

Milenko PASINOVIC

KULTURNO-ISTORIJSKI SPOMENICI KAO MOTIV TURISTICKIH KRETANJA

I. KULTURNO-ISTORIJSKO NASLJEDJE KAO MOTIVACIONA OSNOVA TURISTICKIH KRETANJA

Kultura je osnova turizma, konstatovali su prije više od četiri decenije osnivači savremene naučne misli u turizmu, Hanziker i Krapf. Mjere državne intervencije, naročito nakon drugog svjetskog rata, posebno rast slobodnih sredstava, doprinijeli su, u znatnoj mjeri, socijalizaciji turizma, čime se mijenjaju i potrebe koje uslovljavaju turistička kretanja. Te potrebe, prije svega, uslovljene su objektivnim faktorima, procesom urbanizacije i industrijalizacije, pa motiv kretanja sve više predstavlja odmor i rekreacija, drugim riječima sve više dolazi do izražaja rekreativna na račun kulturne funkcije turizma. To je, svakako, doprinijelo i kvantitativnom rastu turističkog prometa koji u međunarodnim razmjerama doseže cifru od 310 miliona turista u 1985. godini. Ovako impozantna cifra nije isključivo rezultat potreba za odmorom i rekreacijom. Zbog toga je moguće govoriti o rekreativnom turizmu kao prevladavajućem obliku, ali on ne isključuje ostale oblike izazvane drugim potrebama, među kojima i kulturnom. Naprotiv, teško je govoriti o čistim oblicima turističkih kretanja jer ona mogu biti motivisana jednom potrebom zbog koje nastaje kretanje a da se u mjestu boravka javi nova potreba.

Kulturalna potreba kao segment ukupnih potreba podrazumijeva određeni nivo kulture, u ovom slučaju turističke kulture, iz čega proizilazi potreba za kretanjem a time i kulturnim doživljavanjem i obrazovanjem.

Postoji uzročna veza između turističkih kretanja nastalih kao proizvod kulturnih potreba i stepena obrazovanja. Stepen obrazovanja određuje navike i način korišćenja slobodnog vremena. »Samo kroz obrazovanje čovjek se može pripremiti na bogatije oblike slobodnog vremena«, smatra G. Friedmann u svom radu »Razonoda i tehnička civilizacija«. S druge strane kroz obrazovanje

čovjek dostiže i viši stepen turističke kulture koja se manifestuje ne samo u intenzitetu kretanja već i u izraženosti kulturnih potreba i motivaciji za kretanjem.

Kako se manifestuje ta uzročna veza između stepena obrazovanja i potreba koje se javljaju kao motiv turističkih putovanja pokazuju sljedeći podaci:

Tabela 1. STEPEN OBRAZOVANJA TURISTA U JUGOSLAVIJI
I NEKIM DRUGIM ZEMLJAMA EVROPE

Stepen završene škole	CSSR	SR Njem.	Mađarska	Italija	Poљska	Spanija	(u %)
							Jugoslavija
Osnovna škola	7,8	2,0	12,2	5,1	7,8	7,3	8,4
Škola učenika u privredi							
industr. škola	11,5	2,8	12,6	9,9	11,5	8,1	21,4
Gimnazija	15,1	24,5	15,7	21,5	13,8	21,8	21,8
Srednja struč. tehn. škola	18,6	16,2	18,2	16,9	21,0	20,7	17,3
Viša škola	17,6	22,2	15,0	20,6	18,3	14,9	14,0
Fakultet	25,9	29,5	25,8	25,8	27,5	26,4	16,5

Izvor: TOUR Projekt, »Inozemni turisti u Evropi«, Center za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1979. str. 41.

Iz iznijetih podataka jasno se uočava činjenica da Jugoslaviju, prema stepenu obrazovanja, najviše posjećuju turisti sa završenom srednjom stručnom ili opštom spremom (60,5%), Španiju 50,6%, dok ostale analizirane zemlje turistu sa srednjim obrazovanjem posjećuju od 45 do 48% u ukupnoj strukturi turista.

I u učeštu turista sa osnovnim obrazovanjem Jugoslavija iskušuje visoko učešće među analiziranim zemljama (8,4%) i samo Mađarska iskušuje veće učešće (12,2%), a najmanje učešće Jugoslavija iskušuje u strukturi turista sa višom i visokom školskom spremom, svega 30,5%, odnosno manje od trećine turista koji posjećuju našu zemlju.

Daleko povoljnije učešće u pogledu turista sa višom i visokom školskom spremom iskušuju ostale analizirane zemlje: od 41,3% Španija, do 51,7% SR Njemačka.

U neposrednoj vezi sa stepenom obrazovanja je i zadovoljavanje kulturnih potreba kao motiva turističkih posjeta određenoj zemlji, regiji ili mjestu. Upoređujući navedene podatke sa motivima posjeta Jugoslaviji i nekim drugim evropskim zemljama, moguće je, na slijedećem primjeru, jasno sagledati pomenutu vezu:

Tabela 2. MOTIVI POSJETE JUGOSLAVIJI I NEKIM DRUGIM EVROPSKIM ZEMLJAMA

Kulturni razlozi:	Učešće u %
Cehoslovačka	3,2
SR Njemačka	4,8
Mađarska	4,1
Italija	5,6
Poljska	7,6
Španija	1,6
Jugoslavija	2,7

Izvor: TOUR Projekt, »Inovativni turisti u Evropi«, Centar za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1979, str. 52.

Navedeni podaci ukazuju da motivi turističkih posjeta određenoj zemlji, mjestu ili regiji rastu srazmjerno učešću turista sa višim i visokim stepenom obrazovanja u ukupnoj strukturi turista te zemlje, mjeseta ili regije. Ti podaci potvrđuju se na iznijetim primjerima zemalja Europe među kojima kulturni motivi u posjeti turista imaju značajno učešće u Poljskoj, Italiji, SR Njemačkoj, Mađarskoj itd., tj. u onim zemljama u čijoj strukturi turista turisti sa višim i visokim stepenom obrazovanja zauzimaju učešće iznad 45%.

Da bogatstvo, raznovrsnost i specifičnost kulturno-istorijskog nasljeđa, bez organizacionog, institucionalnog i drugih načina njegovog uključivanja u turističku ponudu ne znači i primaran motiv turističkih posjeta ukazuju primjeri konkurentnih zemalja, Španije i Jugoslavije.

Naime, iako je riječ o geografski sličnim zemljama, pa u znatnoj mjeri i u nekim kulturnim karakteristikama, raznovrsnost kulturnih uticaja, a time i kulturnih slojeva, na strani je Jugoslavije i Španije. Pa ipak, kulturni razlozi opredjeljuju dvostruko veće učešće turista u Italiji u odnosu na analizirane konkurentne zemlje.

Razlog ovoj pojavi treba potražiti u načinu prezentacije i valorizacije kulturno-istorijskog nasljeđa u funkciji turizma, ali i u obimu, strukturi i kvalitetu ukupne turističke ponude određene zemlje.

Na osnovu podataka koji se odnose na određenu zemlju ne bi trebalo izvoditi generalne zaključke, jer interesovanje turista varira od regije do regije unutar jedne zemlje, a zavisi i od godišnjeg doba.

Istraživanja vršena na Crnogorskom primorju upravo potvrđuju naprijed izrečenu konstataciju.

Tabela 3. ANKETA O INOSTRANIM TURISTIMA NA CRNOGORSKOM PRIMORJU 1983. GODINE

Motiv dolaska	Jun — Septembar	Jul — Avgust (u %)
Prirodne ljepote	53	55,10
Kulturno-istorijski spomenici	5,23	7,22
Upoznavanje nacije i običaja	4,12	9,96
Povoljne cijene	16,2	12,89
Blizina zemlje	3,82	3,65
Drugi motivi	17,64	14,18

Izvor: Anketa o inostranim turistima na Crnogorskom primorju 1983. godine, SZZ i RZS.

Iz rezultata navedene ankete moguće je sagledati da osnovni motiv dolaska inostranih turista na Crnogorsko primorje čine prirodne ljepote čiji stepen atraktivnosti, a time i motivisanosti turista, raste sa sezonom kupanja.

Kulturno-istorijski spomenici i upoznavanje nacije i običaja, kao razlozi dolaska stranih turista na Crnogorsko primorje, iskazuju daleko veće učešće u motivaciji inostranih turista za dolazak na ovo primorje nego što je to slučaj sa zemljom u cijelini. Ovo bi se moglo objasniti činjenicom da Crnogorsko primorje karakteriše visoki stepen koncentracije prirodnih atraktivnosti i kulturno-istorijskog nasljeda. S druge strane porast motivacije kulturno-istorijskog nasljeda za dolazak turista na Crnogorsko primorje u julu i avgustu ukazuje na činjenicu da je riječ o kombinaciji motiva.

Kulturno-istorijsko nasljeđe može da predstavlja visok stepen motivacije u zavisnosti i od određenog segmenta turista. Rezultati ankete koju smo 1978. godine sproveli među nautičkim turistima u Kotoru ukazuju na veoma visok procenat, 48,57%, anketiranih koji u Boku Kotorsku dolaze zbog kulturno-istorijskih spomenika.

Nije nam poznato da su slična istraživanja vršena i kod drugih kategorija turista koji posjećuju Boku Kotorsku da bi se mogla izvesti sigurna ocjena, ali je moguće pretpostavljati da bi i kod ostalih turista motivisanost kulturno-istorijskim spomenicima za dolazak u Boku Kotorsku bila vrlo visoka.

Da motivisanost kulturno-istorijskim nasljeđem zavisi i od nacionalne strukture turista govore rezultati nedavnog istraživanja turističkog tržišta Francuske. Ti rezultati ukazuju na ozbiljne zahtjeve Francuza upućene našoj turističkoj ponudi u kojoj preovladavaju prirodni faktori, zanemarujući potražnju turista sa ovog tržišta usmjerenu na kulturno-istorijsko nasljeđe.

Ovo je jedan od primjera. Navodimo ga zbog ilustracije i on, svakako, nije jedini.

2. TURISTIČKA POTRAŽNJA KULTURNO-ISTORIJSKIH DOBARA

Savremena turistička potražnja u osnovi je motivisana rekreativnim potrebama. Međutim, teško je govoriti o kretanjima koja imaju isključivo jedan motiv. Naprotiv, često pored primarnog postoji još neki motiv. Kada je riječ o turističkim kretanjima čiji je primarni motiv rekreacija onda ova kretanja najčešće razrješavaju i kulturnu potrebu. U prilog ovome govori činjenica o dostignutom stepenu turističkih posjeta pojedinim spomenicima kulture ili ustanovama za prezentaciju kulturno-istorijskog nasljeđa. Ali i mnoga turistička kretanja, u osnovi, za motiv imaju kulturnu potrebu. Inače kako bi drugačije objasnili zbog čega preko 4 miliona turista godišnje posjeti Akropolj ili preko 30 miliona Ermitaž? Ovako brojne posjete imaju čak i negativne posljedice po kulturno-istorijske spomenike. Na moguće posljedice ukazao je kolokvijum »Turizam i humanizam — perspektiva 2000«, održan u Briselu 1976. godine. Posljedice su brojne i kreću se od otudenja ili uništenja spomenika do njihove degradacije, promjenom namjene koja nije u skladu sa karakterom spomenika ili intervencijama u cilju adaptacije prema novonastaloj turističkoj potražnji.

O problemima zaštite kulturnog nasljeđa raspravljala je i Svjetska konferencija o turizmu u Manili 1980. godine. U Povelji ove konferencije podvučeno je da »zaštita kulturnog nasleđa čini osnov međunarodnom turizmu i sve obavezuje da se svim pozitivnim sredstvima podrži borba na svim frontovima protiv uništenja tog nasleđa« jer je »njegova sudbina u najtješnjem jedinstvu sa perspektivom razvoja turizma«. U Povelji se dalje naglašava da razvoj turizma može pozitivno da utiče na nacionalne ekonomije ako se »dobro odabranom ponudom štiti i poštuje kulturno nasleđe kao turističko dobro, u prirodnoj, društvenoj i humanoj sredini. Drugim riječima, kulturno-istorijsko nasljeđe predstavlja resurse u onoj mjeri u kojoj se znaju koristiti.

Deklaracija o svjetskom turizmu, usvojena na Konferenciji o svjetskom turizmu u Manili 1980. godine, zalažeći se, pored ostalog, za očuvanje turističkih resursa, kao osnove razvoja turizma, odnosno turističke ponude, smatra da duhovni elementi u turizmu moraju imati prednosti pred tehničkim i materijalnim elementima. Među tim elementima posebno bi izdvojili sve veći doprinos turizma obrazovanju i afirmaciji originalnosti kultura i poštovanje prema moralnoj baštini naroda.

»Razvoj turizma kako na nacionalnoj tako i na međunarodnoj osnovi može dati pozitivan doprinos životu nacije pod uslovom da je ponuda dobro planirana i visokog standarda i da štiti i poštuje kulturnu baštinu, vrednosti turizma i prirodnu, društvenu i ljudsku okolinu.«¹

¹ Manila Declaration on World Tourism — Revue de Tourisme I/81, Institut de Tourisme et d'Economie des Transports à l' Ecole des Hautes Etudes économiques et sociales de Saint-Gall.

Nesumnjivo je da u okviru svojih funkcija turizam ima kulturnu i obrazovnu funkciju. Kroz prvu on obavlja i drugu i obrnuto. Kroz ove dvije funkcije turizam vrši i određeni proces socijalizacije, šireći interes za nova saznanja, kulturne doživljaje i time regrutuje nove turiste.

Na taj način obezbjeđuje se kontinuirana potražnja kulturnih vrijednosti i perspektiva kulturnom turizmu kao obliku turističkih kretanja.

Očekivana kretanja u svjetskom turizmu govore da će do 1990. godine svjetski turistički promet rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,5%, pa je za očekivati da će se krajem decenije u međunarodne turističke tokove uključiti oko 380 miliona turista. U preraspodjeli tog prometa Mediteran će i dalje zadržati svoje visoko učešće od 30 do 33% u ukupnom svjetskom turističkom prometu. Topla mora, planinski turistički centri i veliki gradovi, u narednih pet godina, biće pravci najmasovnijih turističkih kretanja. Nešto slabijeg intenziteta biće turistički tokovi usmjereni prema banjama, kulturno-istorijskim spomenicima, zdravstvenim turističkim centrima i putovanjima u tranzitu.

Pretpostavlja se da će inostrani turistički promet u Jugoslaviji u narednih pet godina rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 6,5%, čime bi se u 1990. godini moglo ostvariti 10,2 miliona stranih turista, odnosno da će oni ostvariti oko 6 miliona noćenja.

Porast domaćeg turističkog prometa u periodu 1986—1990. godine planira se po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,6%, što krajem planskog perioda treba da obezbijedi oko 67 miliona noćenja.²

3. TURISTIČKA PONUDA KULTURNO-ISTORIJSKOG NASLJEDA

Tekući i planirani turistički promet obezbjeđuje značajan segment turista čiji motiv turističkih kretanja predstavlja kulturno-istorijske vrijednosti Jugoslavije, a njen povoljan geografski položaj u odnosu na glavne emitivne zemlje Evrope, njen položaj u okviru Mediterana kao glavnog sadašnjeg i perspektivnog receptivnog turističkog područja u svijetu, kao i tranzitni položaj Jugoslavije u odnosu na Grčku, Crno more i Bliski istok, omogućavaju realizaciju ponude njenih kulturno-istorijskih vrijednosti koje čine:

— bogatstvo, kontinuitet, raznovrsnost i očuvanost kulturnih slojeva, kompleksa i fragmenata od najstarijih dana do savremenog doba;

² S. Unković, Svjetsko tržište i razvoj turizma u Jugoslaviji, Turizam u Jugoslaviji danas i sutra, Fakultet za vanjsku trgovinu i turizam, Dubrovnik, 1985, str. 19—32.

- specifičnost i bogatstvo folklora, njegova očuvanost u funkciji kao i muzeološka vrijednost;
- ustanove za prezentaciju, muzeji i galerije;
- brojne kulturne, umjetničke i folklorne manifestacije;
- zaštićena prirodna i kulturna dobra od kojih je sedam upisano u svjetsku prirodnu ili kulturnu baštinu kao izuzetne i neponovljive vrijednosti čovječanstva;
- brojni spomenici NOB-e koji svojim istorijskim značajem i arhitektonsko-umjetničkim rješenjima pobudu poseban interes.

Ove vrijednosti dobijaju na značaju jer se nalaze u turističkim regijama, primorskim ili kontinentalnim, doprinoseći kompleksnoj turističkoj vrijednosti te regije. U nekim slučajevima spomenički kompleksi kao što su stara urbana jezgra upisana u Spisak svjetske kulturne baštine UNESCO-a, ili spomenički ansamblji, kao što je slučaj u Kotorsko-Risanskom zalivu, predstavljaju samostalne motive turističkih kretanja.

Crna Gora u cijelini predstavlja značajno spomeničko područje, kao proizvod njenog kulturnog razvoja od paleolitske faze do savremenog umjetničkog izraza, kako kaže dr Pavle Mijović: »Time potvrđuje jednu od univerzalnih osobina umjetničkog izraza od nagona za životom i borbom za opstanak.³

»Kultурно-istorijsko nasljeđe Crne Gore ne karakteriše samo kontinuitet epoha i civilizacija, što ga i čini atraktivnim, već stepen njegove očuvanosti potencira umjetnička, istorijska i arhitektonska vrijednost, način prezentacije, unikatnost i odnos prema ambijentu. Nažalost, stepen očuvanosti kulturno-istorijskog nasljeđa, jednog od atributa njegove atraktivnosti, kada je riječ o Crnoj Gori, znatno je umanjen posljedicama katastrofnog zemljotresa 15. aprila 1979. godine, čije se posljedice uspješno liječe.⁴

Sa aspekta turističke prezentacije i valorizacije, pored atraktivnih svojstava spomenika kulture i spomeničkog nasljeđa u cijelini, neobično je značajna i prostorna distribucija u okviru određene turističke regije. Na teritoriji Crne Gore registrovana su 342 nepokretna spomenika kulture, ne računajući neke neprovjerene arheološke lokalitete i spomenike memorijalnog karaktera. To znači da se jedan nepokretni spomenik nalazi na 40,4 km² teritorije ove republike.

»Od ukupnog broja registrovanih nepokretnih spomenika u primorskom dijelu Republike, računajući i teritoriju opštine Cetinje, otpada 219 ili 64% spomenika. Teritorijalno ovaj dio zahvata

³ P. Mijović, Umjetničko blago Crne Gore — Jugoslovenska revija Beograd, Pobjeda, Titograd, 1980, str. 202.

⁴ M. Pasinović, Obnova spomenika kulture poslije zemljotresa i turistička privreda — Kulturna baština Balkana i seizmički problemi, CANU, Titograd, 1983, str. 246.

18% Crne Gore. To znači da prosječna spomenička gustina u ovom dijelu Crne Gore iznosi jedan nepokretni spomenik na 11,4 km². Samo na teritoriji opštine Kotor nalazi se oko 40% ukupnog spomeničkog fonda Republike.⁵

U kulturnoj ponudi Crne Gore Boka Kotorska ima posebno mjesto i ulogu. Brojnošću spomenika kulture, njihovom kontinuitetu od praistorijskih do današnjih dana, visokim kulturnim, umjetničkim, arhitektonskim i istorijskim vrijednostima, prostornom koncentracijom i jednim dijelom neponovljivih vrijednosti, zbog čega je Kotorsko-Risanski zaliv upisan u svjetsku prirodnu i kulturnu baštinu, a grad Kotor i u Listu svjetske kulturne baštine u opasnosti. Na taj način preko 1/3 kulturno-istorijskih spomenika SR Crne Gore nalazi se pod zaštitom UNESCO-a što čini poseban kuriozitet.

U katastrofalnom zemljotresu, 15. aprila 1979. godine, značajan fond kulturno-istorijskih spomenika je oštećen, a pojedini spomenički kompleksi u cijelini (Kotor, urbano jezgro Risna i Herceg-Novog).

Istraživanja, arheološka i stilsko-hronološka, koja su prethodila fazi sanacije oštećenih kulturno-istorijskih spomenika, pokazala su da su neki spomenici objektivno stariji nego što se do tada mislilo. Utvrđen je stepen i vrsta devastacija pojedinih spomenika ranijim intervencijama, pa je prilika da se u procesu sanacije vrati njihov izvorni stil i karakteristike i time sačuva identitet spomenika. Utvrđen je inventar i stanje pokretnog spomeničkog fonda i preduzete su mjeru za njegovo očuvanje i prezentaciju.

«Sa aspekta turističke potražnje, obnove spomeničkog nasleđa značajna je:

- zbog njegove prezentacije,
- turističke valorizacije i
- revitalizacije u funkciji zadovoljenja turističke potražnje.»⁶

Uz ranije, osnovane su i neke nove kulturne institucije za prezentaciju kulturno-istorijskog nasljeđa, kao što su Muzej socijalističke revolucije, Galerija solidarnosti i Galerija ikone u Kotoru, itd.

Dosadašnje mjesto i uloga kulturno-istorijskog nasljeđa u turističkoj ponudi Jugoslavije u cijelini, a južnog Jadrana posebno, uprkos izrečenim vrijednostima, ne samo što ne predstavlja značajan motiv turističkih posjeta već, prema istraživanjima Studije za marketing »Delo« i Odjeljenja za psihologiju Sveučilišta »Edvard Kardelj« i Ljubljani (1984. godine), osnovni atributi imidža Jugo-

⁵ M. Pasinović, Obnova spomenika kulture poslije zemljotresa i turistička privreda — Kulturna baština Balkana i seismički problemi, ČANU, Titograd, 1983., str. 247.

⁶ Isto, str. 250.

slavije u očima inostranih turista su: mir, tišina i gostoljubivost, dok druge, turistički mnogo atraktivnije karakteristike naši gosti pripisuju drugim, nama konkurentnim zemljama.

Južni Jadran u očima inostranih turista znači: lijepo vrijeme, dobre ljudi i toplo more.

Ne potcjenjujući strukturu elemenata koji, prema ocjeni inostranih turista, čine imidž ovog dijela naše zemlje, naprotiv, želimo istaći njihovu vrijednost i upečatljivost, ali i istovremeno konstatovati da kulturno-istorijsko nasljeđe u turističkoj ponudi Jugoslavije još uvek nije uspjelo da postane dio imidža Jugoslavije u cjelini i pojedinih njenih regija.

Uz određene rezerve koje su sigurno proizvod vremena kada se turisti opredjeluju za odmor u Jugoslaviji (38,8% dva do tri mjeseca prije polaska, a 27,4% u posljednjem trenutku), dosta indikativno možemo zaključiti da u turističkoj ponudi, u formiranju cijelovitog turističkog proizvoda, nijesmo mnogo uradili na uključivanju spomenika kulture.

Drugim riječima, u formirajućem turističkom proizvodu još uvek smo na nivou primarne ponude nemamo diferenciranu ponudu, odnosno diferencijaciju turističkog proizvoda prema potrošačima. Zbog toga i ozbiljno zaostajemo u selektivnim oblicima turizma, pa, razumije se, i onom koji u osnovi ima kulturno obilježje.

U formirajućem turističkom proizvodu još uvek služe kao komplementarni motiv, sa niskim učešćem u formirajućem turističkom proizvodu, a daleko manje kao samostalni. Samo rijetka turistička kretanja u nas imaju isključivo za motiv kulturno-istorijske spomenike, dok su izletnička kretanja češće motivisana kulturnim pobudama.

Iako svojim vrijednostima kulturno-istorijski spomenici predstavljaju ponudu najvećeg kvaliteta, njihova valorizacija izražena efektima turističke potrošnje ozbiljno zaostaje. A da se u turističkoj ponudi mogu ozbiljno valorizovati vrijednosti kulturno-istorijskih spomenika, čak i na neposredan način, govori primjer nekih starih gradova na našoj obali u kojima su pansionске cijene u hotelima 2–3 puta veće od cijena u hotelima iste kategorije na rivijeri.

Svakako da je formirajuću viših cijena pansiona u starijim gradovima, u odnosu na iste u odgovarajućim kategorijama smještaja na rivijeri, doprinio kvalitet ponude u čijoj strukturi učestvuje značaj kulturno-istorijskih spomenika.

Kako se valorizacijom spomeničkih cjelina postiže visoki kvalitet ponude, uz odgovarajuću potražnju i potrošnju, najbolje govori primjer Sv. Stefana.

Razumije se da je sastavni dio turističke ponude, a posebno one koja u osnovi ima kulturno-istorijsko nasljeđe, i turistička kultura kao izraz odnosa prema kulturnom nasljeđu i kao proizvod tog nasljeđa koji se manifestuje i u ophodjenju prema turistima.

4. PERSPEKTIVA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA

Predviđanja dugoročnog razvoja turizma ukazuju da će turizam na prelazu iz XX u XXI vijek postati najsnažnija »industrija«, sa dohotkom od oko 2 000 milijardi USA dolara. Osnovu za ovakvu pretpostavku čine: povećanje realnog prihoda stanovništva, povećanje slobodnog vremena u visokorazvijenim zemljama na oko 7.810 časova godišnje, porast urbanizacije u okviru koje će oko 6,4 milijardi ljudi imigrirati u gradove, povećanje broja automobila, tako da će na dvojicu stanovnika dolaziti jedan automobil, što će sve imati za posljedicu masu od oko 3 milijarde potencijalnih turista.⁷

Postindustrijsko doba, doba kompjuterizacije i robotizacije, sve više će oslobadati čovjeka procesa rada, a to podrazumijeva više slobodnog vremena kao objektivnog faktora turističke potražnje. Godišnji odmor će biti aktivniji, sa više brige o prirodnoj i kulturnoj baštini, više vremena za zdravlje, obrazovanje i društveni život. To znači da će se i turisti postindustrijskog doba sve više okretati vrijednostima prošlosti. U tome i leži perspektiva kulturnog turizma kao jednog od elemenata humanističke i obrazovne funkcije koju obavlja turizam.

Kulturni turizam⁸ kao selektivna turistička ponuda ima strategijski značaj u turizmu uopšte, a posebno u njegovoј orientaciji na cijelogodišnju aktivnost. Pored toga kulturno-istorijsko nasljeđe povećava atraktivnost jedne zemlje i čini je poznatom većem broju ljudi.

Unošenje kulturne dimenzije u turizam i njena valorizacija pozitivno utiče na diferencijaciju turističkih destinacija, posebno u uslovima jačanja međusobne konkurenčije.

Masovnost turističkih kretanja, kao posljedica i kao uzrok dalje socijalizacije turizma, porast obrazovnog nivoa učesnika kretanja, obezbjedivaće nove učesnike turističkih kretanja čiji će motiv predstavljati kulturno-istorijski spomenici.

Humanizacija turizma koja podrazumijeva jačanje kulturne i obrazovne funkcije turizma i razvijanje pozitivnog odnosa prema kulturno-istorijskim spomenicima nesumnjivo će imati uticaja i na turistička kretanja emotivno vezana za postojbinu svojih preduka u čemu će poseban značaj imati međukontinentalna kretanja iz Sjeverne, Južne Amerike i Australije prema Evropi.

Značajni dio ovih kretanja biće usmjeren ka Mediteranu, kolijevci starih civilizacija. U okviru ovog prometa Jugoslavija, svojom ukupnom i posebnom ponudom, treba da ostvari još veće učešće.

⁷ J. Krippendorf, »Die Ferienmenschen« — Orell Füssli Ver., Zürich, 1984.

⁸ Danas se koristi i naziv »kulurološki«.

Crna Gora, njeni primorje posebno, koncentracijom ponude prirodnih faktora i kulturno-istorijskih spomenika, a Boka Kotorska tranzitnim i centralnim položajem između dva spomenička kompleksa, Dubrovnika i Cetinja, predstavljajući trajni potencijal turističkim kretanjima koja za motiv imaju kulturno-istorijske spomenike, bilo da je riječ o primarnom motivu ili izletničkim kretanjima.

Sanacija i revitalizacija spomenika kulture, spomeničkih kompleksa i starih urbanih cjelina na području postradalom u katastrofalnom zemljotresu 15. aprila 1979. godine, njihovo stavljanje u raniju ili novu funkciju, obogaćeni pokretni spomenički fond novim predmetima arheološke, umjetničke i istorijske vrijednosti, predstavljaju novi izazov turistima.

Zaštićeno područje Boke, kao dio svjetske prirodne i kulturne baštine, nije samo potvrda visoke i neponovljive vrijednosti tog dobra već i svojevrsna propaganda tih vrijednosti.

Turistička propaganda uopšte, a posebno ona koja za predmet ima kulturno-istorijske spomenike, moraće, više nego što je to do sada radila, isticati kulturno-istorijske vrijednosti naše zemlje u cjelini, a Turistički savez Crne Gore i Turistički savez Boke Kotorske posebno novi kvalitet očuvanja u funkciji prezentacije kulturno-istorijskog nasljeđa na ovom području.

I ovaj naučni skup morao bi biti podsticaj za iznalaženje načina i mogućnosti u smislu cijelovite turističko-propagandne prezentacije kulturno-istorijskih spomenika Crne Gore, kao dijela njene ukupne ponude, koja je još uvijek u sjenci prirodnih faktora ponude. Jer, mogli bi zaključiti, budućnost turizma leži u prošlosti civilizacija.

predviđi i mogućnost povratka svijetu dana jedne od najbogatijih riznica Jugoslavije. Istu sudbinu čeka i zbirka Srpske pravoslavne crkve u Kotoru, koja osim bogate ikonografske kolekcije ima i znatan broj predmeta od metala s kraja XVIII i XIX st.

Prćanska riznica je djelomično poznata kroz literaturu, kao i kroz skromnu prezentaciju u sagristijskom prostoru. Kvalitetom se ističu zbirke mlečačkog zlatarstva XVII i XVIII st. te bogata zbirka tkanina i ikone.

Crkve Gornjeg i Donjeg Stoliva začuđuju bogatom opremom, s obzirom na relativno siromaštvo mjesta. Kvalitetni komadi metala, tkanine, staklo i ikone omogućuju da se iz ovih fondova stvari jedna prava crkvena riznica.

Crkva sv. Matije u Dobroti zbirkom relikvija, srebrnine, umjetničkih brokata i slika očekuje restauraciju svog enterijera i konačnu sistematizaciju svoje bogate riznice.

Bijeli tekstil sv. Eustahije u Dubrovi sam po sebi zasluživao bi zaseban muzeološki tretman. Ako tome pribrojimo brojne predmete od srebra, brokate, drvene relikvijare, zbirku brojanica i ikone, nalazimo se pred mogućnošću bogatog muzeja visoke atrakcije.

Peraštanska župna crkva i Gospa od Škrpjela još uvijek kriju materijalne ostatke jedne od najslavnijih prošlosti naše obale. Veće zbirke rizničnih predmeta začuđuju poznavaoce visinom kvaliteta. Djelimično poznate naučnoj javnosti ostale su sakrivene široj javnosti.

Risanjska parohijska crkva i manastir Banja posebno se ističu kvalitetnim zbirkama ikona. Crkve Budve, Tivta, Gornje i Donje Lasteve, Mua i Herceg-Novog također čuvaju znatan broj predmeta visoke zanatske i umjetničke vrijednosti.

Sva detaljnija nabranja prešla bi okvire ovoga rada. I postojeća literatura u svojoj nekompletnosti dovoljna je da ukaže na zaista začuđujuća bogatstva, nedovoljno dostupna suvremenom čovjeku i posjetiocu Bokе. Razloge tome treba tražiti prvenstveno u nedostatku kulturnog senzibiliteta onih društvenih snaga koje bi svojim ekonomskim potencijalom to stanje mogle izmijeniti ne samo u svrhu bolje naučne obrade nego i šire kulturne ponude.

Da je Boka Kotorska kraj koji suvremenom turistu može ponuditi bogate kulturne sadržaje, konstatacija je koja dosadašnja istraživanja potvrđuju. Pri tome se ističe da je upravo ta kulturna ponuda i nedovoljna i nedovoljno organizirana.

Ovaj rad želi da usmjeri pažnju na mogućnosti koje bi bar djelomično dovele do uklanjanja takvog stanja, što je, po našem mišljenju, i moguće i društveno korisno. Zato predlažemo da ova razmišljanja posluže kao jedan od mogućih modela u budućoj sistematizaciji bokeljskog rizničnog blaga.

Problem kulturne prezentacije je problem muzeološkog karaktera. Od kada postoje muzeji oscilira se između dvije koncepcije: one koja u muzeju vidi konačnu sudbinu, i to kao optimalnu, jednog

Summary

CULTURAL-HISTORICAL MONUMENTS AS A MOTIVE OF TOURIST TRENDS

Dr Milenko PASINOVIC

The cultural-historical inheritance represents an important motive of contemporary tourist trends. In that sense, an important part is the educational level of tourists. The interest for the cultural-historical inheritance increases due to the level of education. Therefore, 7.6% of tourists decide to visit Poland, 5.6% Italy, and 2.7% Yugoslavia, what corresponds to the educational level of the majority of tourists who visit the mentioned countries. Due to its cultural motives, the Montenegrin coast is visited by 5.23% to 7.22% of tourists, while the rest from 4.12 to 6.98% visit it to be informed with the nation and its customs.

The Bay of Boka Kotorska, by its highly concentrated cultural-tourist trends. It is contributed by its position according to the old towns of Dubrovnik and Cetinje, being an unavoidable route of various excursions by land or sea, and especially, the fact that the inland Bay of Risan and Kotor, due to its universal and unique natural — cultural values, was registered in the list of the UNESCO World Natural and Cultural Inheritance.

The contemporary post-industrial time we are living in, together with the tendency of shortening of working hours and increasing of spare time and income, will turn people more and more to the past. There lies the perspective of the cultural tourist trends.