

DA LI JE POVRATAK U PROŠLOST ŠANSA ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST? STUDIJA SLUČAJA – ETNO DOMAĆINSTVO „MERAK”

Maja Bogdanović¹, Marina Vesić²

Apstrakt: Nostalgичni turizam, kao sveprisutniji trend na globalnom turističkom tržištu, omogućava turistima da se, kroz autentično iskustvo, na kratko vrate u neka prošla vremena i da se povežu sa kulturnim i prirodnim nasleđem ruralnog prostora. Pored jačanja tržišne pozicije, ovaj oblik turizma stvara ekonomske i ekološke koristi za lokalne zajednice i time doprinosi revitalizaciji ruralnih sredina i održivom razvoju. Kako bi se utvrdilo da li razvoj nostalgичnog turizma može biti utemeljen na principima održivosti i u kojoj meri doprinosi očuvanju ekosistema, sproveden je intervju sa vlasnikom etno domaćinstva „Merak” u Vranju. Cilj rada je istražiti kako ovaj oblik turizma podstiče ekološki odgovoran razvoj, ali i ukazati na ključne izazove koji utiču na dugoročnu održivost i stvaranje sinergije između očuvanja tradicije i ekonomskog napretka. Rezultati rada višestruko doprinose nosiocima turističke ponude, kao i nadležnim institucijama da raspoložive resurse usmere ka razvijanju ovog, sve značajnijeg, oblika turizma i time uspostave ekonomski i ekološki prosperitet lokalnih zajednica.

Ključne reči: *nostalgичni turizam, održivi razvoj, tradicija, kulturno nasleđe, ruralna Srbija.*

IS A RETURN TO THE PAST A CHANCE FOR A SUSTAINABLE FUTURE? CASE STUDY – ETHNO HOUSEHOLD “MERAK”

Abstract: Nostalgic tourism, as a ubiquitous trend in the global tourism market, allows tourists to, through an authentic experience, briefly return to some past times and connect with the cultural and natural heritage of the rural area. In addition to strengthening the market position, this form of tourism creates economic and ecological benefits for local communities and thus contributes to the revitalization of rural areas and sustainable development. In order to determine whether the development of nostalgic tourism can be based on the principles of sustainability and to what extent it contributes to the preservation of the ecosystem, an interview was conducted with the owner of the ethno household “Merak” in Vranje. The aim of the paper is to investigate how this form of tourism encourages ecologically responsible development, but also to point out the key challenges which affect long-term sustainability and the creation of synergy between the preservation of tradition and economic progress. The results of the paper contribute to the stakeholders in tourism to direct the available resources towards the development of this increasingly important form of tourism and thereby establish the economic and ecological prosperity of local communities.

Key words: *nostalgic tourism, sustainable development, tradition, cultural heritage, rural Serbia.*

¹ Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/III, Beograd, maja.bogdanovic@gef.bg.ac.rs, ORCID: 0000-0001-6386-1164

² Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/III, Beograd, marina.vesic@gef.bg.ac.rs, ORCID: 0000-0002-9117-270X

UVOD

Nostalgija je prepoznata kao važan faktor u proizvodnom i potrošačkom turizmu (Earl & Hall, 2023), ali i kao jedan od najcenjenijih otkrića postmodernog turizma (Uriely, 2005). Nostalgija leksički potiče od dve starogrčke reči, *nostos* (*povratak kući*) i *algia* (*bol*) i u rečniku se definiše kao „stanje nostalgije“ ili „čežnjive ili preterano sentimentalne čežnje za povratkom u neki prošli period ili nepopravljivo stanje“ (Wu et al., 2020). Nostalgija je prisutna u svakodnevnom životu, doživljavaju je gotovo svi, a izazivaju je značajni događaji i postavke. Upravo se kroz ovakvo poimanje nostalgije može razumeti veza između nje i turizma. Naime, MacCannell je 1976. godine opisao turizam kao bekstvo od svakodnevno života, dok nostalgija motiviše ljude da svoja sećanja na dobra stara vremena potraže na drugim mestima, odnosno na putovanjima van mesta stalnog boravka (Wu et al., 2020).

Ne postoji opšta definicija nostalgičnog turizma, ali postoji saglasnost brojnih teoretičara (Shi et al., 2021; Prayag & Del Chiappa, 2023; Moreno et al., 2024) da ovaj oblik turizma ne samo da promoviše vrednost ličnog sećanja, već i doprinosi razvoju lokalnih zajednica, očuvanju kulture i revitalizaciji istorijskih mesta. Putujući da bi ponovo proživeli značajne trenutke ili posetili istorijska mesta, ljudi doprinose očuvanju istorije i kulturnog identiteta regiona, čime se uspostavlja, gradi održivost. Dakle, nostalgija se vezuje i za kulturni turizam zbog istorijskih dimenzija kulture (Earl & Hall, 2023). Ipak, razlike između nostalgičnog i kulturnog turizma su evidentne. Dok se kulturni turizam fokusira na istraživanje i uvažavanje kulture mesta, uključujući njegovu umetnost, arhitekturu i običaje, nostalgični turizam je ukorenjen u emocionalnom osećaju posetilaca i vezi sa prošlošću, koristeći samo postojeće vrednosti. Upoređujući prošlost sa sadašnjošću, nostalgični posetioci mogu pažljivo da prouče i analiziraju istorijske narative i politike očuvanja nasleđa, podstičući povećanu kritičku svest o važnosti očuvanja i kolektivnog i ličnog sećanja. Ova kritička introspekcija ne samo da obogaćuje turističko iskustvo već i olakšava međugeneracijski dijalog i razumevanje, naglašavajući relevantnost prošlosti u oblikovanju savremenih i budućih konteksta (Moreno et al., 2024). Takođe, smatra se da su nostalgični turisti vođeni željom da se potvrdi samoidentitet, čime se dodatno naglašava pozitivan uticaj nostalgije na individualno iskustvo (Kim, 2005; Russell, 2008; Juhl et al., 2020; Earl & Hall, 2023).

Uvažavajući stav autora (Wilson, 2015) koji kaže da se nostalgija odnosi na prošlost, sadašnjost i budućnost, javlja se potreba za sprovođenjem istraživanja koje bi na određeni način objedinilo upravo ove periode. Imajući na umu da koncept održivog razvoja predstavlja preduslov za kvalitetan razvoj i budućnost svih industrija, uključujući i turističku (Wu et al., 2020), da ruralni turizam čuva sećanje na prošla vremena i da kroz autentičnu, tradicionalnu ponudu podstiče razvoj lokalnih zajednica (Dašić, Živković & Vujić, 2020), a da nostalgija podstiče ekološku i socijalnu održivost (Patterson & Balderas-Cejudo, 2025) i da pozitivno utiče na jačanje pozicije ruralnih područja na turističkom tržištu (Christou et al., 2018), jasna je potreba da se ova tri, globalno prepoznatljiva trenda, dovedu u međusobnu interakciju i ispituju perspektive i ograničenja njihovog povezivanja.

Budući da brojni autori (Wu et al., 2020; Chi, O.H. & Chi, C.G., 2022; Moreno et al., 2024; Patterson & Balderas-Cejudo, 2025) ukazuju na značaj nostalgije za održivi razvoj i razvoj održivog turizma, kao i da se seoska idila pojavljuje u gotovo svim aktivnostima nostalgično motivisanog turizma (Csurgó, 2016) autori su cilj rada usmerili ka odgovoru na pitanje: „*Da li nostalgični turizam zaista podstiče ekološki odgovoran razvoj i doprinosi prepoznatljivosti ruralnih krajeva i njihove turističke ponude?*“. Podjednako relevantno je ukazati i na ključne izazove koji utiču na dugoročnu održivost i stvaranje sinergije između očuvanja tradicije i ekonomskog napretka.

PREGLED LITERATURE

Naučnici su tokom poslednjih decenija objavili istraživačke članke o nostalgичnom turizmu iz perspektive antropologije, sociologije, psihologije, menadžmenta i marketinga, ističući da se većina postojećih radova na ovu temu fokusira na definiciju, kategorizaciju nostalgije, interesovanje turista za nostalgичne aktivnosti preduzete na destinaciji, kao i obrasce potrošnje turista tokom nostalgичne turneje u takvim destinacijama (Un In Wong & Si Man Ao Jeong, 2019). Međutim, autori Moreno et al. (2024) analizirajući radove o nostalgичnom turizmu u brojnim međunarodnim časopisima primećuju da nedostaju radovi koji se bave istraživanjem veze između nostalgичnog turizma i održivosti, koji bi zapravo prikazali kako ovaj oblik turizma može koegzistirati sa odgovornijim i ekološki prihvatljivijim praksama, zbog čega ovaj rad ima veliki značaj. Koliko je veza između nostalgije, održivosti i turizma snažna potvrđuju i autori (Wu et al., 2020) koji ističu da je nostalgija koja je doživljena na destinaciji nasleđa povezana sa pro-ekološkim ponašanjem turista, što podrazumeva promovisanje reciklaže, održive upotrebe energije, korišćenja ekološki prihvatljivijih oblika transporta i zelene potrošnje na samoj destinaciji. Naglašavaju da podstiče socijalnu održivost i jača međuljudske odnose. Wang & Ke (2024) tvrde da, iako je socijalna održivost prvobitno bila zanemarena u odnosu na ekonomsku i ekološku održivost, poslednjih godina dobija na sve većem značaju. Istraživači su se više fokusirali na društvenu održivost kao ključnu u stvaranju zajednica pogodnih za život u kojima stanovnici žive i formiraju lokalne međuljudske mreže (Khamis et al., 2023). Ekonomska, socijalna i ekološka održivost su, između ostalog, od krucijalnog značaja za opstanak i razvoj ruralnih sredina. Imajući na umu da je potražnja za ruralnom idilom u porastu (Csurgó, 2016), kao i da tradicionalne postavke i prikaz lokalne kulture, posebno kroz autentične mirise, ukuse, proizvode i priče, mogu zadovoljiti nostalgичne potrebe turista (Christou et al., 2018), evidentna je i potreba da se detaljnije istraže relacije koje postoje između ruralnog turizma, nostalgije i održivog razvoja. Budući da je trend nostalgije sve prisutniji u akademskoj zajednici, ali i turističkoj industriji (Moreno et al., 2024) neminovno je ispitati kako nostalgija može da podstakne razvoj ruralnog turizma, koja će potom, u sinergiji sa ruralnim, podstaći i pro-ekološko ponašanje turista i lokalnih zajednica. U prilog tome ide i stav autora (Lane, Kastenholz & Carneiro, 2022) da upravo održivi ruralni turizam predstavlja način regeneracije ruralne ekonomije, smanjivanja depopulacije, vraćanja kvalifikovanih urbanih ljudi na selo, možda i kao preduzetnici koji bi otkrili lepotu prirode i ruralnih područja, naspram stresnih, zakrčenih, od prirode udaljenih urbanih sredina.

METODOLOGIJA

Istraživačko usmerenje ka Vranju je podupreto činjenicom da grad ima bogatu resursnu osnovu koja može zadovoljiti različite potrebe turističke tražnje: prirodna bogatstva, istorijske spomenike, kulturne manifestacije, ali i specifičan senzibilitet prostora ispunjen autentičnim zvucima, gastronomskim specijalitetima, folklorom i nepreglednim ruralnim prostranstvima (Nacrt plana razvoja grada Vranja 2021-2030., 2020). U prilog tome ide i činjenica da su nadležne institucije prepoznale značaj ruralnog turizma, očuvanja životne sredine i negovanja nostalgije, te se u Nacrtu plana razvoja grada Vranje za period od 2021. do 2030. godine (2020), navodi da su stari zanati prepoznatljiv oblik identiteta jednog prostora i stanovništva koji žive na njemu i da bi razvoj i revitalizacija starih zanata, domaće radinosti i tradicionalnih lokalnih proizvoda pozitivno uticali na razvoj sela, samozapošljavanje stanovništva u ruralnim područjima i njihovo ekonomsko osnaživanje, pri čemu se kao prioritet izdvaja očuvanje životne sredine i korišćenje obnovljivih izvora energije.

Kako bi se utvrdilo da li je nostalgija značajna za razvoj i jačanje ruralne turističke ponude, kao i da li ona može doprineti očuvanju prirodnih i kulturnih vrednosti, sproveden je dubinski intervju sa vlasnikom etno domaćinstva „Merak“ u Vranju, gospodinom Goranom Markovićem. Upravo etno domaćinstvo „Merak“ svojim zalaganjem i poslovanjem predstavlja primer dobre prakse razvoja ruralnog turizma, negovanja nostalgije i korišćenje iste u oblikovanju autentične turističke ponude, kao i očuvanja životne sredine. Intervju je sproveden sa namerom da se utvrdi u kojoj meri vlasnik prepoznaje značaj nostalgije, kao i koji su glavni faktori koji ograničavaju budući razvoj. Gospodinu Markoviću je u martu 2025. godine na mejl adresu dostavljeno 10 pitanja koja su koncipirana tako da se, pored dobijanja informacija o turističkoj ponudi etno domaćinstva, sazna nešto više o principima poslovanja i stavovima vlasnika po pitanju prisutnosti nostalgije i njenoj ulozi u jačanju ruralnih područja i održivom razvoju. Vlasnik je dobrovoljno učestvovao u intervjuu i na postavljena pitanja dao iskrene odgovore. Pored intervjuja, za potrebe istraživanja korišćeni su i dostupni izvori na internetu.

REZULTATI I DISKUSIJA

Iako je o značaju nostalgije za razvoj turizma Hewison pisao još 1987. godine (Earl & Hall, 2023), autori (Sharpley, 2014; Christou et al., 2018) navode da se o perspektivi relevantnih stejkholdera malo pisalo, uprkos jasnoj potrebi za tim. S druge strane, Cunha, Kastenholtz & Carneiro (2020), pišu o značaju tzv. lifestyle preduzetnika za razvoj ruralnog turizma koji počiva na principima održivosti i da su strast prema prirodi, život na selu ili mogućnost balansiranja posla sa porodicom ili drugim ličnim interesima aspekti koji motivišu ove preduzetnike i drže ih optimističnim i sigurnim u budućnost, kao i da je ideja o pokretanju biznisa najčešće vezana za potrebu da na neki način doprinesu revitalizaciji mesta prema kome gaje posebne emocije. Upravo se elementi nostalgije i osobine lifestyle preduzetnika prepoznaju u osnivanju i poslovanju etno domaćinstva „Merak“ koje se nalazi na svega 5 km od Vranjske Banje i 11 km od grada Vranja. Iako je ideja o osnivanju ovog seoskog turističkog domaćinstva, koje danas ima 3*, nastala za vreme pandemije virusa Covid-19, može se reći da je inspiracija za bavljenje seoskim turizmom bio porodični vajat star 100 godina, a koji se nalazio u selu dede gospodina Markovića. Danas, kako ističe vlasnik domaćinstva, vajat predstavlja svojevrsni muzej starog alata koji se nekada koristio u poljoprivredi i zanatskim radionicama u njihovom kraju. Goran i Jelena Marković su, kako kažu, želeli da ljubiteljima ruralne sredine, ali i onima kojima je potreban odmor i relaksacija od svakodnevnog stresa, dočaraju autentične mirise, ukuse, izgled objekata i običaje ovog kraja.

Shodno istraživanju koje su sproveli autori (Christou et al., 2018), a koje se odnosilo na utvrđivanje stavova relevantnih stejkholdera da li svesno ili nesvesno uključuju elemente nostalgije u svoju ruralnu turističku ponudu, došlo se do zaključka da je nostalgija prepoznata kao snažan pull faktor za turiste, posebno domaće, ali i da „*određeno okruženje, srdačnost i gostoprimstvo mogu izazvati nostalgiju i kod inostranih posetilaca, te izazvati lepa sećanja na prošla vremena kada je gost doživeo toplu dobrodošlicu*“. Upravo ovakav pristup Pereira & Hor-Meyll (2018:214) prepoznanju kao neophodan za kreiranje nezaboravnih uspomena, te u rezultatima istraživanja navode: „*Sagovornici su mogli da zaborave tačnu lokaciju i datum posete, ali nisu zaboravili uspomene i proživljene emocije*.“ U želji da se utvrdi koliko je nostalgija prisutna u ruralnoj turističkoj ponudi etno domaćinstva „Merak“, vlasniku objekta je postavljeno pitanje – *Da li svesno uključujete i elemente nostalgije u turističku ponudu i ako da na koji način (npr. autentičan izgled eneterijera i eksterijera, domaća hrana, pričanje sa turistima o načinu odrastanja u ovim krajevima itd.)?* Vlasnik je istakao da su autentičan izgled i domaća hrana glavni adut njihovog poslovanja, ali i da su gostima na raspolaganju

svi sadržaji koji se nalaze na imanju (letnjikovci, bazen, pečenjare, bungalovi, igralište za decu, sezonski restoran itd.). Navodi da gostima rado prenosi uspomene iz detinjstva i priče o odrastanju u vranjskom kraju, te da su dobrodošli, ukoliko to žele, da se oprobaju u svim poslovima koje oni obavljaju svakodnevno. Koliko je važno tzv. pričanje priča potvrđuju i autori (Christou et al., 2018) koji su došli do istog zaključka, a to je da pričanje priča može koristiti kao dodatni nematerijalni element koji će izazvati osećaj nostalgije u ljudima.

Bogata, nostalgijom inspirisana turistička ponuda etno domaćinstva „Merak“, kao i srdačan stav vlasnika zasigurno predstavljaju i dobru osnovu za održivu budućnost. Kako navode Lane, Kastenholz & Carneiro (2022), zadovoljni posetioци su obično i posetioци kod kojih je veća verovatnoća da će razviti privrženost mestu i postati zabrinuti i brinuti za mesta koja posećuju. Takav stav potvrdili su i autori (Wu et al., 2020) koji nostalgiju doživljenu na destinaciji nasleđa povezuju sa pro-ekološkim ponašanjem turista. Svest o važnosti očuvanja prirode usađena je i kod vlasnika objekta budući da ističe da za proizvodnju dela električne energije koriste solarne panele, kao i da su veći deo objekata sačuvali u prvobitnom izdanju kako bi sačuvali njihovu autentičnost i izvornost. Upravo ovakav pristup pozitivno utiče na posetioce, jer kako vlasnik ističe dešavalo se i da su gosti sobe rezervisali preko bukinga, ali da su odustajali kada shvate da mogu da odsednu i u starom vajat (https://www.agroklub.rs/seoski-turizam/etno-domacinstvo-merak-da-odmoris-i-telo-i-dusu-uz-domaca-jela-i-starine/94056). Međutim, treba uzeti u obzir i stav vlasnika da ponudu treba prilagoditi mladima budući da se pokazalo da oni više preferiraju moderan smeštaj, a da stare i tradicionalne objekte koriste radi fotografisanja. Svakako, pozitivna ekološka praksa u vreme aktuelnih globalnih promena nije dovoljna, te se, kako navode Khamis et al (2023), sve veća pažnja usmerava ka socijalnoj održivosti, zato što upravo ona primarno utiče na stvaranje održivih lokalnih zajednica. Na pitanje koji su najveći izazovi u poslovanju vlasnik navodi: „nedostatak kadrova za posao, motivacija mladih da rade“. Ističe i da bi država trebalo da podstiče zapošljavanje mladih u ruralnim mestima sa posebnim osvrtnom na ovu granu ruralnog turizma i ugostiteljstva. Takođe, navodi da ne postoji velika zainteresovanost lokalne sredine za uređenje infrastrukture u ovim područjima, ali i da nadležni još uvek nisu rešili dugogodišnji problem kanalizacione mreže koja nikako da se uradi. Veruje da bi razvoj nostalgičnog turizma mogao pozitivno da utiče na zapošljavanje mladih, čime bi se smanjila izražena depopulacija ovih krajeva. Dakle, uloga nadležnih institucija je ključna u pogledu revitalizacije ruralnih krajeva i razvoja turizma. U aktuelnom Nacrtu plana razvoja grada Vranja za period od 2021. do 2030. godine (2020), prepoznato je da je razvoj turizma nemoguć bez postojanja adekvatne infrastrukture i plansko-urbanističko definisanih i razrađenih turističkih celina, kako u urbanim, tako i u ruralnim područjima. Istovremeno se navodi da adekvatni pristupni putevi sa pratećim instalacijama, turistička signalizacija, prateći sadržaji uz obavezno uvažavanje koncepta zaštite životne sredine omogućavaju punu turističku valorizaciju turističke destinacije. S obzirom na to da je izgradnja i unapređenje infrastrukture višefazni proces, koji podrazumeva izradu tehničke dokumentacije, radove na izgradnji, rekonstrukciji i adaptaciji, ističu da je neophodno tehničko i vremensko dimenzioniranje planiranih investicija, te ukazuju na važnost finansiranja iz budžeta grada Vranja, ali i korišćenje sredstava domaćih i međunarodnih donatora.

ZAKLJUČAK

Uključivanje nostalgije u ruralnu turističku ponudu može imati višestruke koristi za nosioce turističke ponude, lokalne zajednice i turiste. Nostalgija igra važnu ulogu u formiranju imidža destinacije i iskustvene vrednosti pre nego što pojedinac i doživi destinaciju. Jačanje nepravedno zapostavljenih destinacija na jugu Srbije može se bazirati upravo na evociranju sećanja na neka prošla, lepša vremena. Nostalgичni turizam ekonomski koristi lokalitetima koji ga promovišu, jer upravo ponuda doživljava vezanih za prošlost privlače

turiste zainteresovane da destinaciju dožive na autentičan način. Ova veza sa prošlošću može biti terapijska za mnoge ljude, dajući im osećaj pripadnosti, identiteta i kulturološke ukorenjenosti, doprinoseći njihovom emocionalnom i mentalnom blagostanju. Nostalgijni turizam podstiče očuvanje kulturnog nasleđa, ali takođe igra i ključnu ulogu u izgradnji identiteta i društvene kohezije u globalizovanom kontekstu. Dakle, kreiranje nostalgijne turističke ponude ne samo da pozitivno utiče na ekonomsko i mentalno blagostanje svih aktera, već i jača prethodno pomenutu socijalnu održivost, koja pored ekonomske i ekološke, igra važnu ulogu u očuvanju blagodeti, kako kulturnih, tako i prirodnih.

Prisutnost nostalgije u ruralnoj turističkoj ponudi etno domaćinstva „Merak“ ne samo da turistima pruža nezaboravno iskustvo, već i direktno doprinosi očuvanju tradicije, jačanju osećaja zajedništva i predstavlja veliki potencijal za ekonomski i socijalni napredak ovog područja. Razvoj nostalgijnog turizma u Srbiji zahteva posebnu pažnju akademske zajednice, ali i nadležnih institucija. Upravo ovakvo istraživanje može doprineti kreiranju adekvatnih razvojnih strategija. Predlog autora je da ovaj rad bude motivacija za buduće radove koji bi se bavili ovom tematikom, zato što upravo nostalgijni turizam može biti šansa za održivu budućnost ruralnih krajeva.

LITERATURA

- Chi, O.H., Chi, C.G. (2022). Reminiscing other people's memories: Conceptualizing and measuring vicarious nostalgia evoked by heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 61(1), pp 33–49. <https://doi.org/10.1177/0047287520969904>
- Christou, P., Farmaki, A., Evangelou, G. (2018). Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. *Tourism Management*, 69, pp 42– 51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.010>
- Csurgó, B. (2016). Nostalgia for the rural. Cultural heritage based tourism and community building in rural Hungary. In: *Proceedings of Heritage 2016 5th International Conference on Heritage and Sustainable Development*. Green Lines, Barcelos, pp 1583–1592. ISBN 978-989-8734-14-3
- Cunha, C., Kastenholz, E., Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, pp 215–226.
- Dašić, D., Živković, D., Vujić, T. (2020). Rural tourism in development function of rural areas in Serbia. *Ekonomika poljoprivrede*, 67(3), pp 719–733. <http://dx.doi.org/10.5937/ekoPolj2003719D>
- Earl, A., Hall, C.M. (2023). Nostalgia and tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 18(3), pp 307–317. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2023.2192875>
- Juhl, J., Wildschut, T., Sedikides, C., Diebel, T., Cheung, W. Y., & Vingerhoets, A. J. (2020). Nostalgia proneness and empathy: Generality, underlying mechanism, and implications for prosocial behavior. *Journal of Personality*, 88(3), pp 485–500. <https://doi.org/10.1111/jopy.12505>
- Khamis, I., Elshater, A., Afifi, S., Baher, M. (2023). "Residents' responses to social interactions and social sustainability in gated communities of the Greater Cairo Region", *HBRC Journal*, 19(1), pp 543–562. <https://doi.org/10.1080/16874048.2023.2287772>
- Kim, H. (2005). Research note: Nostalgia and tourism. *Tourism Analysis*, 10(1), pp 85–88. <https://doi.org/10.3727/1083542054547912>

Lane, B., Kastenholz, E., Carneiro, M. J. (2022). Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century. *Sustainability*, 14(10), 6070. <https://doi.org/10.3390/su14106070>

Moreno, A.L.S., Forero, J.A.M., García Revilla, R., Martínez Moure, O. (2024). Trends and perspectives of nostalgia in tourism: A systematic review and bibliometric analysis. *Sustainability*, 16. <https://doi.org/10.3390/su16135651>

Nacrt plana razvoja grada Vranja 2021-2030. (2020). Dostupno na: <https://vranje.org.rs/sr/fascikla/strateska-dokumenta/plan-razvoja-grada-2021-2030-4>

Patterson, I., Balderas-Cejudo, A. (2025). The effect of nostalgia on the travel decisions of older tourists to visit socially sustainable tourist destinations, *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JHASS-06-2024-0088>

Pereira, M., Hor-Meyll, L. (2018). Nostalgia of Memorable Experiences and the Revisit to Tourism Locations. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), pp 210–220.

Prayag, G., Del Chiappa, G. (2023). Nostalgic feelings: motivation, positive and negative emotions, and authenticity at heritage sites. *Journal of Heritage Tourism*, 18(3), pp 349–364. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1874000>

Russell, D. W. (2008). Nostalgic tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), pp 103–116. <https://doi.org/10.1080/10548400802402271>

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, pp 37–49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>

Shi, Y., Bettache, K., Zhang, N., Xue, L. (2021). Constructing nostalgia in tourism: A comparison analysis of genuine and artificial approaches. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100488>

Un In Wong, C., Si Man Ao Ieong, S. (2019). "Nostalgic tourism Ain't What it Used to Be: What Makes a Destination Engender Nostalgia?". *Critical Tourism Studies Proceedings*, 90. <https://digitalcommons.library.tru.ca/cts-proceedings/vol2019/iss1/90>

Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), pp 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>

Wang, K. and Ke, Y. (2024). "Social sustainability of communities: a systematic literature review". *Sustainable Production and Consumption*, 47, pp 585 – 597. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.04.031>

Wilson, J.L. (2015). Here and now, there and then: Nostalgia as a time and space phenomenon. *Symbolic Interaction*, 38, pp 478–492. <https://doi.org/10.1002/symb.184>

Wu, Z., Chen, Y., Geng, L., Zhou, L., Zhou, K. (2020). Greening in nostalgia? How nostalgic travelling enhances tourist's proenvironmental behaviour. *Sustainable development*, 28(4), pp 634–645. <https://doi.org/10.1002/sd.2014>

<https://www.agroklub.rs/seoski-turizam/etno-domacinstvo-merak-da-odmoris-i-telo-i-dusu-uz-domaca-jela-i-starine/94056/>, pristupano 15.03.2025.