

## **„ROUTE 66“ – ПОПКУЛТУРНО ПУТОВАЊЕ НА ЗАПАД**

*Ана Банић Грубишић*<sup>\*1</sup>

\*Одељење за етнологију и антропологију, Универзитет у Београду

Примљено 12 маја 2011; рецензирано 24 октобра 2011; прихваћено 15 децембра 2011

**Апстракт:** У раду се разматрају туристичка путовања најпознатијим нефункционалним аутопутем у САД – рутом 66. Ова „иконична рута“ се представља као „пут у срце Америке“, „америчка одисеја“, као место које сажима „добре старе америчке вредности“ и која своју привлачност као туристичке дестинације гради настављајући се на наративе о путу претходно развијене у књижевности („road genre“), филму („road movie“), и музици. У различитим историјским периодима „Route 66“ је за оне које су га походили означавао различите ствари: у доба Велике депресије био је пут наде и бољег живота на Западу, у послератном периоду атракције поред пута биле су омиљено излетиште Американаца, у седамдесетим и осамдесетим годинама XX века био је само руинирана ствар прошлости, да би од деведесетих на овамо постао предметом носталгије и економског препорода малих градова који га окружују. Анализом садржаја Интернет форума, блогова и веб страница где се окупљају туристи и заљубљеници у „Route 66“ покушаће да се прикаже у којој мери и да ли представе о овом путу перпетуриране у популарној култури одговарају искуствима туриста са путовања, и њиховим мотивацијама да на њега крену.

**Кључне речи:** „Route 66“, попкултурни туризам, „селфдрајв туризам“, митологија пута, носталгија

### **Увод**

Путовања рутом 66 ради одмора нису нова појава. „Route 66“ са „атракцијама поред пута“ и Калифорнијом као туристичким рајем на Западу (и последњом савезном државом кроз коју пролази) је био избор домаћих, америчких туриста и у послератном периоду – мало пре него што ће га постепено заменити нови систем међудржавних аутопутева. Оно што представља новину јесте да га данас „посећују“ инострани туристи – да би се само возили њиме, то јест оним што је од њега преостало.

---

<sup>1</sup> [agrubisi@fbg.ac.rs](mailto:agrubisi@fbg.ac.rs)

„Route 66“ туризам интересантан је као културолошки и туризмолошки феномен из неколико разлога: указује на занемаривану узрочно-последичну везу популарне културе и туризма, пружа увид у процесе који доводе до стварања туристичких дестинација и значај који у томе имају не само индустрија културног наслеђа и индустрија туризма, већ и сами туристи преношењем и размењивањем пређашњих туристичких искустава путем технологије Интернета.

Рута 66 је предмет обраде у бројним књигама<sup>2</sup>, песмама, филмовима, телевизијским емисијама и рекламама. Популарна култура учинила је аутопут бесмртним – посебно роман *Плодови гнева* из 1939. године америчког нобеловца Џона Стејнбека који прати селидбу на Запад једне породице из Оклахоме за време Велике депресије, филм Џона Форда урађен на основу романа, песма *Get your kicks on Route 66* (1946. написао ју је Боби Труп а први извео Нед Кинг Којл Трио<sup>3</sup>) – нумера коју је географ Артур Ким (Krim, 1988) назвао „музичком мапом послератне миграције ка Калифорнији“, и телевизијска серија *Route 66* која је емитована од 1960. до 1964. године. Његов црно-бели знак срећемо широм света на разним предметима и у најразличитијим контекстима<sup>4</sup>. У популарној имагинацији Роут 66 је много више од пута. Он представља попкултурну икону, својеврсни производ америчке индустрије сећања и наслеђа, и средство чијом се употребом призивају „визије слободе, авантуре отвореног пута и времена када је живот био једноставнији“ (Carden, 2005, с. 130). У прилог његовој популарности говоре и различити надимци којима је овај аутопут именован – Рута 66 је „мајка свих аутопутева“ (The Mother Road), „главна улица Америке“ (The Main Street of America), „пут Вила Роџерса“ (Will Roger’s Highway), „симболична река Америке“ (The Symbolic River of America).<sup>5</sup> То је једини аутопут на свету који има удружења и клубове обожавалица (<http://www.historic66.com/internet/assoc/>), специјализоване часописе и листове, као и сопствене музеје (<http://www.route66.org/index2.html>);

---

<sup>2</sup> Претрага на највећој Интернет књижари Amazon.com излистава преко 400 публикација посвећених овом аутопуту.

<sup>3</sup> Песма је обрађивана небројено пута, на своје албуме су је уврстили The Rolling Stones, The Replacements, The Cramps, Yo La Tengo, Depeche Mode и многе друге групе и извођачи. Више о настанку песме у Krim, 1998.

<sup>4</sup> На пример, лого пута се налази на винтаж постерима у књижарама, на мајицама које се продају на пијачним тезгама, на кутији ментол бомбона које се могу купити у сувенирницама поред бечког музејског кварта, на сајту који рекламира програм самопомоћи у учењу – „66 ствари које ће вам помоћи у студирању“ итд.

<sup>5</sup> Роут 66 није ни најдужи ни први аутопут који води преко Сједињених Америчких Држава. Први аутопут који је ишао преко САД, од Њујорка до Сан Франциска, је „Lincoln Highway“.

<http://www.theroadwanderer.net/66Oklahoma/elkcity.htm>). Стотине хиљада домаћих и иностраних туриста посећују га током целе године привучени описима на туристичким веб страницама који гласе: рута 66 је „вожња кроз америчку историју“, „путовање у срце Америке“ и „носталгични и загонетни део америчког фолклора“ (<http://www.worldreviewer.com/travel-guides/road-trip/route-66-chicago-to-california/11307/>). Историчар Питер Дедек (Dedek, 2007) сматра да Рута 66 заузима јединствено место у америчкој популарној култури не само због дистинктивног и распрострањеног идентитета већ и зато што је повезан са популарним представама о Индијанцима и каубојима југозапада, „Окијима“<sup>6</sup> Велике депресије и пре свега са авантуром отвореног пута. С тим у вези Дедек пише да рута 66 има две историје: материјалну – као главни амерички превозни коридор од 1926. до око 1970. године и симболичку – као један од темеља америчке двадесетовековне аутомобилске културе и туризма (Dedek, 2007, с. 2). У овом раду, нагласак ће бити управо на овој симболичкој историји пута која је допринела да рута 66 постане веома популарна туристичка дестинација. Рута 66 постала је симбол живота на путу (Eyerman & Löfgren, 1995, с. 59), материјализација идеје да „ништа није више 'амерички' од бивања на путу“ (Patton, 1986 цитирано према Ireland, 2003, с. 475). Конструкција „културе пута“ нашла је свој одраз и узор, према речима Ејермена и Лофгрена, у туристичком преображају руте 66 током протеклих неколико деценија – „старе бензинске пумпе и мотелски знаци трансформисани су из кича у старине, сеоске продавнице у музеје, а путовање аутомобилом постала је сага која готово има магијски квалитет“ (Eyerman & Löfgren, 1995, с. 59).

Упркос свом статусу глобалне културне иконе без кога је прича о митологији путева у популарној култури готово незамислива, Роут 66 није био честа тема академских истраживања и углавном се о њему писало из перспектива оних субдисциплина које у свом називу имају префикс „културно“ (културна историја, културна географија).<sup>7</sup> Тек у последњих неколико година туристички аспект руте 66 постаје предмет академског интересовања и ти су се радови заснивали на разматрању историјске руте

---

<sup>6</sup> “Okies” – радници који су се селили из Оклахоме током периода Велике Депресије, неко ко је рођен у Оклахоми.

<sup>7</sup> Историчар Питер Дедек одбранио је прву докторску дисертацију посвећену овом путу под називом “Journeys on the Mother Road: Interpreting the Cultural Significance of U.S. Route 66”, написано је два мастер рада из географије на ову тему – R. Puzo, *Route 66: A Ghost Road Geography*, Master’s Thesis, California State University, Fullerton, USA, 1988., A. Brady, *Route 66 Redux: National Recognition for America’s Mother Road*, Master Thesis, California State University, Fullerton, USA, 1998.; географ Артур Крим објавио је књигу *Route 66: Iconography of the American Highway*, Santa Fe, NM: Center for American Places, 2005.

66 у контексту културног наслеђа односно културног туризма, док су мотивације туриста на путовање претежно интерпретиране у оквиру тзв. теорије носталгије (Kibby, 2000; Caton & Santos, 2007). Туризам који се заснива на културном наслеђу потпада под делокруг културног туризма и представља један од најстаријих, најзначајнијих и најраширенијих типова туризма (Timothy & Boyd, 2006, 1). Наслеђе се, у зависности да ли говоримо о нематеријалном или материјалном наслеђу, дефинисало на различите начине (в. Yahaya, 2006) али се већина аутора слаже да срж онога што се назива наслеђем јесте садашња употреба прошлости уз нагласак на потребу његовог чувања и заштите. Туризам културног наслеђа подразумева различите облике путовања (од посете историјским/археолошким локалитетима преко присуствовања фолк/лоризованим фестивалима) где се кључна вредност проналази у старом, традиционалном, аутентичном. Да ли и у којој мери распрострањена гледишта када је о туризму културног наслеђа реч – туризам културног наслеђа представља оживљавање прошлости у туристичке сврхе, вид носталгије за традиционалним и изгубљеним друштвеним вредностима или један од начина „учвршћивања“ патриотских осећања, одговарају тумачењу и ставовима самих туриста који су путовали или намеравају да путују историјском рутом 66 биће једно од питања на које ће овај рад покушати да да одговор.

Овај рад, између осталог, настоји и да укаже на преплитање популарне културе и туризма, као и на начине на које покултурни туризам посредством Интернета и осталих медија омогућава и утиче на стварање виртуелних заједница које чине фанови овог пута. Феномену покултурног туризма иако представља туристичку нишу у успону у досадашњој литератури није посвећено довољно пажње, и текстови о туристичким путовањима под утицајем популарне културе се могу наћи у свега два журнала – у *Annals of Tourism Research* и у *Tourism Management* (в. Buchmann et al., 2009; Riley et al., 1998; Fawcett & Cormack, 2001; Kim & Richardson, 2003; Squire, 1994; Connell, 2005; Connell & Meyer, 2009).

У овом раду ће се користити одредница „покултурни туризам“. У досадашњој туризмолошкој литератури термин покултурни туризам није коришћен и путовања повезана са популарном културом именована су или као филмски туризам или као књижевни туризам. Одредница покултурни туризам биће у раду коришћена као кишобран термин који укључује туристичка путовања у вези са филмом, књижевношћу и музиком, и који у случају руте 66 сажима све наведено и представља облик културног туризма, односно своју понуду гради и на историјском и на популарном

културном наслеђу. Другим речима, рута 66 је савршени пример како културна митологија испреплетана око једног нефункционалног пута постаје туристичка дестинација (в. Kibby, 2000; Caton & Santos, 2007).

Рута 66 постала је културном иконом захваљујући централном месту који аутомобил и аутопут заузимају у америчкој популарној култури. У првом делу рада приказаће се значај и културно исходиште „роад жанра“ (road genre) као типично америчког наратива о путу. У раду ће се затим, после описа кратке историје овог аутопута, изложити понуда „Роут 66 селфдрајв тура“ (Route 66 self-drive tours) које нуде туристичке агенције у САД и у свету, а потом ће се приступити анализи садржаја Интернет форума, блогова и веб сајтова где се окупљају туристи и заљубљеници у руту 66. Покушаће да се прикаже у којој мери и да ли представе о овом путу перпетуиране у популарној култури одговарају искуствима туриста са путовања и њиховим мотивацијама да на њега крену. Циљ рада је да укаже да су наративи о путу претходно развијени у књижевности, филму и музици заједно са наративима о туристичком искуству руте 66 („road trip stories“) утицали на развој и популарност Роут 66 туризма.

### **Наративи о путу у америчкој популарној култури**

*„Аутомобил је и средиште америчког духа, и симбол земље, и основа националног карактера, и облик који је попримила америчка душа“ (Genis, 1999, с. 17)*

Неоспоран је значај који аутомобил и аутопут имају у америчкој популарној култури и фолклору. Америка је, уосталом, и колевка аутомобилске цивилизације (чији су основни елементи аутомобил, путеви, путовање и саобраћајна правила) која има своју митологију и ритуале (в. Ковачевић, 2001, с. 196-211). У студији *Романса пута: књижевност америчког аутопута* Роланд Примеау (Primeau, 1997) пише да Американци аутопутеве третирају као свети простор, јер су аутопутеви и аутомобили за њих „много више од пуког транспорта, места која стимулишу покрет, брзину и осамљеност...одлазак на пут представља шансу за нови почетак, време током кога спознају себе и своју земљу, возећи се кроз отворена пространства“ (Primeau, 1997, с. 1). Америчка љубав према аутомобилима и путевима (била на линији генерализације или не) своју културну манифестацију нашла је у медијима књижевности, филма, и музике. Бројни аутори сматрају да ови наративи о путу творе посебан „жанр унутар жанра“ тзв. „road genre“ који је типично амерички (Ewertman & Löfgren, 1995; Ireland, 2003; Primeau, 1997; Laderman, 1996). Као и сви жанрови

популарне културе, „роад жанр“ је изразито формулаичан (в. Sawelti, 2006) и публика унапред зна шта да очекује од књижевног или филмског дела – јунак који је обично мушкарац одлази на пут због авантуре, бега, потраге или нових могућности. Према Приму, четири основне теме америчке књижевности о аутопутевима су друштвени протест, потрага за националним идентитетом, путовање ради самооткрића и бег (Primeau, 1997). Тема друштвеног протеста једна је од првих асоцијација на помен овог жанра, захваљујући чувеном роману Џека Керуака *На путу* из 1957. године. Овим романом установљени су темељи жанра, и како истичу Ејерман и Лофгрен (Eyerman & Löfgren, 1995), створен је један важан предуслов будуће привлачности филмова о путу – двосмисленост пута „пут која год да је рута, север-југ, исток-запад, увек је отворен, али исто тако увек истовремено испуњен и ризиком и надом“ (Eyerman & Löfgren, 1995, с. 58). Примо запажа да су на неки начин сва путовања путем протест. Људи одлазе на пут да би променили окружење, да би утекли ограничењима које им намећу обичаји, традиција и друге околности код куће, и да би барем на кратко живели алтернативним начином живота. Време проведено на путу, према Приму, пружа могућност да доведемо у питање постојећи друштвени поредак, и да истражимо вредности супротне онима доминантним у нашој култури (Primeau, 1997, с. 33). Наративи чија је тема потрага за националним идентитетом, најчешће граде причу око мотива губитка – напуштени градови, аутопутеви, регије и изгубљене вредности, и наратори покушавају да поврате стари начин живота и оживе изгубљено (Primeau, 1997, с. 51). Путовање тиме постаје потрага за душом нације, некаквом „есенцијом“ Америке, Америке прошлих времена. Примо закључује да „примарна сила која мотивише америчку потрагу на путу јесте чежња за повратком у време када је река била дубља, када су локални обичаји и регионална култура били живи, време пре него што су пејзажи затрпани билбордима а интерстејт мрежа заменила старе аутопутеве“ (Primeau, 1997, с. 65). Потрага за Америком, такође је и у Ајрлендовом (Ireland, 2003) тумачењу жанра његов основни градивни елемент – „основни елемент роад жанра је потрага за Америком, Америком каква је обећана у Америчком сну, који је традиционално смештен на Западу, иза Границе“ (Ireland, 2003, с. 482). Трећа главна тема роад жанра како наводи Примо јесте путовање ради самооткрића. По овом аутору, сваки херој аутопута на овај или онај начин жели да побегне од дистракција свакодневног живота и да се одвезе у време и место где је могуће пронаћи своје унутрашње ја (Primeau, 1997, с. 69). Примо речено образлаже тиме што пут неретко представља место ослобођено од рокова, обавеза, и чланства, те путовање барем на кратко одлаже одређење појединца на основу порекла, професије или географије (Primeau, 1997, с. 69). Последња

тема жанра која се односи на бег, експериментисање и пародију представља савремени, постмодерни одмак од жанровских конвенција и одраз је промена у укусима, захтевима и вредностима данашње публике. Такви наративи о путу изразито су анксиозни, усамљенички, и карактерише их губитак наде присутне у осталим темама (Primeau, 1997, с. 89).

Да ли је роад жанр типично амерички жанр? Ако јесте, шта је то америчко у жанру о путу, осим земље продукције? Немају ли и друге културе своју роад кинематографију или своју верзију популарне књижевности о путу у којима се артикулишу жеље, страхови и вредности дате културе? Ако јесте амерички, шта се мења када се овај жанр пренесе у другачије друштвене и културне контексте? Филм о путу америчке, тј. холивудске продукције, несумњиво је веома популаран међу европском публиком. Ејермен и Лофгрен сматрају да разлог његове популарности и разлог његове „американичности“ лежи у идејама слободе и мобилности која је у Сједињеним Америчким Државама тесно повезана са идејом Америчког сна. Пут као метафора живота није амерички изум, али американизација овог типа наратива јесте консеквенца начина на који су специфичне концепције које се тичу слободе и функције пута конструисане у САД – слобода да се напредује на друштвеној лествици је једна од централних и трајних представа које Америка има о себи и које Европа има о Америци. Амерички филмови о путу своју основу граде на начинима на који су слобода и друштвена мобилност повезиване са физичком мобилношћу као темом у америчкој култури (Eugeman & Löfgren, 1995, с. 55).

Ајрленд роад жанр назива „микрокосмосом Америке саме“, а разлог америчке фасцинације путем проналази у некаквом наводном „немирном, луталачком духу и нервозној енергији Американаца“ (Ireland, 2003, с. 474). Разлоге за такву тврдњу, Ајрленд покушава да поткрепи историјским искуством насељавања САД (пренебрегавајући митологизовање истог), и примерима експлоатисања симбола Дивљег Запада у овим филмовима, преузимајући спорну Тарнерову тезу по којој је „постојање Границе произвело ту немирну, нервозну енергију инхерентну америчком карактеру“. Ајрленд тиме приписује популар митолошке карактеристике – с једне стране актерима а с друге савременим конзуметима ових филмова. Према овом аутору, смер од Истока ка Западу је основни смер путовања у жанру – путници прате традиционалну руту пионира и Манифеста судбине (Ireland, 2003, с. 475). На крају, аутор објашњава да је разлог зашто роад жанр није настао у некој другој култури у томе што им недостаје искуство Границе, тј. западног ширења ка граници (Ireland, 2003, с. 484).

Поред литературе и филма, аутопут као симбол мобилности и слободе „слављен“ је у необројеним песмама тзв. традиционалних музичких жанрова попут америчког фолка и кантрија. Помен аутопута, брзине, бензина, и келнерице из ресторана поред пута у песми готово да представљају императив кантри жанра.

Такође, бројне и разнолике фолклорне творевине су се развиле у вези са аутомобилима – „кључним симболима модерне Америке“ како их је назвао амерички фолклориста Ричард Дорсон (Dorson, 1977). Аутомобил се као предмет савременог фолклора појављује у различитим облицима фолк традиције као део пејзажа модерног живота, и то, како запажа енглески фолклориста Стјуарт Сандерсон (Sanderson, 1969), на два начина: „као фамилијарни артефакт према којем се са мањим или већим модификацијама преносе многа старија веровања и обичаји“ и друго „који генерише нове облике фолклора, као технолошка иновација у светлу аутомобилске цивилизације“ (Sanderson, 1969, с. 241). У прилог значаја аутомобила у свакодневном животу и савременом фолклору Американаца говоре и урбане легенде у којима аутомобили често заузимају централно место – или као објект око кога се у причи гради заплет или као место дешавања легенде (в. Kovačević, 2009).

### **„U.S. Route 66“ – стварање културне иконе**

*„If you ever plan to motor west  
Travel my way, take the highway that's the best,  
Get your kicks on Route 66!“ (Bobby Troup, 1946)*

„Route 66“ је успостављен 1926. године захваљујући залагањима „Покрета за изградњу путева“ („Good roads movement“) и доношењем „Федералног акта о аутопутевима“.<sup>8</sup> Намера је била да се овом рутом повежу мали и заостали градови Средњег Запада које су до тада успостављени аутопутеви (нпр. Lincoln Highway или Dixie Highway) заобилазили са развијеним Истоком САД. Роуте 66 који је повезивао Чикаго и Лос Анђелос био је дугачак 2488 миља (3940 км) и пролазио је кроз осам савезних држава: Илиноис, Мисури, Канзас, Оклахома, Тексас, Нови Мексико, Аризону и Калифорнију. Убрзо по званичном отварању основано је удружење за

---

<sup>8</sup> Масовна производња и популарност аутомобила захтевала је и боље путеве, те је Конгрес 1921. донео „Federal Highway Act“ који је омогућио финансирање изградње националне мреже аутопутева са две траке.



промоцију новог пута под називом „U.S. 66 Highway Association“ у чијем су саставу били делегати из свих држава кроз које је аутопут пролазио. Управо је ова организација у сврху туристичке промоције именовала Роут 66 „главном улицом Америке“. Да би привукли туристе који су са Истока путовали на Запад, удружење је штампало водиче, мапе и разгледнице, и у сарадњи са Роут 66 „бизнисом“ (ресторанима, мотелима, бензинским пумпама који су се налазили поред пута) организоване су бројне манифестације попут локалних вашара и изложби, родеа, „индијанских представа“ итд (Dedek, 2007, с. 35).

У односу на његову употребу од свог оснивања до данас Роут 66 је прошао кроз неколико различитих историјских фаза. Од 1927. до 1934. године представљао је новоотворену туристичку руту и био је примарни аутопут који се користио за камионски транспорт, са доста неравина и наглих скретања. У периоду између 1934. до 1940. Роут 66 симболизује „пут бекства“ за стотине хиљада економских избеглица из Оклахоме и суседних држава који су се упутили ка Калифорнији у потрази за запослењем и бољим животом. Током Другог светског рата односно од 1940. до 1945. намена аутопута се поново променила – због своје географске изолованости служио је као место за војне базе и тренирање војника. Након 1945. године Роут 66 је поново постао „омиљена туристичка рута“ и примарни превозни коридор између Чикага и Лос Анђелоса. Од 1956. па све до касних седамдесетих година XX века „интерстејт аутопутеви“ поступно замењују делове Роут 66 (Dedek, 2007, с. 34).

Ових пет историјских фаза Ен Карден (Carden, 2006) је на основу истраживања популарне и историјске литературе, рекламних материјала, и разговора са путницима тога времена анализирао у контексту туристичких мотивација и начина на који су сами путници допринели његовом брендирању. Карден сматра да је пут прошао кроз следеће фазе: 1. отварање – симбол новитета, 2. Велика депресија – симбол наде, 3. Туризам – ознака за дестинацију, 4. Пад – симбол старог времена и 5. Поновно рођење – знак носталгије. У првој фази, двадесетим годинама прошлог века, Карден изваја бег од стега традиционалног друштва, друштвени статус (јер је путовање подразумевало да се има времена, новца а најпре чиме путовати) и културну радозналост као факторе који су мотивисали Американце на путовање новоотвореним аутопутем (Carden, 2006, с. 54). У периоду Велике депресије путници рутом 66 су такође били мотивисани бегом али овога пута бегом од сиромаштва и тешког живота, и надом за поновним задобијањем изгубљеног друштвеног статуса у Калифорнији, америчком рају на Западу (Carden, 2006, с. 55). По завршетку

Другог светског рата Роуте 66 доживљава туристички бум – отварају се нови ресторани, мотели и забавни паркови поред пута осветљеног неонским светлима, граде се грађевине у облику циновских поморанци, сомбрера или животиња, као и огромне статуе различитих фолк хероја (в. Marling, 1984) те Карден сматра да је управо у овом периоду Роуте 66 постао културном иконом (Carden, 2006, с. 56). Када је успостављена нова мрежа међдржавних аутопутева са четири траке (1956) Роуте 66 је постао симбол старог времена, да би коначно 1984. сви трагови старог аутопута били избрисани са саобраћајних ознака и мапа (Carden, 2006, с. 56). Последња фаза коју Карден наводи и која траје од деведесетих на овамо јесте „поновно рођење пута“ када Роут 66 представља симбол носталгије, и када су забележене прве масовније посете страних туриста који путују рутом 66 да би искусили аутентичну, ’једноставну’ Америку прошлих времена“ (Carden, 2006, с. 56-57).

Касних осамдесетих оснивају се Роут 66 асоцијације („Route 66 Associations“) у свакој од осам држава понаособ. Заједничко залагање ових организација за очување нефункционалног старог пута доводи до рађања неке врсте културног покрета који ће превазићи локалне оквире („Grassroots Route 66 preservation movement“). Конгрес је 1990. године донео законски акт под називом „Public Law 101-400 the Route 66 Study Act of 1990“ (<http://www.nps.gov/rt66/PublicLaw106-45.pdf>) у коме се рута 66 представља као симбол америчког наслеђа и културе путовања. Федерална агенција за заштиту националних паркова и споменика („National Park Service“) била је задужена да спроведе евалуацију руте 66 као ресурса за потенцијалну конзервацију односно да утврди значај руте 66 у америчкој историји, начине презервације пута и његове даље употребе (студија је доступна на [www.nps.gov/history/rt66/SpecialResourceStudy.pdf](http://www.nps.gov/history/rt66/SpecialResourceStudy.pdf)). 1999. године се рута 66 проглашава „Националним историјским коридором“ („National Historic Corridor“) и обезбеђује се десетогодишњи програм заштите („National Park Service Route 66 Corridor Preservation Program“). За програм заштите и рестаурације руте 66 (укључујући и ресторане, мотеле, бензинске пумпе и неонске знаке поред пута) обезбеђен је фонд од 10 милиона долара чиме би се стимулисао економски развој малих градова кроз које је пут пролазио. Пројекат ревитализације пута је 2009. године обновљен и продужен на наредних десет година.

### **Садржај Руте 66 „селфдрајв туре“**

Данашња туристичка путовања рутом 66 могу се описати као „тематске туринг руте“ („themed touring routes“) односно као „селфдрајв туре“ („self-

drive tours“)<sup>9</sup>. Аутори који су разматрали феномен селфдрајв туризма понудили су прилично очигледне и прешироке дефиниције: „селфдрајв туризам је туризам који се заснива на путовању аутомобилом (властитим или изнајмљеним) од почетне тачке ка крајњој дестинацији уз укључивање у туристичке активности током тог пута“ (Prideaux & Carson, 2003, с. 308) или „селфдрајв туризам представља путовање аутомобилом као примарним начином транспорта које подразумева одлазак од куће на макар једну ноћ“ (Olsen, 2002 цитирано према Prideaux & Carson, 2003, с. 308). Досадашња истраживања феномена селфдрајв туризма углавном су била усресређена на економске аспекте оваквих путовања и разматрала његову улогу у регионалном развоју (Taylor & Prideaux, 2008; Sivijs, 2003) уз истицање „наглашене индивидуалности“ селфдрајв туриста који одлучујући се на овакав вид одмора „покушавају да ухвате осећај слободе и независности“ (Hardy, 2003 цитирано према Prideaux & Carson, 2003, с. 309) и „побегну од градског живота“ (Taylor & Prideaux, 2008, с. 78). Популарност селфдрајв тематских тура у протеклих неколико година упућује на преиспитивање односа између туристичког путовања и туристичке дестинације. Наиме, према појединим ауторима питања значаја мобилности и самог путовања као туристичког искуства у студијама туризма била су скоро потпуно занемарена, и путовање је схватано само као „нужно зло за постизање жељене дестинације“ (Larsen, 2001, с. 81). Долазак на дестинацију – туристичку атракцију је једино што завређује пажњу, док је путовање представљало само пуки транспорт из тачке А ка тачки Б. У случају Роут 66 тура већи део времена туристи проводе у путовању и сама возња постаје дестинација.

Бројне америчке и европске туристичке агенције специјализоване за такозване „роад трип“ туре (road trip tours) нуде путовање рутом 66. Агенцијска понуда најчешће обухвата авионски превоз до Чикага, изнајмљивање аутомобила или моторцикла, и обезбеђена преноћишта током путовања у хотелима или мотелима, у зависности од буџета туриста. Тура најчешће траје од 14 до 16 дана и програм путовања прати маршруту старог аутопута чији је велики део данас непроходан, то јест није у „возном

---

<sup>9</sup> Због немогућности адекватног превода ове кованице у тексту ће се користити енглески назив. Непостојање српског термина вероватно је делом резултат тога што ова врста туризма није институционално развијена у Србији, и на овим просторима уопште, већ је ограничена на велика пространства – САД и Аустралију, мада се „крње“ селфдрајв туре спроводе и у Великој Британији и земљама Скандинавије; према неким истраживањима управо Британци и Норвежани чине највећи број интернационалних туриста који путују америчким путем 66.

стању“. У сваком граду кроз који се пролази предвиђено је једнодневно задржавање и у опису туре назначене су културне, историјске и природне знаменитости карактеристичне за дато место. Првог и другог дана пута остаје се у Чикагу, трећег дана се стиже у Сент Луис, четвртог дана у Спрингфилд, петог у Оклахома Сити, шести дан обилази се Амарило, седми, осми и девети дан се остаје у градовима Тукумкари, Алберкерк или Санта Фе (у зависности од понуде туристичке агенције која организује туру), затим се десетог и једанаестог дана задржава у Холбруку, дванаестог дана пута се стиже у Лас Вегас, а тринаестог и четрнаестог дана се остаје у Лос Анђелосу или Санта Моници где се уједно и завршавао стари аутопут.

### **Интернет и Рута 66**

Интернет има значајну улогу у промовисању историјске руте 66 као туристичке дестинације. Марјори Киби (Kibby, 2000) је веб странице посвећене овом путу поделила на официјелне сајтове Роут 66 асоцијација које у првом реду нуде информације општег типа (историја, мапе, водичи), на сајтове иза којих стоје Роут 66 „предузетници“ (власници ресторана, хотела, сувенирница, и осталих атракција поред пута), на персоналне веб странице туриста који су пошто су путовали рутом 66 на Интернет поставили дневнике са путовања, и на форуме, односно мејлинг листе где прошли и будући туристи дискутују о свему што је везано за овај аутопут (Kibby, 2000, с. 144-147). Датом списку Интернет локација о рути 66 треба додати и друштвене мреже попут фејсбука и твитера путем којих туристи у реалном времену извештавају о свом „животу на путу“ (на пример <http://twitter.com/#!/tlton66>; <http://twitter.com/#!/TheMotherRoad>).

Интернет блогови (на пример <http://routesixty-six.blogspot.com/>; <http://bethfenwick.com/route66>; <http://oldmanonrt66.blogspot.com/>; <http://belgianroute66roadie.blogspot.com/>) о путовању рутом 66 веома су добра илустрација специфичности Роут 66 туризма. Та јединственост не огледа се само у томе што је неки туриста направио веб страницу посвећену његовом путовању – вероватно постоје слични примери таквих Интернет турситичких дневника о, на пример, Нијагариним водопадима или острву Гоа. Роут 66 блогови су у исто време и сведочанства са путовања, и начин да се саопшти и подели туристичко искуство, и настојање да се атмосфера путовања продужи, и средство потврђивања припадања једној глобалној фан заједници. Већина блогова има исту наративну структуру – припрема за пут, одлазак на пут, путовање, повратак са пута. Блогови су углавном илустровани фотографијама призора са/поред аутопута – саобраћајни и неонски знаци, архитектура, локално становништво, од којих је највећи

број оних у којима је фокус на самом „отвореном“ и „празном“ путу. Искуство путовања рутом 66 за блогере означава различите ствари – некима путовање представља потрагу за романтизованим представама у делима популарне културе, док је другима путовање рутом 66 један од начина да се повежу са „сопственим коренима“.

Американка која је први пут туристички путовала овом рутом записала је:

*Нисам могла а да не мислим о паралелама овог путовања са путовањем моје мајке и оца 1963. године. Мој отац се запутио ка Калифорнији због посла, спаковали су децу, напустили Илиноис, и дошли на обалу, у порагу за новим животом. Које је задовољство било бити поново у Илиноису, видети стару кућу у којој сам рођена, градић у коме је моја мајка одрасла, и да упознам људе који су познавали моју породицу...Роут 66 је као дрога, возиш се њиме, и када погледаш преко рамена, желиш да то понављаш изнова и изнова (<http://bethfenwick.com/route66>).*

Једна немачка туристкиња свој блог о путовању рутом 66 започела је следећим речима:

*Оно што сам научила на путовању јесте да су сви Роут 66 људи онакви какви су приказани у Дизнијевом анимираном филму ‘Cars’. Погледајте филм пре него што започнете свој пут пошто ћете се са њим сусрести вероватно неколико пута. Аниматори су путовали рутом 66 да би сакупили податке о људима који живе у местима кроз која пролази рута 66, о њиховом начину живота, причама...([http://www.alex-aroundtheworld.com/html/route\\_66\\_chicago-la.html](http://www.alex-aroundtheworld.com/html/route_66_chicago-la.html)).*

Две Интернет „локације“ представљају референтну тачку за прикупљање података о рути 66, и место где се свакодневно састају „припадници“ виртуелне Роут 66 заједнице.<sup>10</sup> То су мејлинг листа „The Route 66 eGroup“ и веб страница „The Historic Route 66“. Роут 66 мејлинг листа „The Route 66 eGroup“ (<http://groups.yahoo.com/group/route66/>) постоји од 1999. године и

---

<sup>10</sup> Виртуелне заједнице чине оне друштвене групе које настају повезивањем људи у „сајбер-простору“ – такве „културне скупине настају онда када се довољно људи довољно често сусреће у сајбер-простору“ (Rheingold, 1992 цитирано према Antonijević, 1999). Због природе компјутерски посредоване комуникације која превазилази време и простор, виртуелну заједницу – групу људи која се окупља на одређеном дискусионом форуму, чет собама, или мејлинг листама, могу чинити људи из свих делова света које повезују заједничка интересовања било да се она односе на хобије, професију или нешто треће (Antonijević, 1999).

има преко 2000 чланова. Од оснивања до данас написано је преко 73 000 порука. На листу се дневно у просеку пошаље 15 до 20 порука различитих садржина о рути 66 (обавештења о дешавањима на рути 66, савети и помоћ при планирању маршуте пута, искуства са путовања, тј. “роад трип” приче...). Веб страница „The Historic Route 66“ (<http://www.historic66.com>) представља вероватно најобухватнији водич за путовање рутом 66 – у детаље су приказане и објашњене мапе пута за сваку државу и градић кроз који се пролази, постоји посебан део сајта где се најављују различити догађаји везани за руту 66 (фестивали, изложбе, трке, неформална окупљања), галерија фотографија, линкови ка сродним сајтовима, онлајн квиз знања о рути 66, и дискусионни форум који броји 3042 члана. Сајт је 1994. године основао један белгијски туриста после неуспешних покушаја да на Интернету пронађе било какву информацију о путовању овим аутопутем. Нажалост, форум поменутог сајта више није у функцији те ће грађа за анализу туристичких дискусија о рути 66 бити преузета са другог, једнако популарног форума.

Дискусије о Роут 66 туризму праћене су на форуму компаније *Lonely Planet* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/>). Форум *Thorn Tree* чија је намена размена савета и информација о путовањима изабран је пре свега због његове глобалне популарности – *Lonely Planet* важи за највећег и најутицајнијег издавача туристичких водича у свету. Теме о туристичким путовањима рутом 66 налазе се у оквиру подфорума Сједињене Америчке Државе. То су највећим делом теме које су поставили инострани туристи из Европе и Аустралије, који на овај начин покушавају да добију информације и савете „из прве руке“ о путовању рутом 66. Прегледано је укупно 17 тема. Тема о рути 66 на форуму има знатно више али су за поребе овог рада изабране само оне које су изазвале даљу дискусију<sup>11</sup> и то између следећих учесника: будућих туриста (који су најчешће и постављачи теме), бивших туриста и Американаца који постују на форуму. Питања која будући туристи постављају тичу се уопштених података који се већ налазе у бројним бесплатно доступним водичима о рути 66 на Интернету – годишње доба најпогодније за путовање, најприступачније агенције за рентирање возила, препоручени мотели и ресторани итд. За разлику од организованих Роут 66 тура које трају најдуже 16 дана, време који ови „селфдрајв“ туристи намеравају да проведу на путу износи најмање три недеље. У уводном посту инострани туристи неретко прво објашњавају разлоге због којих су се одлучили на путовање рутом 66.

---

<sup>11</sup> Из разматрања су изузете и оне теме чија је сврха рекламирање пута односно оне које су поставили Роуте 66 „предузетници“ (власници ресторана, мотела, бензинских пумпи...).

Сматрају да ће их путовање овом рутом упознати са америчком културом и историјом, и да ће се пре свега добро забавити – што су очекивања карактеристична за било коју туристичку посету некој регији.

- *Желим да упознам сјајне пејзаже и разноврсност културе и историје. Да упознам културу и људе одређених места* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jsps?threadID=2064478>).

- *Желимо да се забавимо, видимо нова места, спојимо културу са забавом* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jsps?threadID=2026451>).

- *Ми нисмо људи којима је потребна туристичка атракција после туристичке атракције. Наша визија путовања је да само негде идемо, и није важно ако није превише узбуђујуће и занимљиво, само желимо да гледамо околностима и да примећујемо детаље шта је различито а шта је исто као тамо где ми живимо. Сасвим нам одговара да путујемо без неког стриктног плана. Наш интерес је историја и култура, али што је најважније сами људи* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jsps?threadID=2031772>).

У једном броју одговора очигледан је утицај популарне културе на њихову одлуку да путују овим аутопутем. То су романтизоване представе о авантури на путу које налазимо у бројним америчким филмовима или нпр. праћење географског трага чувене песме *Get Your Kicks on Route 66*:

- *Имам романтичну визију мене и моје жене како се возимо отвореним путем са спуштеним кровом на аутомобилу* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jsps?threadID=2064478>).

- *Волео бих да путујем рутом 66 и да посетим неке од градова који су поменути у песми* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jsps?threadID=1812245>).

Роут 66 туристичка путовања често су мотивисана потрагом за старином и историјом (стари ресторани, напуштени градови и уопште Америка „прошних“ времена) а уз то неизбежно следи и њихово преговарање значења аутентичности предела или предмета са осталим дискусантима на форуму. Стиче се утисак да Роут 66 туристи, (не)свесни туристичке комодификације историје и културе, у складу са старом дихотомијом туриста vs. путник не сматрају себе туристима, или барем одбијају да то

буду. Томе је разлог вероватно и сама природа путовања – без туристичког водича, делимично без унапред задатог плана пута и ограничења које намећу туре које организују туристичке агенције, дакле, у изнајмљеном или сопственом возилу, које је слободно да „скрене са пута“ када се год пожели.

- *То је био мој сан. Обожавамо старе ресторане и предност дајемо старим стварима у односу на туристичке производе* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1769056>).

- *Ми заиста желимо да искусимо стару Америку иако није неопходно да то буде тако током целог пута. Желели бисмо да посетимо напуштене градове (тзв. „ghost towns“), али оне истинске који нису претворени у туристичке атракције. Поред тога желимо да видимо лепе пределе, и да се забављамо у ноћном животу* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1959980>).

Вожња „отвореним путем“ кроз пространства карактеристична за запад САД, такође су чест мотив:

- *Фасцинира ме идеја о возњи на дугачком аутопуту пошто у Европи нема толико отворених простора* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1612750>).

- *Ја сам Аустралијанац који воли отворене путеве и возња рутом 66 од Чикага до Лос Анђелоса је одувек била мој сан* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1452486>).

Ово путовање за многе туристе представља остварење сна, нешто што су одувек желели да ураде, и што је „прилика која се има само једном у животу“ („once in a life time“)

- *Ја сам један од оних Европљана који сањају о рuti 66 већ дуго времена (било да она постоји или не) и планирам да се овога лета возим њоме. И морам да потврдим већину сумњи овде – да, то је због осећаја слободе, због американе, због различитости на путу, због потребе да видим што више могу за кратки временски период, и због славе руте 66* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1612750&start=15>).



- *Ја израђујем старе аутомобиле и одувек сам желео да нађем времена да се возим рутом 66. До сада то нисам урадио због болести. Морам да урадим то сада пре него што не будем могао уопште* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1924330>).

Бивше туристе укључене у дискусију већином чине домаћи, амерички туристи или туристи из Аустралије. Њихови одговори у афирмативном тону описују искуство путовања рутом 66. Наглашава се културно-историјски значај пута, истиче „доброта“ локалног становништва, и „Америка каква у градовима више не постоји“.

- *Вожња ониме што је остало од руте 66 је попут вожње кроз античке рушевине. Не посећују се због пејзажа, естетике, или њиховог садашњег значаја, већ због историјске вредности. Овакаво путовање приближава нас спознаји каква је земља некада била, током Велике депресије. Замисли да се возиш у старом аутомобилу без климе, и имаћеш представу о раном двадесетовековном америчком искуству, о Америци прошлих времена* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1612750>).

- *Мој пријатељ и ја смо се пре 18 месеци возили рутом 66 и једним делом Линколн аутопута. Ако желите да видите део праве Америке, не можете да заобиђете руту 66. Наравно, видећете доста ‘грашка и кукуруза’ (нека врста националног јела у Тексасу), и одседати у местима која у свом називу садрже реч ‘Спрингфилд’, али ћете такође видети и Американце у најбољем светлу. На крају крајева, видећете део САД који ни многи Американци неће видети у свом животу* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1959980>).

- *Прошлог лета возили смо се рутом 66 од Чикага до Албекерка – то је било величанствено путовање. И даље има много тога да се види и много дивних људи да се сретне. Возили смо се једним делом ‘интерстејтом’ да би дошли до руте 66. Ово искуство не бих пропустио низашта на свету. То је чиста американа* (<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1647157>).

Трећу групу учесника форумских дискусија чине „случајни пролазници“ који су заинтересовани дискусијом. То су амерички дискусанти чији су одговори уперени ка деконструкцији мита о рути 66, и у којима се

изражава критички став према туристичкој употреби националног културног наслеђа.<sup>12</sup>

На основу различитих садржаја о руту 66 које су на Интернет поставили прошли, будући и садашњи туристи могуће је издвојити неколико мотива. Испитивање туристичких мотивација и одговор на питање зашто људи путују представља једно од кључних питања у туризмолошким студијама. Ипак, упркос бројним настојањима да се туристичке мотивације дефинишу, не постоји општа сагласност нити јединствена дефиниција туристичких мотивација и питање да ли је мотивација психолошки или социолошки концепт данас је једнако актуелно као и пре три деценије (в. Dann, 1981; Iso Ahola, 1982; Dunn & Iso Ahola, 1991; Mansfeld, 1992; Fodness, 1994). Према Бурнсу (Burns, 1999), туристички мотиви често су сувише комплексни и истраживање мотивације као сврхе путовања захтева опсежне и „дубоке“ разговоре лицем-у-лице (Burns, 1999, с. 35). Из тог разлога, уочени мотиви који су утицали на туристе да се одлуче на путовање рутом 66 свакако нису коначни, нити генерално важе за све Роут 66 туристе, већ пре представљају илустрацију туристичких мотивација на основу једног броја доступних Интернет наратива о путовању рутом 66, и могуће полазиште за будућа етнографска истраживања Роут 66 туризма и туриста.

Иностранци туристи на путовање рутом 66 одлучили су се због забаве, прилике да упознају другачију културу и историју, локално становништво, а подстицај тог „општег мотива“ често је инспирисан представама које су генерисане из дела популарне културе – анимирани филм *Cars* чија је порука да истинске вредности чувају људи (тј. аутомобили) настањени у малим напуштеним градовима поред пута, филмске сцене у којима се приказује вожња аутомобилом кроз беспућа америчког Запада, музичке нумере у чијим се рефренима певају „догодовштине“ на путу итд. Другим речима, популарна митологија пута умногоме је обликовала начине на које иностранци туристи доживљавају туристичко искуство руте 66.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Како тему рада представљају туристи и њихове мотивације и ставови, одговори ових дискусаната неће бити приказани и разматрани у раду.

<sup>13</sup> Својевремено је један грчки туриста поставио питање на данас неактивном форуму Historic66 да ли он и његови пријатељи могу да путују рутом у „супротном“ смеру од Запада на Исток. Чланови форума изразито негативно су реаговали на постављено питање јер је тај смер „историјски нетачан“ – пионири и Окији ишли су од Истока на Запад (<http://www.historic66.com/forum/viewtopic.php?f=8&t=3447>).

Мотивације домаћих туриста су у исто време и личне (породична историја) и колективне (историја нације). Њихова идеја водила претежно је идеализовано сећање на прошлост, носталгија за прошлим временима. Предмет тог носталгичног искуства често није лично доживљена прошлост (Davis, 1977, с. 416) већ прошлост преношена и конструисана кроз масовне медије – данашњи „Route 66“ туристи „сећају“ се периода Велике депресије и руте 66 као пута наде кроз Стејнбеков роман, а „осећаја“ педесетих кроз Керуакова писања.

### Завршна разматрања

Пример туризма на рути 66 указује на значај који сами туристи разменом и преношењем туристичких искустава имају у потоњем обликовању дате дестинације. Њихова мотивација за путовање потакнута је популарним наративима о путу, а потом доживљено туристичко искуство путовања рутом 66 бива такође у облику наратива о путу преношено даље.

Рута 66 представља аутентичну америчку традицију колико и циновска статуа „фејклор“ хероја Пола Бањанина која се налази поред овог аутопута у Аризони. Термин аутентичност можда је једна од најчешћих речи коју ћемо срести у радовима који се баве туризмолошким феноменима. Ипак, ма колико „лажни“ и један и други били, доказивање њихове „лажности“ не води дубљем разумевању нити туриста који их посећују нити феномена као таквог.<sup>14</sup>

#### Захвалност

Рад је резултат истраживања на пројекту „Антрополошко проучавање Србије – од културног наслеђа до модерног друштва“ (177035) који финансира Министарство за науку и технолошки развој РС.

#### Литература

ajax\_andy (2011, June 3) Road Trip: LA - AZ - NM - Route 66 - Vegas - San Fran – LA [Msg 15].  
Порука постављена на  
<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=2064478&start=15>.

ajax\_andy (2011, June 2). Road Trip: LA - AZ - NM - Route 66 - Vegas - San Fran – LA [Msg 1].  
Порука постављена на  
<http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=2064478>.

---

<sup>14</sup> Како је то рекао немачки етнолог Херман Баузингер „функција ’правог’ и фалсификованог ковчега је иста“ (Bauzinger, 2002, с. 176).

- anao (2011, February 28). Road Trip Route 66 vs. South Pacific? [Msg 1]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=2026451>.
- Antonijeвић, S. (1999). Virtuelne zajednice i društveni odnosi na Internetu. *Sociologija* 41 (2), 187-200.
- aussietravelbug (2007, August 26) Route 66 tips [Msg 1]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1452486>.
- batlo8 (2010, September 12) 3 week road trip for Brits- original idea was route 66 [Msg 1].  
Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1959980>.
- Bauzinger, H. (2002). *Etnologija*. Beograd: XX vek.
- Bondrj (2010, September 28) 3 week road trip for Brits- original idea was route 66 [Msg 10].  
Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1959980>.
- Buchmann, A, Moore K. & Fisher, D. (2009). Experiencing Film Tourism: Authenticity and Fellowship. *Annals of Tourism Research* 37 (1), 229–248.
- Burns, P. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
- Genis, A. (1999). *Američka azbuka*. Beograd: Geopoetika.
- Dann, G. (1981). Tourism motivations: an appraisal. *Annals of Tourism Research* 8 (2), 187-219.
- Dedek, P. (2007). *Hip to the trip : a cultural history of Route 66*. University of New Mexico Press, 2007.
- Dorson, R. (1977). *American Folklore: with with revised bibliographical notes*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Dunn, R. E. & Iso-Ahola, S. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research* 18 (2), 226-237.
- Eyerman, R. & Löfgren, O. (1995). Romancing the Road: Road Movies and Images of Mobility. *Theory, Culture and Society* 12 (1), 53-79.
- Ireland, B. (2003). American Highways: Recurring Images and Themes of the Road Genre. *The Journal of American Culture* 26 (4), 474-484.
- Iso-Ahola, S. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research* 9 (2), 256-262.

“Route 66” – покултурно путовање на запад

- keimbegra (2008, May 30) [Msg 13]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1612750>.
- Kibby, M. (2000). „Tourist on the Mother Road and the Information Superhighway“. In *Reflection on International Tourism: Expressions of Culture, Identity and Meaning in Tourism*, eds. M. Robinson and P.Long, 139-149. Newcastle: University of Northumbria.
- Kim, H. & Richardson, S. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research* 30 (1), 216-237.
- Kovačević, I. (2001). *Semiologija mita i rituala 2*. Beograd: Srpski genealoški centar - Etnološka biblioteka 4.
- Kovačević, I. (2009). Kuka ili sekira – epilog ljubavne scene na Lover’s Lane. *Etnoantropološki problemi* 4 (1), 37-61.
- Krim, A. (1998). Get Your Kicks on Route 66: A Song Map of Postwar Migration. *Journal of Cultural Geography* 18 (1), 49-60.
- Laderman, D. (1996). What a Trip: The Road Film and American Culture. *Journal of Film and Video* 48 (1), 41-57.
- Larsen, J. (2001). Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 1 (2), 80-98.
- Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research* 19 (3), 399-419.
- Marling, A. K. (1984). *The Colossus of the Roads: Myth and Symbol Along the American Highway*. Mineapolis: Univ Of Minnesota Press.
- Neala (2008, August 8) Alternative to route 66 ? [Msg 12]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1647157>.
- Olsen, M. (2002). „Keeping track of the self drive market“. In *Drive Tourism: Up the wall and around the bend*, eds. Carson, D. , Waller I. and Scott, N., 11-24. Brisbane: Common Ground Publishing.
- Patton, P. (1986). *Open Road: a Celebration of the American Highway*. New York: Simon and Schuster.
- Prideaux, B. & Carson, D. (2003). A framework for increasing understanding of self-drive tourism markets. *Journal of Vacation Marketing* 9 (4), 307-313.

- Primeau, R. (1997). *Romance of the Road: The Literature of the American Highway*. Bowling State University Popular Press.
- Rheingold, H. (1992). *Virtual Communities*, on-line edition available at <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>
- Riley, R., Baker, D & Van Doren, C. (1998). Movie Induced Tourism. *Annals of Tourism Research* 25 (4), 919-935.
- Roadwarrior (2008, May 30) Route 66 [Msg 4]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1612750>.
- Sanderson, S. (1969). The Folklore of the Motor-Car. *Folklore* 80 (4), 241-252.
- Sivijs, A. (2003). The Drive Tourism Program 2000–2002: Project partners in the fast lane. *Journal of Vacation Marketing* 9 (4), 342-353.
- Squire, S. (1994). The cultural values of literary tourism. *Annals of Tourism Research* 21 (1), 103-120.
- streetrodder (2010, December 7) Curising down Historic Route 66 [Msg 7]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1924330>
- Taylor, A. & Prideaux, B. (2008). Profiling four wheel drive tourism markets for desert Australia. *Journal of Vacation Marketing* 14 (1), 71-86.
- Timothy, D. & Boyd, S. (2006). Heritage Tourism in the 21 Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism* 1 (1), 1-16.
- Fawcett, C. & Cormack, P. (2001). Guarding Authenticity at Literary Tourism Sites. *Annals of Tourism Research* 28 (3), 686-704.
- FiAndAl (2011, March 13). A question about attitudes to Route 66 [Msg 1]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=2031772>.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation, *Annals of Tourism Research* 21 (3), 555-581.
- Hardy, A. (2003). An investigation into the key factors necessary for the development of iconic touring routes. *Journal of Vacation Marketing* 9 (4), 314–330.
- Carden, R. A. (2006). Sign of Times: An Examination of the Self-Concept and Emotional Motivation of Travelers on Route 66. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 2 (2), 51-62.
- Caton, K & Santos, C. (2007). Herrytage Tourism on Route 66: Deconstructing Nostalgia. *Journal of Travel Research* 45 (4), 371-386.

“Route 66” – покултурно путовање на запад

- Cawelti, J. (2006). „The Concept of Formula in the Study of Popular Literature“. In *Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction*, eds. Hinds, Harold, Motz, Marilyn & Nelson Angela, 183-191. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Connell, J. & Meyer, D. (2009). Balamory revisited: An evaluation of the screen tourism destination-tourist nexus. *Tourism Management* 30 (2), 194-207.
- Connell, J. (2005). Toddlers, tourism and Tobermory: Destination marketing issues and television-induced tourism. *Tourism Management* 26 (5), 763-776.
- Cuthbertdibble (2009, August 21) route 66 [Msg 1]. Порука постављена на <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID=1812245>.
- Yahaya, A. (2006). The Scope and Definitions of Heritage: From Tangible to Intangible. *International Journal of Heritage Studies* 12 (3), 292–300.