://www.nytimes.com/2014/04/28/world/europe/on-bridges-in-paris-clanking-with-love.html>, сајту приступљено 4. априла 2020.
- https://www.youtube.com/watch?v=tMrnIcJ_hMk, сајту приступљено 9. јула 2020. године.
- <https://artandpopbybm.blogspot.com/2016/12/licider-na-dar.html?spref=fb>, сајту приступљено 17. децембра 2020.

Bogdan Vukomanović

“KISS ME” IN A ROMANTIC UTOPIA: CULTURAL CONSTRUCTION OF VRNJAČKA SPA AS A PLACE OF LOVE ON THE EXAMPLE OF A LOCAL FESTIVAL

Summary

In anthropological theory, space and place are categories that are generally taken for granted, as sites where the subject of research is located and where the research itself takes place. However, contemporary works in this area suggest that space and place are categories that are subject to the processes of social and cultural construction. Due to mass tourism, which is globally recognized as an industry with the most potential to contribute to social and economic growth, some places are filled with cultural meanings in order to attract as many visitors as possible. Vrnjačka Banja, widely recognized as the “queen of spa tourism” in Serbia, has changed its appearance in the fifteen years and gained a predominantly romantic character. The Bridge of Love has become one of its most recognizable symbols, and “Kiss Me” event has been held for twelve years on Valentine’s Day. It has received local and national media attention. The paper discusses the influence of this event on the construction of the local identity of Vrnjačka Banja as a place of love, aiming to contribute to the existing theoretical and practical works in the field of anthropology of space and place with local examples from our areas.

Keywords: space, place, love, romance, local identity, Vrnjačka Banja, “Kiss me”.