

Nejra Serdarević
Alema Zahirović

TURIZAM U FUNKCIJI OČUVANJA KULTURNE BAŠTINE

Sažetak

Materijalna i nematerijalna kulturna baština svake države je od neprocjenjive vrijednosti za njeno stanovništvo, ali i čovječanstvo uopće. Baštinu je potrebno što bolje zaštititi, sačuvati za buduće generacije, te predstaviti i promicati njenu vrijednost. Čuvanjem i prezentovanjem baštine može se iskazivati ili potvrđivati kulturni, nacionalni ili neki drugi identitet. Kulturna baština, usko povezana sa turizmom, postala je jako popularan generator prihoda. Veoma je važno, pronaći adekvatne načine očuvanja kulturne baštine i promocije iste. Grad Zenica, kao jedan od većih gradova u BiH ima ogroman, kako privredni, tako i baštinski potencijal. Duga i bogata historija, mnogi značajni događaji iz prošlosti, te savremene prilike interpretiranja kulturne baštine, nude mogućnosti poboljšanja cjelokupnog stanja turizma u Zenici. Uzimajući u obzir primjere i prakse drugih gradova – država, otvaraju se mogućnosti uvođenja niza aktivnosti, sadržaja i promjena, koje će „osvježiti“ turističku ponudu grada, a kulturnu baštinu sačuvati od zaborava. Organizacija edukativnih posjeta Vranduku, otvaranje turističkog info biroa, poboljšanje ponude lokalnih kulturnih institucija, proizvodnja autentičnih proizvoda u prvoj lokalnoj suvenirnici, samo su neke od vizija – ideja rada. Također, navedenim idejama, otvaraju se mogućnosti za zapošljavanje mladih i ambicioznih stručnjaka na ovom polju, što bi svakako spriječilo njihov masovan odlazak iz Zenice. Svakako, temeljni cilj rada jeste, istaknuti značaj i načine očuvanja kulturne baštine u Zenici, jer će se, njenim isticanjem u javnosti, prilike za turizam itekako otvoriti.

Ključne riječi: baština, turizam, kultura, društvo

Uvod

Razvoj turizma velikog broja država zasniva se na kulturnom naslijeđu jer turisti danas žele upoznati lokalnu kulturu mjesta kojeg posjećuju, te doći u kontakt s lokalnim stanovništvom. Može se reći da je kulturna baština društveno najcjenjenija forma kulture zbog svoje prividno suštinske povezanosti s kulturnim identitetom određene nacije. Kulturni turizam značajno doprinosi zaštiti kulturnih tradicija, ali i upotpunjuje i oplemenjuje kvalitetu života na određenom prostoru. Kulturne aktivnosti su sastavni dijelovi turističkog proizvoda kulturnog turizma, koje se na tržištu predstavljaju u obliku turističkih aranžmana, te se na taj način popularizira određena destinacija, pa nerijetko to postaje i motiv putovanja. Potrebno je kulturnu baštinu kreirati kao atrakciju, koja će posjetiocima približiti prošlost, omogućiti im da je поближе upoznaju, ali i pomoći da tu prošlost povežu sa sadašnjošću. Dakle, kulturni turizam nije samo posjeta značajnih znamenitosti, nego i interakcija s kulturom destinacije.

Kultura je gotovo uvijek bila jedan od glavnih turističkih produkata, dok je turizam privlačio posjetitelje jedinstvenom atmosferom, kulturno – historijskim spomenicima iz razloga što su turisti uvijek bili zainteresirani za dobijanje uvida u materijalne i nematerijalne oblike kulturne baštine. Kulturni turizam pruža mogućnost turistima da spoznaju rituale lokalnog stanovništva i kreiraju jedinstvena iskustva. Turizam je postao intencionalna aktivnost, a iskustvo treba biti realno i autentično. Fokus se stavlja na interese, a ne više na

atraktivnost lokaliteta.¹ Stvaranjem izvorne ponude ostvaruje se prepoznatljivost na turističkom tržištu, a lokalne zajednice jačaju i povećavaju ekonomski rast i razvoj. Da bi se destinacija dobro plasirala na turističkom tržištu potrebno je poznavanje motiva dolaska, razlog za posjetu kulturnim atrakcijama, te je neophodno imati podatke koji ukazuju na to da li su posjetitelji zadovoljni ponuđenom ponudom kako bi se ona mogla izmijeniti ili unaprijediti. U nastavku imamo tendenciju istaknuti pojedina baštinska dobra, koja su od velikog značaja za Zenicu i njene Zeničane, a ujedno kriju važan turistički potencijal, istovremeno nudeći zabavno – edukativno iskustvo. Ove skromne vizije inspirisane su ljubavlju prema rodnom gradu, a odatle potiče i naša želja da damo svoj doprinos u vidu ideja i inovacija. Međutim, da bi došlo do realizacije projekata, nužno je pronaći donatore i investitore spremne podržati progres baštine grada kroz turizam.

Zenica kao turistička destinacija kulturnog turizma

Spomenik na Smetovima

Spomenik na Smetovima je iz Zenice dobro vidljiv i upečatljiv spomenik borcima NOR-a, koji su dali živote u borbi protiv fašizma. Smješten na 980m nadmorske visine, ovaj spomenik iz socijalističkog razdoblja pruža veličanstven pogled na zenički krajolik i okolne planine. Nedaleko od ovog spomenika je 1999. godine postavljen skromniji spomenik borcima 303Brdske brigade (Prva zenička brigada – prvobitni naziv) palim u posljednjem ratu. Sa prekrasnim pogledom na dio Zeničke kotline, glavni spomenik bio je posvećen pristalicama zeničkog odreda, koji je pao za vrijeme Drugog svjetskog rata. To je obelisk s dva "roga" koji doseže visinu od 13m, a na bočnoj strani nalazi se crvena zvijezda. Ta aluminijska konstrukcija djelo je Arfana Hozića iz 1968. godine. Mramorna baza nosi imena 32 pristalice, koju su srpski četnici masakrirali 8. 6. 1942. godine. Nekoliko metara nasuprot obelisku, nalazi se oblik amfiteatra u čast pristalica, no zadržao se samo dijelom, a bio je izvrsna prilika za mnoge susrete i kulturno – umjetničke događaje. Izvrsna prilika za rekonstrukciju navedenog anfiteatra ogleda se i kroz mogućnost kreiranja zeničkog ljetnog kina, kina na otvorenom, koji će okupiti turiste ali i lokalno stanovništvo na čist zrak nadomak Zenice. Ono što bi svakako trebalo također korigovati na ovoj najpoznatijoj zeničkoj visoravni, jeste poboljšanje infrastrukture u smislu, izgradnje mobilne kućice „tima prve pomoći“ od nekoliko uniformisanih lica (zbog sigurnosti velikog broja ljudi udaljenih od jezgre grada), zatim otvaranje marketa, dodatnog restorana i kafe-bara, te izgradnja niza bungalova, koji bi nudili mogućnost noćenja bez obzira koje godišnje doba je u pitanju.

Sinagoga

Osim pisanih tragova, filmova, fotografija i drugih dokumenata, kao čuvari zeničke tradicije, kulture i historije, tu su naravno i kulturne ustanove. S tim u vezi, nude se mogućnosti dolaska većeg broja kako turista, tako i lokalnog stanovništva, koje ih prije i nije u tolikoj mjeri posjećivalo. Sedmične projekcije u nekoj od zeničkih kulturnih ustanova, mnogih starih partizanskih filmova, austrougarski snimci Zenice, video isječci stanovništva iz perioda turske

¹ Jelinčić, D.: *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2008., 22.str.

vladavine, jugoslovenski filmovi, samo su neki od primjera „vraćanja“ publike (ali i turista) u nostalgичna, prošla vremena, koji mnogi žele pamtili ili saznati nešto više o tim vremenima.

Jedna od tih kulturnih ustanova je i Sinagoga, izgrađena 1903. godine, a čiju zgradu je projektovao inženjer Miloš Komadina. Tokom Drugog svjetskog rata, služila je njemačkoj vojsci kao konjušnica, a u periodu od 1945. do 1967. imala je svrhu skladištenja robe, a bila je i prodavnica namještaja. Od 1967. realizuje se prva stalna historijska i etnološka postavka zeničkog muzeja. Ovaj interesantan objekat, građen u pseudomaurskom stilu, nalazi se u samoj jezgri grada, što govori da je u centru dešavanja, što svakako olakšava posjete turista, a imponuju činjenice da je proglašena nacionalnim spomenikom, te da je jedna od ukupno dvije u BiH.

Studenac

Česma Studenac sa nepresušnim izvorom u neposrednoj blizini, smještena je u mahali Kočeva. Jedna je od najboljih, pitkih zeničkih česmi, još iz turskog perioda. Korito je dijelom ozidano kamenom, a djelimično betonom, sa specifične dvije cijevi od livenog željeza iz kojih izlazi svježa voda. Uz adekvatniji angažman lokalnih vlasti ili potencijalnih investitora, česma, odnosno vrelo Studenac, otvara mogućnost plasiranja flaširane, pitke vode na tržište. Ispitivanje čistoće analizom vode, te stalna kontrola i nadzor, pomogli bi da se ova autentična, zenička voda, uvijekječi izlaskom na tržište, čime bi svakako obogatili turističku ponudu. Uz to bi bila otvorena radna mjesta, a lokalne trgovine bi bile obskrbljene domaćom, a ne uvoznom flaširanom vodom.

Izletišta nadomak Zenice (Bistričak i Babina rijeka)

Bijeg od gradske buke, gužve i zagađenja turisti bi mogli potražiti upravo uz korita Babine rijeke i na izletištu Bistričak, koji imaju, uz neophodno ulaganje u potpunu revitalizaciju, ogroman potencijal za seoski turizam. Naime, navedena izletišta su bogata zelenim površinama, borovom šumom (zračnom banjom), napuštenim hotelom, te uništenim igralištima i šadrvanima. Sve navedeno, bilo je niz godina bijeg Zeničanima u dane vikenda od gradske gužve i zagađenja, stoga nužno je staviti u ponudu (tendere) kojima bi se privukli potencijalni graditelji i investitori za navedeni sadržaj. Ono što bi turiste primamilo i izazvalo želju da se opet vrate, jeste izgradnja ogromnog adrenalinskog parka „za cijelu porodicu“, te otvaranje auto - kampa koji bi turistima u prolazu upotpunilo putovanje, što je svakako moguće, s obzirom na veliki kapacitet površine koju Bistričak zauzima, a koja nažalost, već dugo vremena sve više propada.

Autentična domaća jela, prerađevine od sira, mlijeka i mesa, domaći čajevi, sokovi, voće i povrće, samo su dio ponude, koju bi boravak na ovom prostoru nadomak Zenice ponudio. Rijeka dužinom cijelog izletišta, nekoliko prirodnih vodopada, prekrasne livade i pejzaži, svakako bi privukle zaljubljenike u prirodu, da odaberu noćenje u raznovrsnim objektima poput brvnara, bungalova ili raskošnih vila, koje bi se izgradile za turiste. U gradskom istoimenom naselju, Babina rijeka, već dugo godina postoje zenički bazeni. Nažalost, u potpuno istom su stanju, kao što su i napravljeni, stoga nužno je pronaći investitore koji bi izgradili dodatni sadržaj ovog kupališnog turizma, kao što je izgradnja akvaparka, koji bi bio omiljeno mjesto za mnoge domaće i strane posjetitelje.

Tvrđava Vranduk

Stari grad Vranduk podignut je krajem 14. stoljeća na strateški vrlo važnom putu, udaljenosti od Zenice cca 20km. Od osnivanja do 1463. godine, Vranduk je banski, a zatim kraljevski grad. Bio je jedini utvrđeni grad u župi Brod, jednoj od 7 župa srednjovjekovne Bosne.² U njemu su bosanski kraljevi primali izaslanstva, potpisivali ugovore i izdavali povelje. Grad i tvrđava Vranduk stoljećima su se odupirali neprijateljima, nepogodama, kako ljudskim tako i elementarnim, ali je gotovo uvijek istrajavala čuvajući od davnine naziv "Kapija Bosne". Samo ime – Vranduk, za koje se pretpostavlja da je izvedeno od riječi branduk (braniti), dovoljno govori o njegovoj ulozi koju je odigrao u historiji Bosne. Posjetiocima se pruža prilika da prožive tradicionalni svakodnevni ambijent osmanskog perioda, a unutar zidova Starog grada pronađeni su brojni arheološki nalazi iz srednjeg vijeka i različitih perioda: posude, nakit, novčići, alatke, mamuze i mnogi drugi predmeti. Vjerodostojan prikaz života tadašnjeg vremena, običaji i tradicije koje čuva ovo mjesto, svi događaji i legende koje „krase“ ovo područje dovoljan su razlog da se Vranduk uvrsti među glavne atribute turističke ponude grada Zenice.

Dodatni sadržaj za unapređenje baštine i turizma

Odlične primjere ulaganja u maksimalno iskorištavanje kapitala od turističke ponude, možemo uočiti u primjerima svjetskih gradova. Njihove prakse, svakako bi podigle Zenicu na viši nivo, kakav i zaslužuje, a ekološki, zeleni grad, grad po mjeri svakoga, neki su od odlika koje bi krasile ovaj bosanskohercegovački grad. Potrebno je uspostaviti vezu između kulturnih i drugih atrakcija. Stručnjaci u turističkom sektoru i kulturno - turističkom menadžmentu trebaju razviti „pakete“ ponude koji bi spajali prirodnu i kulturnu baštinu s drugim aktivnostima kao što su rekreativne aktivnosti, ugostiteljska ponuda - restorani, hoteli i dr.³

Postavljanje praktičnih mobilnih foto-kabina sa simboličnom cijenom fotografisanja, vid je ulaganja u mogućnost nezaboravne zabave za sve generacije, a ujedno bi lokalna samouprava ostvarila visoke cijene na godišnjem novu. Ono što je također izuzetno atraktivno na svjetskom nivou, jesu solarni mini busevi na sprat sa mogućnosti otvaranja krovne konstrukcije. Navedeno ekološko i ekonomično prijevozno sredstvo, nudi mogućnost istovremenog saobraćanja velikog broja ljudi, dužinom atraktivne aleje zeničkog Bulevara, uz pogled na veći dio grada. S obzirom da je Zenica velik grad, sa nekoliko hiljada stanovnika, veliki gubitak ima u nedostatku kulturnog centra koji bi okupljao mnoge umjetnike, svestrane zeničke individue, a samim time, bio bi mjesto susreta mnogih inostranih turista. Još jedan od propusta zeničkih vlasti je taj što ovaj grad ne posjeduje niti jedan turistički info-biro, a od velike je važnosti i otvaranje istog. U vezi s navedenim biroom, usko vezano je i otvaranje zeničke kuće – suvenirnice sa svim vrstama predmeta, koji bi bili primamljivi mnogim strancima. Također, sajmovi poput OPEN' s (sajam organske i poljoprivredne proizvodnje, te etno stvaralaštva) i ZEPS (sajam kupaca, potrošača, investitora), okupili bi mnogo inostranih, poslovnih ljudi, ali i otvorili prilike za međunarodnu saradnju, susrete, poslovanje, što pomaže

² <http://zemuzej.ba/vranduk/historija/historijat-vranduka/486973746f72696a6174205672616e64756b61> pristupljeno 15.4.2020.

³ Vrtiprah, V.: *Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21.stoljeću*, Ekonomska misao i praksa, 2006., 279.str.

u „popularizaciji“ Zenice, na svjetskom tržištu, stoga treba njegovati, ulagati, popoljšati i proširiti rad navedenih sajмова.

Zaključak

Povezivanjem kulturne baštine i turističke ponude u budućnosti se omogućava napredovanje i turizma i kulture. Od velike je važnosti da kulturni radnici shvate značaj i korist, koje donosi prezentovanje kulturnih vrijednosti kroz turističku ponudu, te njihovo uključivanje u istu. Potrebno je podići svijest, ali i stepen znanja lokalnog stanovništva o vrijednostima kulturnih resursa i njihov turistički potencijal, te potaknuti na djelovanje organe lokalne uprave, ministarstva i nadležne institucije. Također, sve lokalitete od historijskog i kulturnog značaja potrebno je kvalitetno predstaviti i prezentovati na najbolji mogući način koristeći se različitim pričama i legendama s ciljem privlačenja pažnje turista, kako bi ih njihova znatiželja, sadržajna i zanimljiva ponuda, ali i prijatan osjećaj tokom posjete ponovo vratio u ovaj grad. Kvalitetan ugled destinacije, koji je postignut razvojem kulturno turističkih sadržaja, privući će veći broj posjetitelja, pa i onih bolje platežne moći, što samim tim podrazumijeva povećanje prihoda, te otvara nove mogućnosti za razvoj i dalje napredovanje.

Literatura

1. Đulbić, Mirsad; *Zenički leksikon*, Zenica, 2020.
2. Hodžić, Abdulah; *Sjećati se znači živjeti: fotomonografija o starim Zeničanima*, Forum građana Zenica, 2002.
3. Jalimam, Salih; *Vranduk*, Univerzitet u Zenici: Pedagoški fakultet, Zenica, 2004.
4. Jelinčić, Danijela; *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2008.
5. Muzej grada Zenice; *Zenica – graditeljska baština*, Zenica, 2015.
6. Projektni tim Katedre za opću kulturologiju; *Mapiranje industrijske baštine grada Zenice – Komparativna analiza kulturnih identiteta grada Zenice*, Filozofski fakultet, Zenica, 2019.
7. Serdarević, H., Jalimam, S., Jekanović, B., Ajanović, M., Švajger, A.; *Zenica*, Muzej grada Zenice, 1987.
8. Vrtiprah, Vesna; *Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću*, Ekonomska misao i praksa, 2006.
9. <http://zemuseum.ba/vranduk/historija/historijat-vranduka/486973746f72696a6174205672616e64756b61>, pristupljeno 15.4.2020.

TOURISM IN THE FUNCTION OF CULTURAL HERITAGE PRESERVATION

Abstract

The tangible and intangible cultural heritage of each state is of inestimable value for its population, but also for humanity in general. Heritage needs to be better protected, preserved for future generations, and its value presented and promoted. By preserving and presenting heritage, cultural, national or some other identity can be expressed or confirmed. Cultural heritage, closely related to tourism, has become a very popular source of income. It is very important to find adequate ways to preserve and promote cultural heritage. The municipality of Zenica, as a city in the center of BiH (and even Europe) has a huge, both economic and heritage potential. Long and rich history, many significant

events from the past, and contemporary opportunities for interpreting cultural heritage, offer opportunities to improve the overall state of tourism in Zenica. Taking into account the examples and practices of other cities - countries, there are opportunities to introduce a series of activities, content and changes, which will "refresh" the tourist offer of the city, and preserve the cultural heritage from oblivion. The organization of educational visits to Vranduk, the opening of a tourist info bureau, the improvement of the offer of local cultural institutions, the production of authentic products in the first local souvenir shop, are just some of the visions - the idea of the work. Also, these ideas open up opportunities for employment of young and ambitious professionals in this field, which would certainly prevent their mass departure from Zenica. Certainly, the basic goal of the paper is to emphasize the importance and ways of preserving the cultural heritage in Zenica, because, by highlighting it in public, opportunities for tourism will be very open.

Keywords: *heritage, tourism, culture, society*