



UNIVERZITET U SARAJEVU
Prirodno-matematički fakultet

Lejla Žunić

**POZITIVNI SOCIO-KULTURNI
IMPAKTI TURIZMA NA
GEOGRAFSKU I ŽIVOTNU SREDINU**

Naučna monografija

Sarajevo, 2022.

Autor:

Dr.sc. Lejla Žunić, vanredni profesor, Univerzitet u Sarajevu

Naziv naučne monografije:

POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA NA
GEOGRAFSKU I ŽIVOTNU SREDINU

Glavni urednik:

Lejla Žunić

Recenzenti:

Dr.sc. Kristina Košić, redovni profesor, Univerzitet u Novom Sadu

Dr.sc. Tatjana Pivac, redovni profesor, Univerzitet u Novom Sadu

Dr.sc. Senada Nezirović, vanredni profesor, Univerzitet u Sarajevu

Lektor:

Biljana Stojanović

Ilustracije i grafika:

Lejla Žunić

DTP:

Lejla Žunić

Izdanje:

1. elektronsko

Izdavač:

Univerzitet u Sarajevu- Prirodno-matematički fakultet

ISBN 978-9926-453-52-7

CIP zapis dostupan u COBISS sistemu Nacionalne i univerzitetske biblioteke
BiH pod

ID brojem 50316294

Odlukom Vijeća Prirodno-matematičkog fakulteta Univerziteta u Sarajevu broj 01/06-1326/4-2022 od 04.07.2022. godine, naučna monografija je dobila saglasnost za publiciranje

Univerzitet u Sarajevu
Prirodno-matematički fakultet
Odsjek za geografiju

Prof.dr. Lejla Žunić

**POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI
TURIZMA NA GEOGRAFSKU I ŽIVOTNU SREDINU**

Naučna monografija

Sarajevo, 2022.

- SADRŽAJ-

<i>Predgovor</i>	7
I KONCEPT GEOGRAFSKE, ŽIVOTNE SREDINE (ENVIRONMENTA) I TURIZMA	9
1.1. Shvatanje geografske i životne sredine (environmenta)	9
1.2. Integritet turizma i environmenta: geografske, turističke i životne sredine	21
II EVOLUCIJA TURIZMA I IMPAKTI NA ENVIRONMENT	31
2.1. Historijski pregled razvoja putovanja i turizma	31
2.2. Karakteristike savremenog „masovnog“ turizma	34
2.3. Masovni turizam i geoekološka problematika.....	41
III ZAŠTITA ENVIRONMENTA I ODRŽIVI TURIZAM	47
3.1. IUCN, zaštićena područja (ZP) i održivi turizam.....	47
3.2. UNESCO i svjetska baština.....	67
3.3. Pravci zaštite nasljeđa i održivi turizam u Bosni i Hercegovini	74
IV POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA NA GEOGRAFSKU I ŽIVOTNU SREDINU	105
4.1. Turizam i stanovništvo	105
4.2. Identifikacija pozitivnih socio-kulturnih impakata turizma	107
4.2.1. Infrastruktura („urbanizacija“) i turizam	112

➤ <i>Saobraćajna infrastruktura i turizam</i>	112
➤ <i>Prateća komunalna infrastruktura (voda; energija; otpad) i turizam</i>	125
➤ <i>Komplementarna infrastruktura (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.)</i>	132
➤ <i>Tematska- turistička infrastruktura (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje)</i>	150
4.2.2. <i>Obrazovanje, etika i duhovnost</i>	171
➤ <i>Obrazovanje, razvoj vještina i trening</i>	171
➤ <i>Obrazovno iskustvo u interakciji sa posjetiocima</i>	179
➤ <i>Socijalna kohezija LZ: solidarnost, razumijevanje i tolerancija</i>	184
➤ <i>Unapređenje osjećaja za državni i lokalni ponos</i>	190
4.2.3. <i>Partnerstva i institucionalni mehanizmi podrške</i>	192
➤ <i>Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince</i>	192
➤ <i>Inicijative lokalnih vlasti i saportivnih institucija</i>	198
➤ <i>Jačanje LZ kroz partnerstva- saradnju (s vlastima, strukturama i upravama: turističko planiranje, ekološke akcije, promocija, finansije i marketing)</i>	204
4.2.4. <i>Kulturni imidž</i>	217
➤ <i>Promocija kulture i izložbe</i>	217
➤ <i>Kulturne razmjene</i>	228
➤ <i>Revitalizacija lokalne kulturne prakse, prezervacija kulturnog identiteta i amelioracija kulturnog imidža</i>	239
4.2.5. <i>Kvalitet i standard života</i>	250
➤ <i>Globalizacija, urbanizacija i modernizacija environmenta</i>	250
➤ <i>Patriotizam, alternativna sredstva za život i redukcija migracija</i>	261
➤ <i>Životna sigurnost i satisfakcija</i>	266
LITERATURA I IZVORI	287
Izvodi iz recenzija	307

Predgovor

Naučna monografija se bavi identifikacijom pozitivnih socio-kulturnih impakata turizma na geografsku i životnu sredinu. Turizam je globalni fenomen i najbrže rastuća industrija u svijetu, naročito turizam slobodnog vremena i rekreacije, a zatim kulturni turizam i dr. Impakti/ efekti turizma u literaturi se kategorišu kao: „socio-kulturni“, „ekonomski“ i „ekološki“ (environmentalni), bilo pozitivni ili negativni, međutim, slabo je zastupljen geografski aspekt proučavanja istih. Zbog toga je pažnja prvobitno posvećena determinaciji pojmova geografske, životne i turističke sredine, kako bi se ukazalo na njihov kompleksni integritet, jer turizam je geografski/horološki ili prostorni fenomen, a geografski prostor je komponentna kompozicija i predmet geografskih proučavanja.

Socio-kulturni efekti turizma prepoznaju se u nizu pozitivnih promjena u geografskom prostoru, kako po pitanju njegove unaprijeđene morfologije/ fizionomije i modernizacije, tako i u pogledu funkcionalnosti i namjene, koja ima multiplikativne koristi za lokalno stanovništvo. Socio-kulturne komponente životne sredine kao što su: infrastruktura, obrazovanje, etika i duhovnost, institucionalna i međunarodna partnerstva, kultura, kulturna razmjena i kulturni imidž, kvalitet i standard života, koje su imponirane i podsticane razvojem turizma u određenom području, predstavljaju trajnu ostavštinu-materijalnu i nematerijalnu- kao ukupno dobro za lokalce i LZ, turiste i ostale.

U knjizi su prikazana pozitivna postignuća iz raznih dijelova svijeta za svaku komponentu posebno u domenu socio-kulturnog environmenta životne sredine. Predstavljen je i rad međunarodnih organizacija na polju zaštite prirodne i kulturne baštine (UNESCO, IUCN i dr.), kao i uključenost Bosne i Hercegovine u svjetske trendove po pitanju razvoja održivog turizma. Kao naročito značajne forme održivog turizma, potencirane su: kulturni, ruralni i ekoturizam- turizam u ZP. Knjiga nudi iscrpan broj činjenica i demonstrativnih primjera, kako kroz sintezne prikaze za Evropu i

svijet, te BiH, tako i na nivou lokalnog razvoja nekih destinacija ili određenih zaštićenih područja, koja su prepoznala i afirmisala svoje rezultate. Socio-kulturne beneficije turizma su neporecivo bogatstvo za duhovnu evoluciju svakog pojedinca, kao i za ukupni kvalitet života. Napredan socio-kulturni environment je važan konstitutivni dio zdrave životne sredine.

Za istraživanje je korišten bogati savremeni fond relevantne naučne literature, institucionalnih dokumenata i dr. referentnih izvora, poglavito na engleskom jeziku. Teoretski rezultati su upotpunjeni rezultatima određenih empirijskih istraživanja autora (terenske opservacije, ankete u sektoru turističke industrije, hotelijerstva, turisti i dr.), koji su citirani i/ ili po prvi put predstavljeni ovdje, zajedno sa mnoštvom grafičkih i tabelarnih prikaza, od kojih su naročito interesantne fotografije s terena (Austrija, Hrvatska, Egipat, Bosna i Hercegovina) sa popularnih turističkih i ekoloških sajtova, koji predstavljaju dio UNESCO ili IUCN baštine i sl.

Naučni doprinos monografije je u njenoj savremenosti, orginalnoj koncepciji i izdašnoj sadržajnoj kontekstualnosti prvenstveno u oblastima „turizma“, „geoekologije“ i „humane geografije“, odnosno u užem smislu „etnologije“ i „turističkog planiranja“, koja će kao takva koristiti geografima, turizmolozima, prostornim i turističkim planerima, sociolozima, ekonomistima, ali i široj publici koja ima interesa za navedenu tematiku.

Najiskrenije zahvalnice pripadaju recenzenticama: dr.sc. Kristina Košić, dr.sc. Tatjana Pivac, dr.sc. Senada Nezirović, čije pozitivne kritike i riječi hvale dodatno naglašavaju značaj monografije.

I KONCEPT GEOGRAFSKE, ŽIVOTNE SREDINE (ENVIRONMENTA) I TURIZMA

1.2. Shvatanje geografske i životne sredine (environmenta)

Savremeno doba karakterišu intenzivirani procesi antropogenog, tehnološkog i turističkog razvoja, pa tako i brojni ekološki problemi. Upravo s tim, aktuelizirana je upotreba pojmova: *životna sredina, okoliš, okolina, environment, geografska sredina, prirodna i antropogena sredina, prirodno-geografska i društveno-geografska sredina, globalni ekosistem, geosistem, geokompleks*, itd., pri čemu je bitno razumijeti njihovo suštinsko pojmovno određenje.

Prirodna sredina je fizički termin (*grč. fizis: priroda; lat. natura: rođen*) i predstavlja prostor koji je stvoren i oblikovan prirodnim silama i procesima. Priroda je fizički univerzum, što je zapravo beskonačno prostranstvo koje nas okružuje, pa uključuje i prirodu. Svemir je hijerarhijski najviši prostorni pojam, mada je poimanje njegove dimenzionalne prostornosti relativno, zbog teorija o ekspanziji (širenju) svemira i pomjerenju njegovih granica, itd. Prostor se definiše preko 3 dimenzije: *širina, dužina i visina*, tj. mjerenjima ga ograničavamo, lociramo i fizički razumijevamo. U svojim promišljanjima, A. Einstein (1995) ističe da su prostor i vrijeme nerazlučiva smjesa, jer se nemoguće zamisliti „*negdje*“ bez neizostavnog „*kada*“?! Dakle, prostor i vrijeme su uvijek istovremeno prisutni fenomeni, jer se svaka aktivnost odvija „u određenom prostoru“ i „u određeno vrijeme“. Upravo takvi stavovi dovode do predmeta proučavanja u geografiji: „*geografski prostor*“, s obzirom da je geografija horološka (*grč. horos: prostor*) ili prostorna nauka. Geografski prostor je najkompleknija kategorija, koja može biti „fizički“, „društveno“ i „regionalno“ determinisana. O.A. Smirnov (2016) definiše geografski prostor kao „set naručenih lokacija“, a ključni aspekti su: „*topos*“- lokacija prostora/ ili položaj mjesta i njegove

geografske karakteristike, „*choros*“- prostorne veze i „*geos*“-topologija/ ili kartiranje i projekcija prostora sa 3D GCS na 2D PCS (Smirnov, 2016). Prema tome, lokacija je fundament geografske determinacije, pa sva geografska istraživanja polaze od „geografskog položaja“ područja za koje se vezuje predmet istraživanja. Po pravilu, lokacija (položaj) je identifikacija naše pozicije u odnosu na druge stvari i mjesta, što se postiže pomoću 3 glavna parametra: *lokacija*, *pravac* i *udaljenost*. Getis et al. (2000) navode 2 tipa lokacije: „*apsolutnu*“ i „*relativnu*“:

- a) „Apsolutna lokacija“ je identifikacija mjesta pomoću utvrđenog i prihvaćenog sistema koordinata, što se u geografskim radovima često definiše kao „matematičko-geografski položaj“ (astronomski; fizičko-geografski; matematičko-geografski), koji određujemo preko koordinata: *geo-latitude* (*geografska širina*), *geo-longitude* (*geografska dužina*) i *altitude* (*nadmorska visina*). Npr. *Sarajevo, lat. 43°52'N, long. 18°25'E, alt. 537 m*;
- b) „Relativna lokacija“ je pozicija mjesta u odnosu na druga mjesta ili stvari (objekte i dr.). Npr. *Sarajevo je smješteno „u srcu“ ili centralnom dijelu Bosne i Hercegovine, odnosno u Sarajevsko-Zeničkoj kotlini, a poglavito u slivu rijeke Bosne.*

Geografski prostor (na Zemlji) je i evolutivna kategorija, tj. mijenja/o se kroz vrijeme, a te promjene ili evoluciju moguće je pratiti na 2 vremenske skale:

- a) *geološka prošlost*, i
- b) *historijsko-geografska prošlost i razvoj (humana/ ili ljudska prošlost)*.

Geološku prošlost možemo pratiti od inicijalne faze- postanka planete Zemlje (*objekat proučavanja u geologiji i geografiji, s tim da je ipak uže definiran kao „geografski omotač“*), koja je stara 4.543 milijarde godina, kroz brojne promjene u vezi sa njenim

izgledom, rasporedom kopna i mora, reljefom, klimom, postanak života (iz vode) i pojava ljudske vrste (prije 300.000 godina), ali i nestanak određenih vrsta sa Zemlje (npr. dinosauri su izumrli prije 65 miliona godina).

Historijsko-geografski razvoj vezuje se za sve promjene u geografskom prostoru koje su nastupile sa antropogenim uticajem i djelovanjem različitih kultura i civilizacija na Zemlji počevši od drevnih naroda- svjetske drevne kulturne jezgre: *Mezopotamija* (3500 BC–500 BC/ ili prije nove ere), *dolina Inda* (3300 BC–1900 BC), *drevni Egipat/ ili dolina Nila* (3150 BC–30 BC), *Maje* (2600 BC–900 AD/ ili nove ere), *Kineska/ Wei-Huang dolina* (1600 BC–1046 BC), *drevna Grčka* (2700 BC–479 BC), *Perzijska* (550 BC–331 BC), *Rimska* (550 BC–465 AD), *Asteška* (1345 AD–1521 AD), *Inke* (1438 AD–1532 AD). Dok se geološka prošlost mjeri milijardama godina, dotle se humana prošlost mjeri hiljadama godina, a najstarije civilizacije na Zemlji stare su preko 5000 godina (Mezopotamija, Indska i Egipatska).

Ako kažemo samo „prirodna sredina“, onda je to širok pojam i ne mora biti isključivo geografski oblikovan, jer nadilazi objekat proučavanja u geografiji (Zemlja; geografski omotač). *Npr. prirodna sredina na Mjesecu* (što je predmet proučavanja u astronomiji, a ne geografiji). Logičkim promišljanjem, prirodna sredina predstavlja sveobuhvatni sistem prirodnih objekata i pojava (u svemiru), koji je formiran ili stvoren posve prirodnim procesima i funkcioniše prema svojstvenim zakonima i zakonomjernostima, dok je čovjek samo malena „tačka“ u golemom univerzalnom prostranstvu. V. Glavač definiše prirodu kao nešto što postoji i nastaje samo po sebi. To je cijeli svemir sa svojom materijom i energijom, promjenama i zakonitostima. Priroda je ustrojstvo okoliša bez znatnijeg uticaja čovjeka, ili već prema kulturnom naslijeđu i stupnju urbanizacije, sve ono što još od njega nije znantije promijenjeno (Glavač, 2001). Međutim, ako pojam prirode vežemo isključivo za Zemlju, onda definiramo „*prirodno-*

geografsku sredinu/ ili fizičko-geografsku“ (klasični geografski termin), koju fundamentalno čine sve prirodne cijeline na Zemlji, prirodni pejzaži i vanekumena kao iskonska priroda, nenaseljeno područje sa neizmjenjenom topografskom fizionomijom. *Npr. nenaseljeni kontinent Antarktike ili nenaseljeni dijelovi Sahare u Africi kao vanekumena, ili strogi rezervat prirode „Vulkani Kamčatke“ - Ruska Federacija, zona najvišeg stepena zaštite prema IUCN- Ia.* M. Spahić definiše prirodnu sredinu kao „sveukupnost prirodno-geografskih procesa i pojava, koji se odlikuju samoodržanjem bez intervencije čovjeka, a često se pod prirodnom sredinom podrazumijevaju nenaseljeni dijelovi Zemlje“ (Spahić, 1999). Prema tome, možemo reći da prirodno-geografska sredina predstavlja fundamentalni temelj geografskog prostora (geografske sredine) i nosći sistem prirodnih objekata, procesa i pojava na Zemlji koji su kauzalno-nomotetički¹ integrisana cijelovitost.



***Sl.1. Sahara- Arapska pustinja, Hurgada, Egipat, NE Afrika;
prirodno-geografska sredina, uglavnom vanekumena;
prikazano područje se koristi za safari turizam
(Autor)***

¹*Kauzalno: veza između nečeg što se dešava i uzrok tom dešavanju; nomotetički: u vezi sa općim naučnim zakonima (Oxford); uzročno-posljedične veze i odnosi*

Prirodno-geografska sredina je dio „geografske sredine“, koja je taksonomski viši prostorni pojam. Zašto? „Geografska sredina“ je sveukupni geografski prostor na Zemlji, prirodni i kulturni pejzaži, ili mješoviti spoj oba tipa geografske sredine:

- a) *prirodno-geografska/ fizičko-geografska (prirodna)*
- b) *društveno-geografska sredina (antropogena)*²

uz napomenu da se kao podtip društveno-geografske sredine može zasebno izdvojiti *tehnološko-produktivna sredina*: npr. *industrijska zona sa potpuno narušenom prirodnom ravnotežom*, kao i to da danas čak ni ne postoji u potpunosti sačuvana iskonska prirodna sredina na Zemlji, zbog atmosferskih i hidrosfernih globalnih kružnih tokova kojima se prenose antropogeni uticaji i u udaljena područja vanekumene ili netaknute prirode.

J. Mittelstrass (2014) nas podsjeća da je inicijalna priroda bila samo dio svijeta kojeg čovjek nije oblikovao, dok je sada, u velikim razmjerima, postala dio artifikalnog svijeta izgrađenog zahvaljujući nauci i tehnologiji. Savremena nauka razotkriva da antropogeni uticaj na Zemlji ima globalne razmjere zbog prirodnog ciklusa kruženja i mogućnosti posjete različitim i najudaljenijim lokalitetima, pa tako ni npr. *surova Antarktika nije ostala potpuno netaknuta prirodna sredina*, jer se environmentalni (okolišni) impakti prepoznaju i diferenciraju na prostornoj skali:

- a) *planetarni efekti*- globalno zagrijavanje, deplecija (osiromašivanje) ozona i globalna kontaminacija uzrokovana aplikacijom tehnologije u cijelom svijetu;
- b) *regionalni efekti*- uticaj ribolova i lova, a ranije i rudarstva (koje je sada zabranjeno protokolom- *Environmental Protocol to the Antarctic Treaty/ tzv. Madrid Protocol*), i

² „društveno-geografski“ je šireg značenja od „antropogenog“ (koje se odnosi na produkte ljudskog rada), jer uključuje i antropogene objekte, ali i interakcije ljudi i environmenta, psiho-sociološke elemente, kulturne, političke i dr.

- c) *lokalni efekti*- posjete naučnika i turista (lov, ubijanje ili ometanje vrsta, kontaminacija tla, otpad i fekalije koje dopijevaju u more).

Geografsku sredinu možemo shvatiti kao kompleksan geografski sistem³ na Zemlji, kojeg sačinjavaju uzajamno povezane geo-komponente:

- a) *prirodne*: zrak, voda, stijene i konfiguracija terena-reljef, tlo, biljni i životinjski svijet; čovjek (*kao prirodni/ ili Božiji fenomen*), i
- b) *antropogene*: čovjek („*homo-sapiens*“: *kao razumno, društveno i radino biće*), privredni objekti (npr. industrijsko-tehnološki kompleksi, poslovne zone i dr.), stambeni i komunalni objekti (npr. naselja, saobraćaj, vodovodna i energetska mreža i dr.).

Geokomponente su po svojoj biti- svom sastavu:

- a) *nežive* (zrak, voda, stijene; materijalno graditeljsko nasljeđe),
- b) *žive* (biljke, životinje; ljudi), i
- c) *živo-nežive* (tlo; rastresita naizgled „mrtva“ materija, ali u kojoj se zapravo aktivno odvija život, jer u tlu žive brojni organizmi i iz nje niče- nastaje novi život: rastinje i sl.)

Na višoj distanci, geokomponente su sastavnice geosfera, jer učestvuju u njihovom formiranju i izgradnji:

- *atmosfera* (zrak),
- *hidrosfera* (voda) i *kriosfera* (led),
- *litosfera* (stijene) i *pedosfera* (tlo),
- *biosfera* (biljni i životinjski svijet, čovjek);
- *antroposfera* (čovjek i njegov materijalistički produktivno-konstruktivni, graditeljski i tehnološki sadržaj).

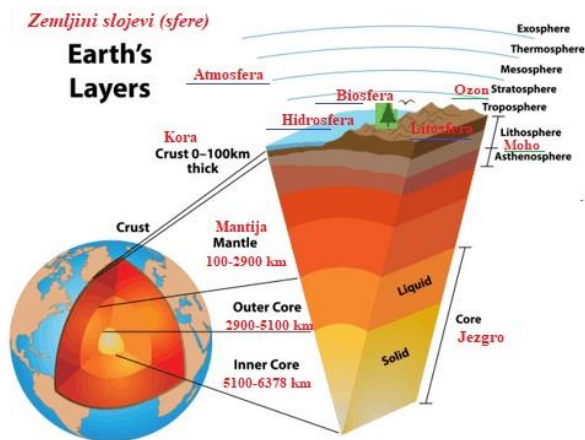
³ *Sistem- sklop povezanih stvari koje funkcionišu zajedno (Cambridge)*

Sve sfere skupa i u njihovoj interaktivnoj kauzalnosti čine *geosisteme* (prirodne sisteme na Zemlji; prirodna geografska sredina) i *geokomplekse* (geografska sredina zajedno sa proizvodno-teritorijalnim kompleksima i antropogenim modifikacijskim uticajem kako na fizionomiju prostora, tako i na izmijenjeni režim funkcionisanja određenih prirodnih komponenti).

Na najvišoj skali, ovaj složeni integrativni sistem geosfera je „*geografski omotač*“ (ujedno najviši taksonomski rang u geografiji i objekat proučavanja geografske nauke), čija ukupna visina iznosi oko 100 km i granica mu je određena životom na Zemlji, te se proteže se od Moho sloja (*Mohorovičićev diskontinuitet*) do gornje granice ozona (*tzv. ozonosfere*) u stratosferi. Međutim, ne bi smjeli zaboraviti da su neke moderne antropogene tvorevine *npr. sateliti* lansirani iznad granice geografskog omotača u gornje slojeve atmosfere: termosferu i egzosferu, kao i to da se sa Zemlje ostvaruje aktivna veza s njima (*npr. prijem podataka i slika putem GPS risivera i sl.*), pa je savremeni život na Zemlji poprimio nove dimenzije i nove oblike djelovanja- *npr. satelitski podaci i snimci* imaju aktivnu primjenu u geografiji, naročito u topografiji i kartografiji (fizička geografija). Ove činjenice faktički pomjeraju savremenu granicu geografskog omotača.

Prema tome, „*geografska sredina*“ je sav prostor na Zemlji, a ima različita obilježja od mjesta do mjesta, koja se razlikuju po svojoj etimologiji, fizionomiji i funkcionalnosti, dok je „*antropogena sredina*“ uži pojam od geografske sredine, jer konkretnije naglašava da se radi o ambijentu koji je značajno izmijenjen ljudskim aktivnostima. U tom smislu, J. Mittelstrass ističe da grčka tradicija razlikuje pojmove kreativne prirode (*Natura naturans*) i stvorene prirode (*Natura naturata*), dok Njutn proliferira postojanje organskog, fizičkog i društvenog kosmosa (Mittelstrass, 2014). Sa aspekta geografije turizma, naročito je zanimljivo da je „95% svjetske populacije skoncentrisano na samo 10% teritorije Zemlje, dok zavisno od vremena koje je potrebno za

putovanje, ljudi okupiraju 90% svijeta ostavljajući svega 10% za divljinu“ (European Commission, JRC).



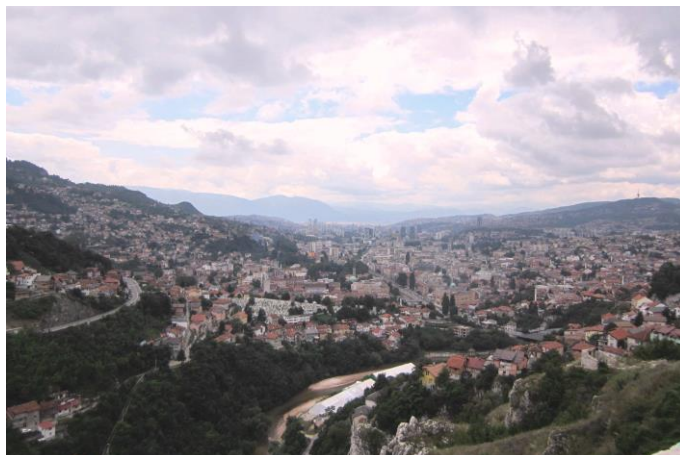
Shema 1. Slojevita struktura Zemlje i atmosfere: geografski omotač od Moho sloja do tzv. ozonosfere sa prikazom glavnih sfera: litosfera (sa pedosferom), atmosfera, hidrosfera, biosfera; bio i pedosfera su intersekcije⁴, dok je kriosfera dio hidrosfere (voda u ledu) (Autor⁵)

Urbanizirana područja su tipični primjeri antropogene sredine, koja predstavlja prirodnu sredinu znatno modifikovanu antropogenim dejstvom u fizionomskom i funkcionalnom pogledu. Ovakva sredina po pravilu sadrži dominantno zastupljen antropogeni i tehnogeni sadržaj, koji je značajno izmijenio izgled, kao i način i režim rada prirodnih komponenti, npr. zone namjene: *stambene, industrijska, privredna, komunalna*. „Ubačeni“ (instalirani) elementi uglavnom se mogu posmatrati kao „teški“ sadržaj, koji tereti prirodni fundament i ometa normalne procese rada i samoregulativnosti, koji mogu biti potpuno izmijenjeni i limitirani, npr. *akademik S. Redžić* je sarajevsku Miljacku nazvao „mrtvom rijekom“, jer je toliko kontaminirana da više nema kapacitet da savlada, preradi i pročisti enormne količine hazardnog industrijskog i prvenstveno fekalnog toksičnog otpada (gradski

⁴ Intersekcija: presjek; sfera prožimanja

⁵ Bazirano na modelu Astronomy Magazine: dopunjeno i prilagođeno

površinski kanalizacioni vodotok bez vitalnih funkcija normalne, zdrave i čiste rijeke).



Sl.2. Urbanizirana/ antropogenizirana sredina Sarajeva; grad leži u kotlini sa elementima očuvane prirodne sredine u najvišoj planinskoj zoni tzv. „zeleni prsten“- pluća grada
(Autor: Pogled sa Žute tabije)



Sl.3. Prirodno-geografska sredina (vanekumena) u sklopu tzv. „Zelenog prstena“ Sarajeva: Treskavica mt., Veliko jezero
(Autor)

I prirodna i antropogena sredina su kontinuum geografske sredine, čije se karakteristike razlikuju od „tačke“ (mjesto) do „tačke“ na Zemlji, a kako je čovjek u stalnoj interakciji sa svojim

okruženjem i ljudske aktivnosti (rad, proizvodnja, putovanja i dr.) značajno modifikuju inicijalni pejzaž, onda su *geografska sredina* i *životna sredina* sinonim. M. Spahić pojašnjava da je geografska sredina uzajamno dejstvo antropogenih i prirodnih procesa, u čijem se okruženju odvija život, te da je termin „geografska sredina“ prikladniji nego „životna sredina“, jer geografska sredina kompleksno odražava stanje interakcije čovjeka i njegovog prirodnog okruženja (Spahić, 1999).

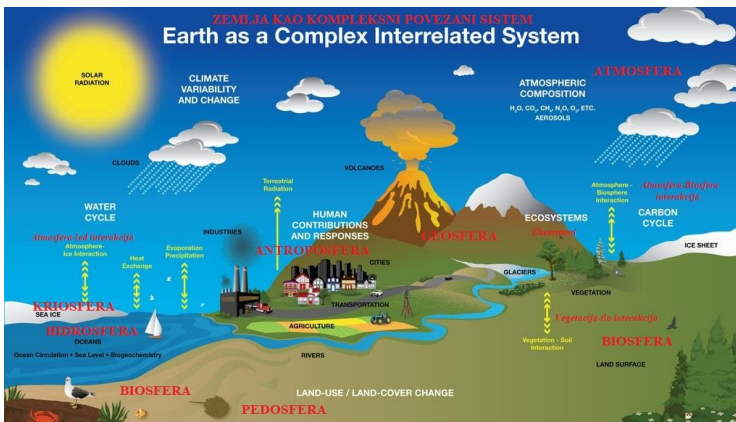
„Životna sredina“ (environment) predstavlja:

- a) *Okruženje u kome živi svijet (ljudi, biljke i životnje) živi i opstaje;*
- b) *Prirodni svijet kao sistem ili kao određeno geografsko područje, koje je naročito utjecano ljudskim aktivnostima (Oxford).*

Izjednačavanje pojmova „geografske“ i „životne sredine“ (environmenta) je u kontekstu prethodnih navoda uglavnom održivo, uz napomenu da treba imati u vidu da se pojam „environmenta“ može vezivati i za određena vanzemaljska tijela, širi prirodni prostor, kosmos, planete i dr.: *npr. kakav je environment na Marsu ili Mjesecu, itd.?- u smislu opisa i tumačenja tamošnjeg prirodnog okruženja ili ambijenta*, pa u tom slučaju ipak nije moguće kazati da su „geografska sredina“ i „environment“ sinonimi.

Način prevođenja termina „environment“ na našim prostorima rezultirao je sa: *okoliš, okolina, životna sredina*, mada se „okoliš“ češće primijenjuje u hrvatskom nego u bosanskom jeziku (bos. „životna sredina“). Okoliš (okolina; sredina) je „*biološki*“ *sve što okružuje neki organizam* ili „*čovjekov okoliš*“ *kao priroda sa svim promjenama i objektima koji su posljedica života i djelovanja ljudi* (Hrvatski leksikon). Okoliš je *sklop fizičkih, hemijskih i biotičkih faktora u kojima živi neki organizam ili ekosistem* (Defrančeski, 2021). Ovakvo pojmovno određenje dovodi do zaključka da je

„čovjekov okoliš“ ekvivalent „geografskoj“ ili „životnoj sredini“ (*environmentu*), iako, zavisno od prostorne hijerarhije, može biti užeg značenja (npr. *okoliš škole ili kuće- dvorište; interni environment ljudskog tijela- organizam čovjeka, itd.*). Kako je životna sredina na Zemlji određena granicama geografskog omotača unutar kojeg se aktivno odvija život (uz napomenu da se veze ostvaruju i sa gornjim slojevima atmosfere), tako se planeta Zemlja označava kao „globalni ekosistem“ ili „ekosfera“ („globalna“ ili „planetarna ekologija“). V. Glavač (2001) opisuje Zemlju kao idealni planet za život i zajedničko i sudbinski povezano prebivalište ljudi, životinja, bilja, gljiva i protista⁶. „Ekosfera“ je površina Zemlje, protkana živim bićima, u kojoj su atmosfera, litosfera, hidrosfera, pedosfera i biosfera njeni sastavni dijelovi međusobno povezani i zajednički djeluju u smislu globalnog (planetarnog) ekosistema.



Shema 2. Zemlja kao globalni environment/ ekosistem/ ekosfera/ geosistem/ geokompleks; označene su geosfere, komponente, kružni ciklusi i veze unutar životne sredine na Zemlji (Autor⁷)

Prije nego definišemo „ekosistem“, potrebno je razumijeti hijerarhiju pojmova u ekologiji (počevši od najnižeg do najvišeg):

⁶ Protisti- jednoćelijski organizmi, protoze i alge (Oxford)

⁷ Bazirano na modelu Earth System Diagram, NASA Science: dopunjeno i prilagođeno

- biotop/ ekotop/ habitat ili životno stanište (*npr. šuma je stanište/ habitat medvjeda*);
- biocenoza ili životna zajednica (*npr. u šumi, osim medvjeda, žive i vukovi, srne, razne vrste ptica i druga živa bića*);
- biogeocenoza ili ekosistem kao međusobna interakcija biljaka i životinja i neživih komponenti istovremeno, gdje svaki organizam ima svoju određenu ulogu (*npr. ekosistem smrče sa povezanim živim i neživim komponentama*);
- biomi ili grupisani ekosistemi sa sličnom klimom i zajednicama (*npr. biom tamnih četinarskih šuma u Bosni i Hercegovini, unutar kojeg se diferenciraju 2 ekosistema: „istočnobosanske smrče (omorike)“ i „planinskog bora krivulja“*);
- biosfera ili globalni ekosistem (*npr. svi ekosistemi, odnosno svi glavni biomi na Zemlji: akvatični; prašume, savane, pustinje, stepe, mediteranska makija, šume, tundre; ledeni pokrivač*).

„Ekosistem je osnovna organizacijska jedinica prirode, u kojoj su živa bića i njihov neživi okoliš prostorno i vremenski integrisani protokom energije i kružnim tokovima tvari, te koja posjeduje za nju svojstvene informacijske sadržaje, sposobnost samoorganizacije, samoobnove i samoodržanja. To je jedinstvo životne zajednice (biocenoze) i njenog neživog okoliša (ekotopa) s osebujnim i kroz to prepoznatljivim strukturnim i funkcionalnim obilježjima“ (Glavač, 2001). Ekosistem je biološka zajednica interaktivnih organizama i njihovog fizičkog (prirodnog) okruženja (Oxford). Dakle, svi ekosistemi i svi biomi na Zemlji čine biosferu ili globalni ekosistem. Globalni ekosistem je svjetski biom koji se sastoji od biotičkih (živih) i abiotičkih (neživih) faktora. Odnosno, ekosistem je interakcija živih (biljke, životinje, čovjek) i neživih (klimatski, edafski i dr.) komponenti environmenta, što nas ponovo dovodi do razumijevanja pojma *geografske* ili *životne sredine* (*environmenta*) kao kompleksnog sistema sačinjenog od živih i

neživih, te živo-neživih geo-komponenti koje stoje u interaktivnoj i kauzalnoj vezi jednih s drugima i isto tako sa njihovim okruženjem.

Prema tome, „životna sredina“/ „environment“/ „okoliš“ (*sa geografskog aspekta*), predstavlja sveukupnost prirodnih i antropogenih komponenti geografskog prostora koje su interaktivno i kauzalno povezane i čine kompleksni sistem na Zemlji, koji funkcioniše u skladu sa prirodnim zakonitostima, koje su/ ili mogu biti u određenoj mjeri utjecane i modifikovane ljudskim aktivnostima.

1.2. Integritet turizma i environmenta: geografske, turističke i životne sredine

Pojmovnim određenjem turizma bavili su se brojni autori. Jedna od najpoznatijih definicija turizma je od Hunzikera i Krapfa iz 1942.: „Turizam je zbir svih veza i fenomena koji rezultiraju iz putovanja i boravka ljudi van njihovog uobičajenog prebivališta, pod uslovom da sa tom praksom nije povezana nikakva privredna aktivnost, stalno ili privremeno“ (AIEST, 1951), ali je s pojavom masovnog turizma od 70-ih godina prošlog vijeka na dalje, ova definicija značajno dopunjena, jer savremeno definiranje turizma ima širi kontekst (*nije više riječ samo o putovanjima striktno iz rasonode*).

L. Petrić (2003) navodi da „turizam“ *za turiste* predstavlja putovanje, rekreaciju, godišnji odmor. *Za one koji se bave turizmom i rade u turističkom sektoru*, „turizam“ je profesija, intenzivan rad, zarada. Neke od posljedica turizma, odnosno participacije u turističkim kretanjima, jesu njegovi doprinosi zdravlju, kulturnom i obrazovnom uzdizanju, zbližavanju ljudi i miru. WTO deklariše turizam kao „*pasoš mira*“. Turizam omogućava povećanje produktivnosti rada, platne bilanse, razvoj nedovoljno razvijenih krajeva, itd. Prema tome, turizam je izrazito kompleksna i heterogena pojava.

Mathienson and Wall (1982) navode da „turizam pored privremenog boravka van stalnog prebivališta podrazumijeva i svu opremu stvorenu radi usluživanja potreba turista“, pa time dodatno naglašava aspekt ponude i potražnje. McIntosch et al. (1995) predložili su da je „turizam zbir fenomena i odnosa koji proizilaze iz interakcije turista, poslovnih ponuđača, prijemnih vlasti i lokalne zajednice u procesu privlačenja i opsluživanja turista i posjetioca“. Ovu definiciju doradio je Tribe (1997): „Turizam je zbir fenomena i odnosa koji proizilaze iz interakcije, u emitivnim i receptivnim područjima, turista, poslovnih ponuđača, vlasti, lokalne zajednice i okruženja“. Iz Tribe-ove definicije razotkrivaju se ključne dimenzije turizma:

- a) *One koje su povezane s turistima (motivacija, izbor, satisfakcija, interakcija);*
- b) *One koje su povezane sa biznisom (uključujući marketing, organizaciju i planiranje prevoznih kompanija, ugostiteljstva i rekreacije);*
- c) *One koje su povezane s lokalnom zajednicom (uključujući percepcije, ekonomske, sociološke i kulturološke impakte);*
- d) *One koje su povezane sa receptivnim okruženjem- životna sredina (uključujući ekološki impakt);*
- e) *One koje su povezane sa receptivnim vlastima (uključujući mjerenja turizma, politike i planiranje);*
- f) *One koje su povezane sa generativnim- emitivnim zemljama (uključujući ekonomske, environmentalne i kulturalne efekte). (Cunha, L., 2012)*

Svjetska turistička organizacija (WTO) daje konciznu definiciju:

„Turizam“ predstavlja kompresiju aktivnosti vezanih za putovanje i boravak u nekom mjestu izvan stalnog prebivališta ne duže od 1 godine zbog odmora, posla ili neke druge svrhe.

Turizam se dijeli na: *domaći i inostrani (međunarodni, internacionalni).*

Domaći turizam označava posjete unutar zemlje od strane posjetilaca koji su njeni rezidenti (stanovnici, državljani), dok je *inostrani turizam* moguće podijeliti na: „ulazni/ receptivni“ („inbound“) i „izlazni/ emitivni“ („outbound“). „*Receptivni turizam*“ označava posjete zemlje od strane posjetilaca koji nisu njeni rezidenti (tj. strani turisti dolaze u neku zemlju), dok „*emitivni turizam*“ znači posjete rezidenata zemlje van te zemlje (tj. domaći turisti odlaze u neku stranu zemlju).

„Izvedeni oblici turizma su: *nacionalni* („domaći“ i „emitivni“); *interni* („domaći“ i „receptivni“); *internacionalni* („receptivni“ i „emitivni“) (Eurostat Statistics).

„Turizam referiše sve aktivnosti posjetilaca obje kategorije: *turista sa noćenjem i dnevnih posjetilaca.*“ (UNWTO, 1994)

➤ *Ko je „turista“ i porijeklo termina?*

Francuski teoretičar turizma Pierre Defert navodi da je riječ „turist“ u pisanoj formi prvi upotrijebio Victor Jacquemont 1830. godine u svom djelu „Lettres“ (Pisma), a popularizirao je Stendhal u svojim „*Memories d'un touriste*“ (1838). Riječ „turist“ je starija od riječi „turizam“, što znači da su isprva zapaženi pojedinci, uglavnom Englezi, koji su putovali po stranim zemljama (Francuskoj, Švicarskoj i Italiji) iz radoznalosti i radi zabave, a tek kad su putovanja postala masovnija razvila se i riječ „turizam“ (Svetlačić, 1995). S.M. Stanković također navodi da se termin „turizam“ (*grč. tornos, lat. tornus: turnir*) dovodi u vezu sa engleskim putnicima u Francuskoj, Švicarskoj i Njemačkoj, ali i sa održavanjem viteških borbi/ turnira (Stanković, 2000).

„*Turista*“ je osoba koja posjećuje određenu destinaciju izvan stalnog mjesta boravka na period do 1 godine i zbog različitih razloga: odmora, rekreacije, posla, zdravlja, obrazovanja ili neke druge svrhe. (UNWTO Statistics Guidelines, 2010).

Ovaj skopus je mnogo širi od tradicionalne percepcije turista, koji su posmatrani kao putnici i posjetioci isključivo radi odmora, ali danas je jasno da motivi posjete mogu biti različiti, čak i privređujuće interesni.

Posjetioci (turisti) se dijele u 3 kategorije:

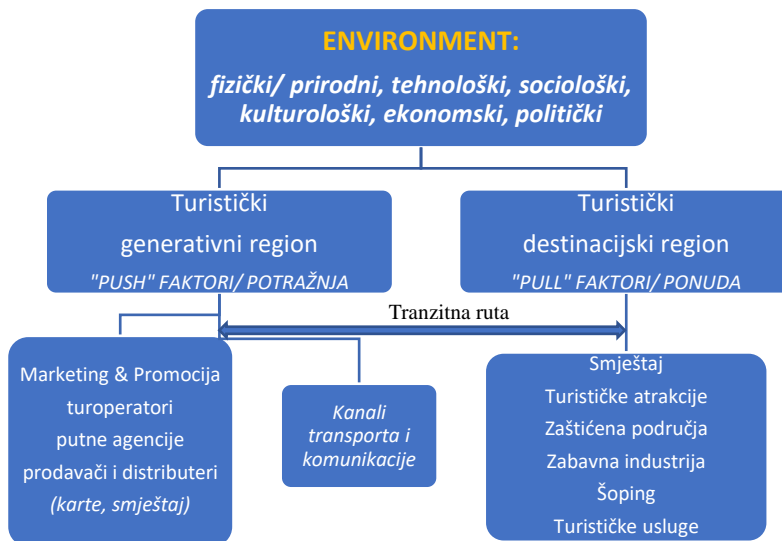
- a) „Turisti“ su posjetioci koji ostvaruju boravak daleko od kuće na 1 ili više noći zbog bilo koje svrhe (domaći, ili strani turisti);
- b) „Dnevni posjetioci“ su jednodnevni turisti koji provedu min. 3h van stalnog prebivališta radi općeg odmora, rekreacije i društvene svrhe. Mnogi su lokalni stanovnici područja;
- c) „Slobodni dnevni posjetioci“ provode manje od 3 sata van stalnog prebivališta radi općeg odmora, rekreacije ili društvene koristi. Bez računanja (u javnom prometu i vrijednostima turističke statistike u Engleskoj), ovi kratkotrajni dnevni posjetioci kontribuiraju direktno u lokalnoj turističkoj privredi i trebali bi također formalno biti prepoznati u odredbama destinacijskog menadžmenta. Većina su također rezidenti destinacije i lokalnih okolnih područja. (UNWTO Statistics Guidelines, 2010)

Uglavnom, turizma nema bez turista odnosno većeg broja posjetioaca pogotovo onih sa noćenjem, a zajedno sa turističkim osobljem i sveukupnom ponudom turističke destinacije, uključujući i njenu promociju, radi se o veoma „složenom turističkom sistemu“ u kome svi kohezioni elementi imaju svrsishodnu interakciju.

N. Leiper navodi elemente „turističkog sistema“: *turisti, generisane regije*⁸, *tranzitne rute (odlasci, dolasci), destinacijske regije*⁹ i *turistička industrija* (Cunha, 2012).

⁸Generisane regije- emitivna područja u kojima je zapažen veći intenzitet i sklonost stanovništva putovanjima u druge zemlje

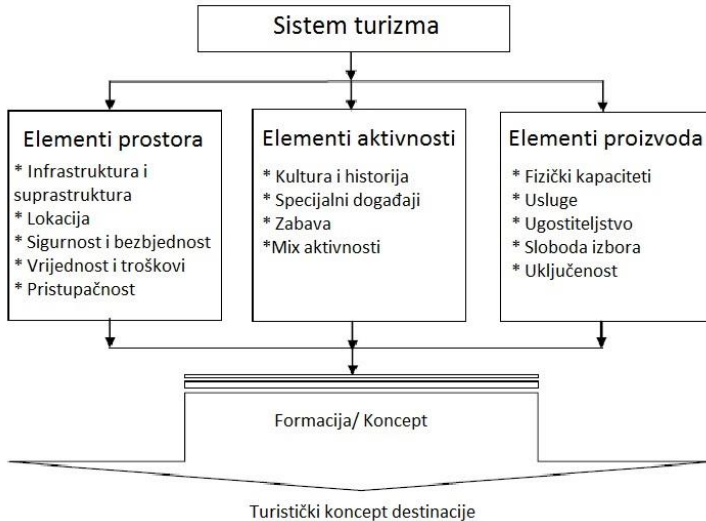
⁹ Destinacijske regije- receptivna područja koja u većoj mjeri prihvataju turiste



Shema 3. Leiper-ov model turističkog sistema/ environmenta
(Autor)

Fundament turističkog sistema je „turistička destinacija“ (*lat. „destinatio“ - odredište*). Turistička destinacija je krajnje odredište turističkog putovanja, koje svojom opremljenošću omogućava prihvata i boravak turista, a granice su joj funkcionalno određene uticajem turističkog proizvoda (Petrić, 2003). Glavna destinacija turističke posjete je „posjećeno mjesto koje je ključno u odluci za preduzimanje putovanja“ (UNWTO). Framke smatra da je turistička destinacija mjesto koje sadrži aktere koji zajedno kreiraju ukupni proizvod koji treba da odgovori na zahtjeve turista (Žunić, 2018). Turističke destinacije su mjesta prepoznata po posjećenosti i u njima je moguće mjeriti aspekte potražnje i ponude turističkih usluga u okvirima definiranih granica na lokalnom (*npr. općina, nacionalni park i dr.*), regionalnom (*npr. kombinacija općina*) ili nacionalnom nivou (*država kao destinacija*) (The British Tourism Society- London, UK). Turistička destinacija je geografsko područje, koje sadrži pejzažne i kulturne karakteristike i može ponuditi turistički proizvod, što znači da posjeduje adekvatnu infrastrukturu u prevozu- smještaju- prehrani, kao i prepoznatljivost

ili iskustvo (Jensen et al., 1993). Prema Leiper-u, destinacija je zbir interesa, aktivnosti, opreme, infrastrukture i atrakcija koje kreiraju identitet turističkog mjesta, dok je N.A. Ahmad vidi kao sistem elemenata prostora, aktivnosti i proizvoda (Žunić, 2018):



Shema 4. Ahmad et al. koncept turizma i turističke destinacije
(Žunić, 2018)

Prema tome, rezimirajući brojne definicije koncepta destinacije i turizma, izdvojeni su ključni elementi turizma kao kompleksnog integrativnog sistema:

- Područje posjeta
- Geografsko područje sa prepoznatim prirodnim i društvenim atributima- atrakcije
- Prirodno i društveno okruženje
- Turistička infrastruktura i suprastruktura
- Turističke usluge
- Fizički prostor/ mjesto recepcije- receptivno područje
- Turistička ponuda i potražnja- turističko tržište
- Turisti- subjekti turizma

- Turoperatori i drugi akteri upravljanja destinacijom
- Identitet – imidž destinacije
- Statička dimenzija
- Dinamička dimenzija
- Aglomeracija turističkih agenata i proizvoda/ usluga
- Spoj ili sistem elemenata prostora, aktivnosti i proizvoda
- Javni/ ili privatni karakter
- Promocija destinacije
- Upravljanje destinacijom i posjetama (*Žunić, 2018; dopunjeno*)

Uzevši u obzir naprijed navedeno, možemo reći da je „turistička destinacija“, *kao temelj sistema turizma*, zapravo geografsko područje prilagođeno potrebama turista, te ima prepoznatljive elemente turistički uređenog environmenta. Turistička destinacija je dio geografske sredine i ujedno životna sredina, jer je čine prirodne i/ ili društvene geografske komponente koje uz to posjeduju određena atributivna svojstva sa aspekta turizma-geografski turistički resursi, potencijali i atrakcije (npr. planinska klima, čisto more, kulturni diverzitet, urbani prestiž i dr.).

Turizam kao kompleksna djelatnost značajno fizionomski (morfološki) i funkcionalno mijenja životnu sredinu određenog geografskog područja, upravo zbog implementacije turističke infrastrukture, turističkih sadržaja i aktivnosti, što će dalje utjecati na kvalitet zraka, vode, živih bića, saobraćajne mreže, itd., odnosno na kvalitet boravka u potencijalnoj turističkoj destinaciji, a u konačnici na standard i kvalitet života lokalnog stanovništva. Prema tome, turizam se manifestuje i realizuje u geografskom prostoru, koristi geografske resurse kao turističke potencijale i atrakcije, a iz skupa turističkih aktivnosti i djelovanja razvijaju se složeni procesi koji mogu imati pozitivne i negativne impakte na komponente životne sredine. Iz svega toga se da zaključiti da je

turizam složeni geografski- „prostorni“, „turistički“ i „environmentalni“ fenomen.

B. Włodarczyk (2014) objašnjava kognitivnu sferu geografskog prostora i ujedno turističkog prostora:

Tab.1. Kognitivne sfere geografskog i turističkog prostora

SFERE		GEOGRAFSKI PROSTOR	TURISTIČKI PROSTOR
Geosfere		Koncentrični slojevi Zemlje, različitog hemijskog sastava i stanja: litosfera, hidrosfera, atmosfera; dio toga je biosfera-prostor naseljen živim organizmima, uključujući i ljude	Prirodni turistički resursi i atrakcije koji su temelj za razvoj mnogih turističkih aktivnosti
Antroposfera	<i>Tehnosfera</i>	Sfera ljudske interferencije sa prirodom, kao i uvođenje tehničkih komponenti u prirodni environment (infrastruktura, tehnologija). Dio toga je infosfera, cijelovitost registrovanih, procesuiranih i skladištenih informacija.	Formira se tokom turističkog razvoja i pristupačnost posredstvom transporta. Elementi turističke infosfere su distribuirani i rezervacijski sistemi, koji mogu imati ne-sociološke relacije sa elementima razvoja i pristupa transportom
	<i>Sociosfera</i>	Sfera interpersonalnih relacija, ljudski psiho-društveni environment. Ove relacije mogu biti različito okarakterisane (ekonomske, političke, kulturne, itd.)	Opisuje relacijski pristup turističkom prostoru i pejzažu. Slično geografskom prostoru općenito, ove relacije mogu biti različite, ali se uglavnom tiču relacija ljudi sa drugim komponentama turističkog prostora
	<i>Noosfera</i>	Sfera misli, ljudske mentalne aktivnosti, obično bez formalnih ograničenja	Uključuje perceptualno-mentalni i metaforičke pristupe turističkom sistemu (virtualni prostor, duhovni prostor, itd.)

(Izvor: Włodarczyk, 2014)

Sadržajno shvatanje pojmova: *geografska*, *životna* i *turistička sredina (environment)*, računajući na glavne komponente koje ih izgrađuju, kao i uzajamne relacije među njima, čine zajednički koncept ili sistemski integritet geografske, životne i turističke sredine, što je pojašnjeno detaljnije u tabeli ispod:

Tab.2. Integritet geografske, životne i turističke sredine/ environmenta

	GEOGRAFSKI, ŽIVOTNI ENVIRONMENT	TURISTIČKI ENVIRONMENT
PRIRODNE KOMPONENTE ENVIRONMENTA	<ul style="list-style-type: none"> - Reljef: oblici, građa i sklop - Klima - Vode - Tla - Flora - Fauna - Čovjek 	<p>Prirodni fundament i fizički kapacitet prostora su preduslovi za razvoj turističke infrastrukture. Prirodne komponente su potencijalne turističke atrakcije i resursi za razvoj različitih oblika turizma. Humani faktor (HR) je nosilac turističkog razvoja. <i>Prirodni turistički environment.</i></p>
ANTROPOGENE KOMPONENTE ENVIRONMENTA	<ul style="list-style-type: none"> - Stanovništvo: razmještaj i strukture; kultura; rezidenti, turisti - Naselja i funkcionalna organizacija - Privreda i tehnogeni sistemi: I, II, III; ugostiteljstvo i hotelijerstvo - Saobraćaj - Komunalije (dalekovodi, vodovodi, gasovodi, telekomunikacije, itd.) - Politika i administrativa (granice, oblik vladavine, tip društva, uređenost i dr.) 	<p>Antropogene komponente su potencijalne turističke atrakcije i resursi za razvoj različitih oblika turizma. Stanovništvo je potencijalni inicijator, nosilac, učesnik i moderator turističkog razvoja. Turizam je pokretač ukupnog društvenog i antropogenog razvoja i povezivanja. <i>Društveno-geografski/ socio-kulturni i ekonomski turistički environment.</i></p>
INTERAKCIJE, IMPAKTI I ZAŠTITA	<p>Zaštićena područja (ZP) Zaštita prirodnog nasljeđa Zaštita kulturnog nasljeđa</p>	<p>Natura- aktuelni oblik turističke potražnje i interesovanja. ZP su centri turističkih posjeta (turistički lokaliteti). Održivi turizam podstiče razvoj ZP, zaštitu prirode i kulture. <i>Ekološki/ prirodni turistički environment.</i></p>
DESTINACIJA, REGIJA	<p>Geografska destinacija- određeno geografsko mjesto, određište posjete. Geografska regija- područje s visokim stepenom kompleksne homogenosti i/ili sličnosti prirodnih i društvenih geografskih komponenti; prepoznatljiv geografski ambijent i environment</p>	<p>Turistička destinacija- određeno geografsko područje dmnt. turistički uređeno, određište posjete. Turistička regija- područje s visokim stepenom homogenosti turističko-geografskih komponenti; prepoznatljiv turistički ambijent i environment</p>

(Autor)

II EVOLUCIJA TURIZMA I IMPAKTI NA ENVIRONMENT

2.1. Historijski pregled razvoja putovanja i turizma

Autori na različite načine kategorišu historijske etape razvoja turizma, koje sadrže uglavnom istovjetne ili slične opise, ali su drugačije definirane.

I. Blažević i Z. Pepeonik (1996) su razvojni put turizma podijelili u 6 faza (etapa): „*putovanja u starom vijeku*“ (Grci, Rimljani; motivi: vjerski, te sport, rekreacija i zabava); „*putovanja u srednjem vijeku*“ (feudalno plemstvo, vjernici; motivi: vjerska „hodočašća“; turniri, priredbe i lov); „*putovanja u novom vijeku od 18.st.*“ (Englezi, Francuzi; motiv: tzv. „povratak prirodi“- začetnik ideje francuski filozof Jean-Jacques Rousseau u 18.st.); „*pojava turizma 19.st.*“ (s prvom upotrebom termina „turista“ 1830. i prva organizovana putovanja iz 1841.; motivi: Evropa; svijet) i „*edicije turističkih vodiča*“ (njemački „Karl Bedecker“ i engleski „John Murray“: štampani vodiči za Alpe i Mediteran); „*razdoblje privilegovanih putovanja 1941-1914.*“ (aristokrati/ buržoa, naročito kraljevi i carevi;, motiv: more i dr.), te „*savremeni turizam od 1945. do danas*“ (masovna kretanja; motivi: razni- kultura, priroda, lov, selo; različiti oblici turizma, popularni naturizam, lovni i ruralni).

S.M. Stanković (2000) izdvaja 3 glavne etape razvoja turizma: „*putovanja koja su prethodila turizmu od drevnih civilizacija do početka 19.st.*“ (elita iz Egipta, Perzije, Grčke, Rima, Babilona, Fenikije, Palestine i Mletačke države; motivi: trgovina, liječenje naročito termomineralnim vodama, olimpijske igre, vojni i viteški turniri, lov, vjerska „hodočašća“); „*period povratka prirodi od 19.st.-polovine 20.st./ 1945.*“ (buržoa i elita; motivi: tzv. „povratak prirodi“, uz napomenu da iako je ideja nastala ranije u 18.st., u početku je naišla na negodovanje i zaživjela nešto kasnije; Alpi; nepoznati krajevi svijeta; vaspitanje i obrazovanje; novi oblici

transporta- Thomas Cook-ovo prvo organizovano putovanje željeznicom u Engleskoj iz 1841. s grupom od 570 ljudi, a kasnije 1871. prvi „Put oko svijeta“; sport, rekreacija, zabava i razonoda; primorski turizam); „*period savremenog turizma nakon 1945.*“ (masovna kretanja; motivi: razni; brojne vrste turizma; inicijativne i receptivne turističke zemlje- *istovremeno daju i primaju veliki broj turista*: SAD, Francuska, Njemačka, Italija, Velika Britanija; razvoj međunarodnih turističkih organizacija- WTO, Svjetski dan turizma 27.09.1980.).

R. Šećibović (2010) u vezi sa historijskim razvojem turizma navodi 2 glavne faze: „*epoha turizma privilegovanih klasa*“ (robovlasnici, feudalci, pa čak i prvi kapitalisti) i „*epoha savremenog turizma*“, koju su inicirali tzv. „push“ (pokretački) faktori: „slobodno vrijeme- godišnji odmor“ i „višak novčanih sredstava- ostvarena slobodna sredstva“, dok **W. Freyer** izdavaju 4 faze razvoja turizma i putovanja:

1. „*predfaza od »prapočetaka« do 1850.*“ (drevne civilizacije Mesopotamija, Babilon, Sumeri; Grci; Rimljani; aristokrate; motivi: radoznalost, dokazivanje, prosperitetniji krajevi, ratne migracije; pomorska putovanja; antičke olimpijske igre u Grčkoj; lječilišta „banje“; tzv. Grand Tour- edukacija; posao; rekreacija i odmor);
2. „*početna faza 1850-1914.*“ (širi slojevi društva; motivi: razni; Thomas Cook- prva organizovana putovanja 1841. i prva putnička agencija „Cook & Son“, prvo putovanje po Evropi 1856., prvo putovanje u Egipat- Suecki kanal, 1869., prvo putovanje oko svijeta 1871.; tzv. „*bedeckeri*“ štampani turistički vodiči; za kraj faze se uzima proizvodnja serijskog automobila sa bezinskim motorom 1908. u SAD i upotreba prvog aviona u komercijalne svrhe u Njemačkoj 1919.);
3. „*razvojna faza 1914-1945.*“ (širi sloj ljudi; motivi: razni; „push“ faktori modernog turizma: plaćeni 14-dnevni

godišnji odmor (francuski radnički sindikat, 1936); intenzivan razvoj saobraćaja: željeznički, pomorski, drumski, zračni; organizovani turizam, turistička infrastruktura, raznovrsni oblici turizma, sezonalnost turizma);

4. „visoka faza 1945- danas“ (masovna putovanja, naročito od 70-ih godina 20.st., niske cijene, visoki standardi; turistička propaganda; nekontrolisani razvoj turizma, pozitivni i negativni impakti turizma na životnu sredinu) (Šećibović, 2010; dopuna autora).



Sl.4. Antičke olimpijske igre u Grčkoj (776 BC-393 AD), održavane svake 4 godine, zbog kojih su obustavljeni ratni sukobi
(Autor¹⁰)



Sl.5. „Grand Tour“ (17-19.st.)- putovanja mladih britan. lordova po svijetu i Evropi (naročito Francuska, Italija i Grčka) radi edukacije o kulturi i historiji, te umjetnosti, arhitekturi i antici; Thomas Patch, historičar umjetnosti, Okupljanje diletanata¹¹ oko Medici Venus¹², 1760.
(Autor¹³)

¹⁰History, A&E Television Networks; The Penn Museum, Lenapehoking; Šećibović, 2010

¹¹Dilettant- osoba koja studira ili ima interes za umjetnošću (Oxford)

¹² Medici Venus, Venus de Medici, Venera Mediči- helenistička mramorna skulptura boginje ljubavi Afrodite (1,53 m) i čuva se u galeriji Uffizi, Firenca (La Gallerie Degli Uffizi)

¹³ National Trust Organisation, Swindon, UK

Rezimirajući prethodne navode, izražajnije turistička kretanja započela su s „*Grand Tour*“ od 17.st., dobila su značajnije razmjere uključivanjem šireg sloja ljudi i naročito sa osnivanjem prve putničke agencije od 19.st., dodatno su podstaknuta pred sami Drugi svjetski rat, praktično od 1936. godine (*sticanjem prava na plaćeni godišnji odmor*), a naročito su zaživjela 70-ih godina prošlog vijeka, kada poprimaju globalni i masivni karakter, uporedo sa intenziviranim procesima ukupnog urbanog, tehnogenog i društvenog razvoja.

2.2. Karakteristike savremenog „masovnog“ turizma

R. Šečibović i L. Žunić (2008) navode da je moderni turizam pod uticajem globalizacije dobio potpuno nove karakteristike masovne pojave i razvio se tzv. masovni turizam, čije karakteristike su:

- a) visoka predvidljivost i racionalizacija;
- b) visoka efikasnost;
- c) visoka izračunljivost;
- d) visoka kontrolisanost;
- e) homogenizacija i unificiranje prostora (*standardi turističke gradnje i turističkog planiranja*);
- f) konkurentnost;
- g) inovativnost (*tehnologije i komunikaciona sredstva*); selektivni (*tematski*), i
- h) održivi turizam.

V. Galičić i M. Laškarin (2016) pojašnjavaju da turizam, svojim društvenim funkcijama (zdravstvenom, kulturnom, obrazovnom, političkom i dr.), pokreće milione ljudi da u svoje slobodno vrijeme, zarađenim sredstvima ili društvenim beneficijama, kreću na putovanja u razne pravce, bilo unutar svoje države (*domaći turizam*) ili izvan nje (*inostrani turizam*), te kao bitne karakteristike savremenog turizma izdvajaju: masovnost; emitivno¹⁴ i

¹⁴Emitivno turističko tržište- tržište na kome je skoncentrisana turistička potražnja

receptivno¹⁵ turističko tržište; polifunkcionalnost; individualizacija u ponašanju turista (*putnici, turisti, izletnici*); sezonalnost; nestabilno privređivanje; visoka ulaganja; statičnost ponude; elastičnost potražnje.

Turizam je, zahvaljujući svom dramatičnom rastu i velikoj kontribuciji u porastu svjetske ekonomije, prerastao iz *klasične tercijarne privredne djelatnosti* u čitavu „turističku industriju“.

Termin „turistička industrija“ nastao je u drugoj polovini 20.st., jer je nakon 1980-ih turistička aktivnost dobila zamah kao generator zapošljavanja, izvor prihoda, deviznih prihoda i kao industrija slobodnog vremena. Vlada je poduzela nekoliko značajnih mjera za promociju turističke industrije. Prvu turističku politiku objavila je vlada Indije (1982), mada se pojam „turističke industrije“ pripisuje i Thomas Cook-u, engleskom inovatoru organizovanih putovanja i osnivaču prve svjetske putničke agencije „*Thomas Cook and Son*“ (1841), za kojeg slovi da je inventor (izumitelj) modernog (savremenog) turizma. UNWTO navodi da turistička industrija kompresuje sve ustanove u kojima je principijelna aktivnost turistička karakteristična aktivnost. Turistička industrija (turističke aktivnosti) su aktivnosti koje proizvode karakteristične turističke proizvode.

Vrtoglave vrijednosti turističko-statističkih indikatora na globalnoj sceni (broj turista, noćenja, prihoda; stope rasta turizma; učešće turizma u ukupnoj privredi, BDP i BDP/pc; itd.), kao i činjenica da „turizam broji preko 400 različitih zanimanja i poslova“ (Žunić, 2018), u potpunosti opravdavaju turizam kao izuzetno kompleksnu industriju. G. Kreag ističe da je decenijski rast turističke industrije glavni kontributor u povećanoj ekonomskoj aktivnosti širom SAD i svijeta. Kreirao je poslove u velikim i malim društvima (zajednicama) i glavna je industrija u mnogim mjestima. Dominantna je ekonomska aktivnost u

¹⁵Receptivno turističko tržište- dio tržišta na kome je skoncentrisana turistička ponuda

određenim zajednicama (Kreag, 2001). Turizam je prepoznat kao jedan od ključnih sektora u svim zemljama i glavni izvor prihoda, poslova i stvaranja bogatstva. Također igra širu ulogu u promociji imidža i internacionalne percepcije zemlje eksterno, a ima i komplementarni uticaj na domaće politike (Dupeyras, MacCallum, 2013).

Prema podacima *The World Bank Data* (1999-2019), ukupna Svjetska turistička potrošnja je u posljednje dvije decenije skočila sa 535,3 biliona na nevjerojatnih 1,4 triliona¹⁶, dok je potrošnja samo od transporta putnika porasla sa 96,6 biliona¹⁷ na 249,9 biliona USD. Ukupni broj međunarodnih dolazaka porastao je sa 1,3 biliona na 2,4 biliona.

U dokumentima UNWTO (2020) navodi se da je *period 2009-2019.* prepoznat kao „decenija uzastopnog kontinuiranog rasta svjetskog turizma“, te se realni porast internacionalne turističke potrošnje odrazio na porast svjetskog BDP za 44%. Turističke analize i opservacije pokazale su da je 2019. još jedna godina snažnog rasta svjetskog turizma s visokim stopama, jer su svi regionu iskusili porast dolazaka, a prednjači Bliski Istok (+8%), te Azija i Pacifik i Evropa (+4%). Turistička potrošnja je kontinuirano rasla, pa je Francuska proglasila najjači porast turističke potrošnje među top 10 turističkih tržišta¹⁸ (+11%), dok je SAD vodila rast u apsolutnom iznosu (+8 biliona USD).

Izvozni prihodi od internacionalnog turizma rastu brže od izvoza robe gotovo svake godine nakon 2010. Turizam je svjetska 3. *najveća izvozna kategorija* nakon goriva i hemikalija, a ispred automatskih proizvoda i hrane.

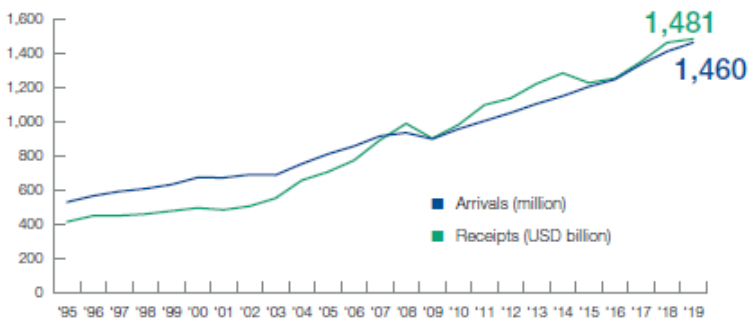
Turizam je ključni ekonomski (privredni) sektor u mnogim naprednim i razvojnim ekonomijama. Tokom proteklih decenija,

¹⁶ Trilion- hiljadu milijardi

¹⁷ Bilion- milijarda

¹⁸ Top 10 turističkih tržišta: Kina, SAD, Njemačka, UK, Francuska, Australija, Kanada, Španija, Italija, Južna Koreja (Statista)

turizam je iskusio kontinuiranu ekspanziju i diverzifikaciju, te tako postao jedan od najvećih i najbrže rastućih privrednih sektora u svijetu. Porast turizma je bio podstaknut relativno snažnom globalnom ekonomijom, porastom srednje klase i rapidnom urbanizacijom u razvojnim privredama, pristupačnim putnim i viznim uređajima, kao i tehnološkim napretkom i novim poslovnim modelima. Turizam (međunarodni i domaći) predstavlja glavni dio ukupnog BDP (*direktni turistički BDP kao procentualni dio/ udio ukupnog BDP*) za mnoge privrede širom svijeta: npr. najveći turistički BDP ima Macao, (Kina) 48%; Jordan, Španija, Hrvatska i Mauricijus 10%; Francuska 7%, itd.

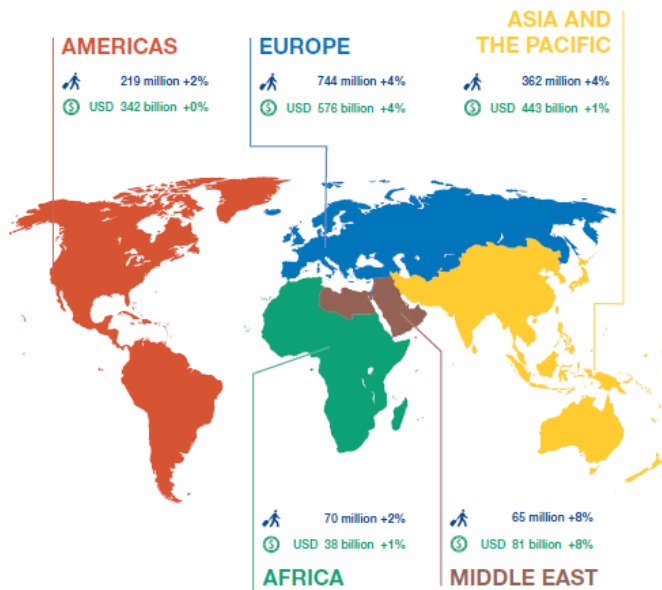


Grafikon 1. Internacionalni turistički dolasci (milioni) i turistička potrošnja (USD bilioni) za period 2005-2019. godine
(*International Tourism Highlights, UNWTO, 2020*)

Prema grafikonu rasta internacionalnih turističkih dolazaka i turističke potrošnje (2005-2019), uočava se uglavnom višedecenijski trend pozitivnog turističkog razvoja sa izuzetkom 2001., 2003. i 2009., kada je registrovan blagi pad turizma.

Razlozi za pad svjetskog turizma tokom navedenih godina su: teroristički napadi (Irak) na Svjetski tržni centar (*the World Trade Centre*) u Nju Jorku i Pentagon u Wašingtonu (2001), kao i dugotrajni strahovi (traume) nakon tog događaja; gašenje australijske aviokompanije „Ansett Australia“ (2001); iznenadna pandemija SARS u Kanadi (2003); globalna ekonomska kriza zbog

kolapsa tržišta nekretnina (GFC 2007-2009) uz to dodatno pogoršana s pojavom Svinjske pandemije A(H1N1) (2009). Posljednja decenija (2009-2019) prepoznata je kao razdoblje uzastopnog i održivog razvoja turizma, jer kriva u tom dijelu jasno demonstrira neprekidni kontinuirani rast turističkih dolazaka i potrošnje.



Karta 1. Internacionalni turistički dolasci (milioni) i turistička potrošnja (USD bilioni), 2019.

(International Tourism Highlights, UNWTO, 2020)

Prema karti turističkih dolazaka i turističke potrošnje (2019), Evropa je najposjećenija i najskuplja turistička destinacija jer prednjači s najvećim brojem turističkih dolazaka (744 miliona) i s najvećom turističkom potrošnjom (576 biliona USD). Bliski Istok je najslabije posjećena destinacija (65 miliona dolazaka), dok najmanju turističku potrošnju ipak ima Afrika (38 biliona USD), što je razumljivo jer ima najniži ekonomski i životni standard. Međutim, Bliski Istok općenito prednjači sa ukupnim turističkim razvojem, jer je ostvario najveće stope rasta turističkih dolazaka i turističke potrošnje (+8%).

Na primjeru Bosne i Hercegovine, turizam također ima pozitivne tendencije rasta i razvoja, koje se baziraju na golemom turističkom potencijalu prirodnog i kulturnog nasljeđa. Prema dostupnim podacima (ITSC, 2018), u kompoziciji BDP po ekonomskim sektorima turizam zauzima 10%, dok u strukturi zaposlenih 12%.



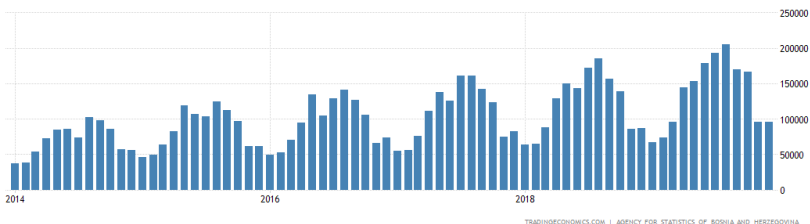
Karta 2. Turistička informativna karta Bosne i Hercegovine
(Portal Reddit, Imgur)

Među urbanim ambijentalnim cijelinama izdvajaju se Sarajevo i Mostar, a zatim i Banja Luka, Bihać, Jajce, Travnik, Višegrad i dr. Prema broju stranih posjetitelja u samom vrhu turističke ponude je vjerski turizam. On se bazira na velikom broju sakralnih objekata (džamije, crkve, manastiri, sinagoge), koji imaju i značajnu kulturno-historijsku vrijednost. Međugorje je najposjećenija religijska destinacija, jer se radi o jednom od najpoznatijih

marijanskih svetišta u svijetu („*ukazanje i uplakana statua djevice Marije*“). Kao najpoznatiji primjer manifestacijskog turizma u državi se izdvaja Sarajevo Film Festival. Kupališni turizam se razvija u Neumu (jedini izlaz na more), te na brojnim jezerima i rijekama u unutrašnjosti. Veliki broj banja ukazuje na velike potencijale balneološkog turizma, a najvažniji (i najvaloriziraniji) sajtovi ovog tipa su u Sarajevu, Fojnici i Tesliću. Za planinske pejzaže se može vezati više tipova turizma, a najmasovnije destinacije su Jahorina, Bjelašnica, Vlašić i Kupres.

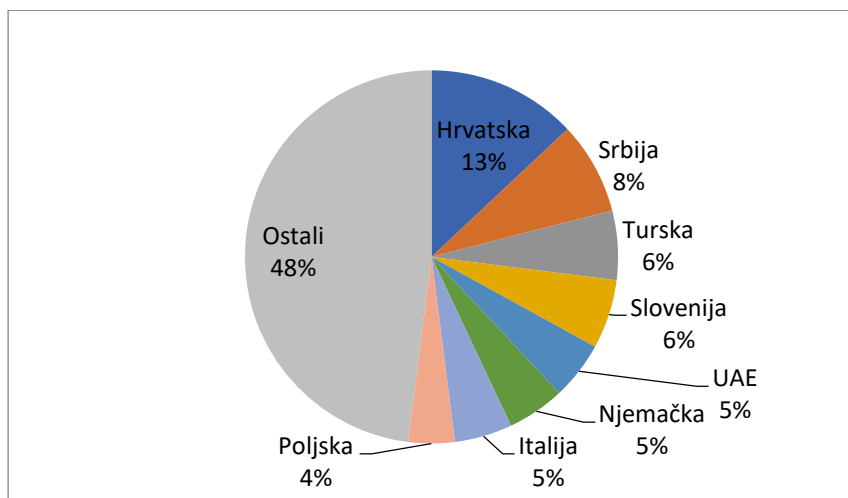
Prilikom valorizacije prirodne sredine u turističke svrhe potrebno je voditi računa o njenom očuvanju, budući da je to najveći resurs sa kojim ova država raspolaže. Na prostoru Bosne i Hercegovine postoji veći broj zaštićenih područja, a NP su: *Sutjeska, Kozara i Una*, te *Drina*.

Turističko-statistički indikatori na državnom nivou (2018) pokazuju značajan broj posjeta 1.465.412 i noćenja 3.040.190. U strukturi noćenja dominiraju strani turisti 71,2%, a domaći 28,8%. Po pitanju dužine boravka stranih turista- prednjače: Malta sa prosječnim zadržavanjem od 5,2 noći, Irska sa 3,7 noći, Kuvajt sa 3,6 noći, Katar sa 3,3 noći , Ujedinjeni Arapski Emirati sa 3,1 noći, te Egipat, Francuska i Island sa po 3,0 noći. U strukturi smještaja poglavito je zastupljen hotelski smještaj: 91,1%. Turistički prihod iznosi 2 milijarde EUR, a njegovo učešće u BDP: 10,2%.



Grafikon 2. Porast turističkih dolazaka u BiH za period 2014-2018.
(*Investing in Tourism- Sustainability Conference*)

Prema grafikonu turističkih dolazaka u BiH, registruje se pozitivni trend rasta za navedeni period: 2014-2018. godine.



Grafikon 3. Struktura turističkih posjeta prema dolascima (2018)
(Autor¹⁹)

Prema dijagramu strukture dolazaka, najfrekventniji su turisti iz Hrvatske, kao i Srbije, Turske i Slovenije 6%, a zatim iz UAE, Njemačke i Italije, Poljske i dr.

2.3. Masovni turizam i geokološka problematika

Savremeni turizam, kao masovna pojava, mora da se posmatra sa različitih aspekata (pristupa): „ekonomski“, „socio-kulturni“, „environmentalni“; „geografski“; „institucionalni“.

- ***Ekonomski pristup*** je tradicionalni stub turizma u vezi sa putovanjima i boravkom turista u određenoj destinaciji, a omogućava lokalnom stanovništvu niz ekonomskih beneficija (posao, profit, proizvodnju).

¹⁹ Prema podacima ITSC, Tourism Investment Brief

- ***Socio-kulturni pristup*** u vezi je sa upoznavanjem turista sa kulturom ponašanja i djelovanjem lokalnog stanovništva, što podstiče putovanja u različite destinacije.
- ***Environmentalni pristup*** je u vezi s porastom interesovanja turističkog tržišta za prirodnu sredinu, kao i sa procjenom pozitivnih i negativnih uticaja turizma na životnu sredinu.
- ***Geografski pristup*** je fundamentalni stub turizma kao prostornog fenomena i u vezi je sa prepoznavanjem (identifikacijom), vrednovanjem (valorizacijom) i planiranjem optimalne upotrebe geografskih resursa u turističke svrhe (turistički potencijali i atrakcije), njihova zaštita, distribucija i kartiranje istih (izrada turističkih karata).
- ***Institucionalni pristup*** je u vezi s turizmom kao zakonodavnom privrednom djelatnosti, strateškom granom razvoja određenog područja i ujedno elementom prostornog planiranja, što se reguliše pravnim, prostorno-planskim i strateškim aktima ispred nadležnih institucija, kao i implementacijom određenih standarda u turizmu koje nameću međunarodne turističke organizacije (UNWTO i dr.).

Masovni turizam ima enormne posljedice na geografski i turistički environment.

Iako se turizam često deklariraše kao „ne-ekstraktivna industrija“, turizam je ipak resursno zavisna industrija. Oslanja se na prirodno okruženje, zajednice i ponudu proizvoda kojima će se kreirati iskustvo posjetilaca. Turizam ima tendenciju da koncentriše visoki volumen ljudi (tj. da okuplja velike grupe ljudi) u osjetljivim ekosistemima, smješta populacijski „boom“ u društva bez infrastrukture ili razvija planove s tom namjenom, i premješta kulture u potraživane destinacije. Uporedo s tim, turistička industrija je neosporivo povezana s aktivnostima koje podrazumijevaju „luksuznu“ potrošnju fosilnih goriva. Tokom

ranih 70-ih godina bazni principi održivog turizma uvode pokušaje da ublaže ili eliminišu neke od negativnih impakata turizma, ali su ključni naponi održivog turizma da se ispune ekonomske, environmentalne i socio-kulturne obaveze uporedo s generisanjem prihoda, kontribucijom zaposlenosti, upravljanjem kulturnim integritetom i zaštitom temeljnih ekoloških procesa i biološkog diverziteta (“Made in BC” Innovation in Sustain. Tourism, 2009).

Turizam utiče na fizionomiju (izgled), funkcionalnost i namjenu, kao i na održivost prostora. Reflektuje se pozitivno i/ ili negativno na prirodne i antropogene komponente životne sredine, odnosno u konačnici dovodi do specifičnog preobražaja environmenta. Turizam značajno mijenja ekonomski i životni standard, te stil života rezidenata (lokalne zajednice), ali utiče i na svakog pojedinca uključenog u turističke tokove: domaćina, lokalca i putnika- gosta.

Hall i Page ističu problem geografije turizma u uočavanju korištenja prostora od masovnog i selektivnog turizma. Geografija turizma i rekreacije mora da odgovori kako iskoristiti i zaštititi prostor pod sve većim pritiskom masovnih kretanja u turističkim destinacijama, pogotovo što su predviđanja da će se taj trend nastaviti i u narednim decenijama. Pošto je turizam svjetski proces, otvara mnoga prostorna pitanja važna za razvoj ove djelatnosti (pitanja globalizacije, kulturna i politička dešavanja i njihov uticaj na razvoj turističkih regija, uticaj elementarnih katastrofa i klimatskih promjena na turizam). Pošto turizam nije samo ekonomska djelatnost, već i važan društveni proces koji bitno utiče i na ponašanje ljudi, kako prema prirodi, tako i prema drugim ljudima, domaćinima i posjetiocima, to struktura istraživanja ove oblasti zahvata i problematiku ponašanja ljudi u turističkim regijama i destinacijama. Zato geografska proučavanja obuhvataju odnos prema prirodnim i antropogenim turističkim resursima u područjima gdje se razvija turizam (Šečibović, Žunić, 2008).

G. Kreag (2001) ističe da impakti turizma na zajednicu još nisu u potpunosti shvaćeni i pretežno se misli na ekonomske impakte, poslove i taxe, iako je rang impakata turizma („pozitivnih“ i „negativnih“) puno širi i može se podijeliti u 7 kategorija: ekonomski, environmentalni, sociološki i kulturološki, kongestija, usluge, taxe, stavovi zajednice.

K. Košić navodi da je uticaj turizma kompleksnog karaktera i da turizam preinačuje ekološki, socio-kulturni i ekonomski okvir nekog prostora. Proučavanja ekološkog preobražaja uglavnom naglašavaju promjene koje turizam realizuje na prirodu i ekosisteme nekog predjela. Socio-kulturne promjene uključuju analize kako turizam mjenja lokalne ljude, njihovu kulturu i životni stil, dok ekonomska istraživanja pokazuju kako turizam preinačava ekonomsko-privredni potencijal destinacije (Košić, 2012).

U turizmološkoj literaturi je uobičajeno da se ukupni impakti-efekti turizma na životnu sredinu, bilo pozitivni ili negativni, kategorišu kao:

- „socio-kulturni“ (materijalni i nematerijalni; lokalno stanovništvo, infrastruktura, obrazovanje, kultura, saradnja, kvalitet i standard života);
- „ekonomski“ (prihodi, zaposlenost, inostrana razmjena i zarada);
- „environmentalni- ekološki“ (zrak, voda, habitat i živi svijet, te zaštićena područja)

Tab.3. Hall & Page koncept uticaja turizma na životnu sredinu

Vrste uticaja	Pozitivni	Negativni
<i>Ekološki</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj novih usluga - Unapređenje lokalne infrastrukture - Zaštita nasljeđa - Menadžment strategija broja posjetilaca 	<ul style="list-style-type: none"> - Narušavanje životne sredine - Promjene u prirodnim ciklusima - Degradacija arhitekture - Narušavanje nasljeđa - Prekomjeren broj turista - Promjene u staništima divljeg svijeta
<i>Socio-kulturni</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Porast nivoa lokalnog učešća u aktivnostima i dešavanjima - Jačanje regionalnih vrijednosti i tradicije 	<ul style="list-style-type: none"> - Komercijalizacija aktivnosti koje mogu biti personalne prirode - Promjena prirode događaja i aktivnosti radi zadovoljenja turističkih potreba - Promjene u strukturama stanovništva - Isključenost lokalnog stanovništva iz dešavanja
<i>Ekonomski</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Povećanje izdataka - Mogućnost zaposlenja - Porast u radnoj podršci - Porast životnog standarda - Porast investicija 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokalna inflacija - Nerealne cijene nekrentnina - Nemoću provlačenju turista - Bolja alternativna ulaganja - Odliv novca u veće centre - Neadekvatn procjena troškova turističkog razvoja

(Izvor: Košić, 2012)

Uvažavajući Włodarczyk-ijev koncept kognitivnih sfera geografskog i turističkog prostora (2014), kategorije „socio-kulturni“ i „ekonomski“ impakti turizma dio su „antroposfere“ i podsfera (*tehnosfera, sociosfera i noosfera*), dok je kategorija "environmentalni" impakti turizma vezana za „geosfere“ (priroda na Zemlji). U literaturi se pod stavkom „environmentalni impakti

turizma“ primarno obrađuju direktni i indirektni efekti turizma na prirodne komponente životne sredine (zrak, voda, habitat i živi svijet; zdravlje), pa je to praktično sfera „*ekološkog environmenta turističke sredine*“ („prirodni/ ekološki impakti turizma“ vs. „antropogeni“/ „socio-kulturni“ i „ekonomski“).

Potrebno je napomenuti da je geografski sadržajni koncept environmenta (*kako je ranije pojašnjeno*) ipak kompleksniji, jer nije definiran samo prirodnom sredinom, već u interakciji prirode i društva i zbirnim posljedicama njihovog uzajamnog djelovanja.

Sa tradicionalnog (*klasičnog*) geografskog aspekta, uzimajući u obzir geografsku kompleksnost i komponentnost environmenta, te uvažavajući integritet geografske, životne i turističke sredine, ukupni impakti turizma na životnu sredinu mogu se kategorički predstaviti kao:

➤ Pozitivni i/ ili negativni impakti turizma na:

a) *fizičko-geografske komponente environmenta:*

- reljef i tlo
- zrak
- voda
- biljni i životinjski svijet
- čovjek (zdravlje)

b) *društveno-geografske komponente environmenta:*

- čovjek/ stanovništvo, lokalno stanovništvo (LZ)
- naselja i infrastruktura: saobraćaj, komunalna, komplementarna, tematska-turistička i dr.
- privreda: BDP/pc i prihodi, zaposlenost, inostrana razmjena i dr.

III ZAŠTITA ENVIRONNEMENTA I ODRŽIVI TURIZAM

3.1. IUCN, zaštićena područja (ZP) i održivi turizam

Briga o prirodi danas više nije samo lokalna stvar, jer je kroz saradnju sa određenim međunarodnim institucijama i svemirski monitoring podignuta na globalni nivo.

Dalmatin et al. navodi da se prvi organizovani počeci brige za očuvanjem prirode javljaju kod njemačkih šumara, koji se zalažu kod austro-ugarskih vlasti 1868. da se zaštite životinje korisne za poljoprivredu. Potom slijedi niz akcija i konferencija, npr. poljoprivredni kongres u Beču (1873), koji se bavio zaštitom ptica i inicirao ostale događaje u Evropi. Početkom 20.st. pokreću se ideje i inicijative za proglašenje zaštićenih područja, npr. međunarodna konferencija u Bernu (1913) sa fokusom na zaštitu prirodnih pejzaža i učesćem predstavnika 17 zemalja. Prva međunarodna zajednica „Međunarodni ured za zaštitu prirode“ osnovan je 1928. u Briselu, kako bi se uskladili naponi na tom polju bez obzira na državne granice. Na Londonskoj međunarodnoj konferenciji o zaštiti flore i faune (1933) pokrenute su brojne inicijative za otvaranje zaštićenih prirodnih rezervata i proglašenje nacionalnih parkova, pa su tako nastali: u Kongu, Čileu (1931), Argentini (1934), Ekvadoru (1935) (Dalmatin, Drešković, Đug, 2008).

Međutim, ipak treba skrenuti pažnju da su prva realna zaštićena područja proglašena u Njemačkoj još 1820., kao i to da je prvi i najstariji nacionalni park na svijetu „*Yellowstone National Park*“, osnovan 1. marta 1872., kada je američki predsjednik Ulysses S. Grant potpisao Zakon o zaštiti navedenog NP. Neki noviji, ali malobrojniji izvori, navode da je *Bogd Khan Uul National Park* u Mongoliji zakonski utemeljen kao najstariji nacionalni park (1783).

Konvencija o zaštiti prirode usvojena je u Vašingtonu (1940), a IUCN je izradio prvi atlas prirodnih rezervata u svijetu- „*Posljednja pribježišta*“ (1956).

IUCN (*The International Union for Conservation of Nature/* Internacionalna unija za zaštitu prirode) je partnerska unija komponovana od vladinih i građanskih organizacija (1948, Francuska). Okuplja iskustva, resurse i preko 1400 organizacija članica iz preko 170 zemalja i „input“ ili zalaganje preko 18.000 eksperata. Ova raznolikost i ogromna stručnost čine IUCN globalnim autoritetom za status svijeta prirode i mjere potrebne za njegovu zaštitu (Službeni portal IUCN). IUCN ima za cilj uspostavljanje odnosa i saradnje između država i međunarodnih organizacija, koje se bave zaštitom prirode i prirodnih resursa, kao i pitanjima vezano za nacionalne parkove i druga ZP, stvaranje definicija, nomenklatura, načina upravljanja zaštićenim područjima i dr. (Dalmatin et al., 2008). IUCN kroz zajedničke projekte saraduje sa brojnim komisijama i organizacijama: Međunarodna komisija za nacionalne parkove ICNP (*International Commission on National Parks*), Svjetski fond za očuvanje prirode/ ili divljine WWF (*World Wildlife Fund*), Ujedinjene nacije obrazovnih, naučnih i kulturnih organizacija UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), Ujedinjene nacije za održavanje međunarodnog mira i sigurnosti (UN), Međunarodna organizacija za prehranu i poljoprivredu FAO (*Food and Agriculture Organization of the United Nations*) i dr. IUCN je nosilac nekoliko ključnih internacionalnih ekoloških sporazuma, uključujući Konvenciju o biološkom diverzitetu/ *the Convention on Biological Diversity* (CBD), Konvencija o internacionalnoj razmjeni ugroženih vrsta/ *the Convention on International Trade in Endangered Species* (CITES), Konvencija svjetskog nasljeđa/ *the World Heritage Convention*, i Ramsarska konvencija o močvarama/ *the Ramsar Convention on wetlands*.

IUCN je, kao vodeća snaga u razvoju zaštite prirode, razvio sistem/ ili koncept od sedam kategorija zaštićenih područja Ia,b-VI (*tabela ispod*). „Ovaj koncept podrazumijeva ekološku konzervaciju, naučna istraživanja i održivi razvoj. Upravljanje ZP ima za cilj da pokaže da se ekološka konzervacija prirodnih resursa može koristiti za podsticanje održivog razvoja, koji je zasnovan na

rezultatima naučnih istraživanja. IUCN zagovara da svaka zemlja treba zaštititi najmanje 10% svoje teritorije u okviru različitih kategorija zaštite“ (Dalmatin et al., 2008).

Tab.4. IUCN kategorični sistem zaštićenih područja

Kat.	Naziv	Definicija/ opis	Upotreba/ upravljanje
Ia	Strogi rezervat prirode	Striktno ZP biodiverziteta i mogućih geoloških/ geomorfoloških obilježja, gdje su ljudske posjete, upotreba i impakti strogo kontrolisani i ograničeni kako bi se osigurala protekcija zaštićenih vrijednosti	Nužno referentno područje za naučna istraživanja i monitoring; zaštita reg., nacionalnih ili globalnih izvanrednih i ranjivih ekosistema, vrsta i/ili geodiverziteta koji su formirani uglavnom ili u potpunosti neljudskim silama
Ib	Područje divljine	ZP uglavnom neizmijenjena ili blago izmijenjena, zadržavaju svoj prirodni karakter i uticaj, bez stalne ili značajnije ljudske habitacije	Radi očuvanja prirodnog stanja i zaštite dugoročnog ekološkog integriteta koji nije utjecan značajnijim ljudskim aktivnostima, bez moderne infrastrukture i sa dmnt. prirodnim silama i procesima, tako da sadašnje i buduće generacije imaju mogućnost iskusiti takva područja
II	Nacionalni park	Velika prirodna ili skoro prirodna područja sa zaštitom ekstenzivnih ekoloških procesa, zajedno sa karakterističnim komplementom vrsta i ekosistema, koja omogućavaju temelj za ekološki i kulturološki kompatibilne duhovne, naučne, obrazovne, rekreativne i posjetiteljske mogućnosti	Zaštita prirodnog biodiverziteta zajedno sa pratećim ekološkim strukturama i procesima, i radi promocije obrazovanja i rekreacije
III	Spomenik prirode ili	Uglavnom mala ZP specifičnog prirodnog	Zaštita specifičnih izvanrednih prirodnih

	obilježja	monumenta: reljefni oblik, morska pl., podmorska kaverna/ pećina, geološko obilježje npr. pećina ili čak živuće obilježje npr. reliktno drvo i sa velikom posjetiteljskom vrijednosti	obilježja i povezanih biodiverziteta i habitata
IV	Područje upravljanja staništem/ vrstama	ZP određenih vrsta ili staništa, uz potencijalne regularne, aktivne intervencije radi adresiranja zahtjeva određenih vrsta ili održavanja staništa	Održavanje, konzervacija i restauracija vrsta i staništa
V	Zaštićeni pejzaž (kopneni/ morski)	ZP u kojima su interakcija ljudi i prirode proizvela distinktivni karakter sa signifikantnom ekološkom, biološkom, kulturnom i pejzažnom vrijednosti i gdje je čuvanje integriteta ove interakcije vitalno za zaštitu i održivost područja i njegove povezane prirodne konzervacije i drugih vrijednosti	Zaštita i održavanje važnih pejzaža i povezane prirodne konzervacije i drugih vrijednosti, koje su kreirane u interakciji ljudi kroz tradicionalne prakse upravljanja
VI	ZP sa održivom upotrebom prirodnih resursa	Velika ZP koja konzervišu ekosisteme i staništa zajedno sa povezanim kulturnim vrijednostima i tradicionalnim sistemima upravljanja prirodnim resursima; veći dio teritorije je u prirodnom stanju, sa održivim upravljanjem i malom ne-industrijskom upotrebom prirodnih resursa, kompatibilno sa zaštitom prirode	Zaštita prirodnih ekosistema i održiva upotreba prirodnih resursa, kada konzervacija i održiva upotreba mogu biti obostrano korisne

(Autor²⁰)

²⁰ Bazirano na podacima IUCN- tabelarno obrađeno i jezički prilagođeno

Međutim, novi trendovi koje nameću IUCN i najveće sile u svijetu jesu da se poveća procenat zaštićene teritorije na 30% (tzv. „moderni trend“ i „novi standard“):

- *G7 lideri* (Kanada, Francuska, Njemačka, Italija, Japan, UK i SAD) podupiru zaštitu i konzervaciju 30% planete;
- *Joe Biden*- aktuelni predsjednik SAD slijedi cilj od 30% zaštite do 2030.;
- EU se obavezuje na zaštitu 30% kopna i mora u okviru novog Biodiverzitetnog akcionog plana.

Definicija ZP:

ZP je jasno geografski definiran prostor koji je prepoznat i posvećen postizanju dugoročne konzervacije prirode- sa pridruženim ekosistemskim uslugama i kulturnim vrijednostima- i upravljano je kroz legislativne i druge efektivne mjere (IUCN).

ZP može uključivati bilo koje područje mora, jezera, rijeka ili kopna , koje je identifikovano kao važno za konzervaciju prirode i upravljano sa tom svrhom. Važno je znati da se ZP razlikuju po pitanju ograničenja stepena ljudske aktivnosti u njima. Neka ZP dozvoljavaju industriju, ekstenzivnu poljoprivredu ili ribolov unutar svojih granica, dok druga zabranjuju te aktivnosti (EEA).

Pored osnovnih IUCN kategorija ZP, treba dodati i *Ramsarska vlažna područja- močvare*, koje su definisane čl.1. Ramsarske Konvencije kao područja močvara, tresetišta ili voda, bilo prirodnih ili vještačkih, stalnih ili privremenih, sa vodom koja je statična ili tekuća, slatka, slankasta ili slana, uključujući područja morske vode dubine koja pri niskoj plimi ne prelazi 6 m, a prema čl.2., priobalne i obalske zone pri močvarama mogu biti inkorporirane u područja formirana za inkluziju na Internacionalnu listu, kao i tijela morske vode preko 6 m pri niskoj plimi, naročito onda kada su važna kao staništa ptica močvarica. Zatim, IBA područja značajna za život i migracije ptica i biodiverzitet/ *Important Bird and Biodiversity*

Areas (osnovana od međunarodne organizacije „BirdLife International“, partner sa IUCN), kojih ima preko 13.000 u svijetu.

ZP objedinjuju široki varijetet prirodnih i semi-prirodnih environmenata. Historijski, imaju mnoge forme, od sakralnih lokaliteta autohtonih zajednica do srednjovjekovnih lovnih rezervata, pa sve do modernih nacionalnih parkova I prirodnih rezervata. Ove različite forme reflektuju različite potrebe zbog kojih su ova područja utemeljena (EEA).

Evolucija ZP je primarno rezultat 2 glavna faktora:

- I. Prvi faktor je *status/ vlasništvo* ili *menadžment ZP*. Historijski, ZP su obično bila pod dominacijom vlasti, koja ih je koristila za vlastite beneficije. Ali od početka 19.st., ZP počinju da se razvijaju od strane privatnih udruženja koja podstiču parcelaciju zemljišta. U 20.st., status ZP počinje se mjenjati, jer moderna država preuzima vlasništvo na dobrobit građana;
- II. Drugi glavni faktor determiniše *karakter ZP*, odnosno razlog zašto je ono vrijedno da bude zaštićeno. U ranoj historiji Evrope, ZP bila su vrednovana ili za igre ili kao drveni resursi. Ali krajem 16 . i početkom 17.st., prirodna ljepota počinje dobivati prednost nad iskorištavanjem resursa. Krajem 19. i početkom 20.st., logika zaštite područja je postala naglašena. Intrizična (unutrašnja) vrijednost prirode naglasila je potrebu brige o estetskim vrijednostima. Nakon II svjetskog rata, fokusiranost na intrizičnu vrijednost podstiče novu brigu- značaj upravljanja biodiverzitetom u ZP (EEA Report 5/2012).

Koncept ZP u Evropi je postojao hiljadama godina u obliku područja koja su korištena za duhovne i religijske svrhe. Međutim, prvo formalizirano ZP nastalo je u feudalnoj eri, kada se odvojio dio zemljišta za lov i divlje igre (sportove). Kada je osvajač *William the Conqueror* stigao u Britaniju sa sjevera Francuske

1066. i postao kralj Engleske, donio je praksu kreiranja lovnih šuma za njega. U 1087.-oj, William je formalno (službeno) proglasio dio sadašnjih New Forestas kao “game-keeping forest” (šuma za čuvanje divljači/ ili za lov). Ovom aktivnošću, uveden je princip kartiranja zemljišta za određenu namjenu i zaštitu, uključujući kaznene mjere za one koji nisu poštivali zakonske odredbe u vezi sa ZP. Legislativa zaštite lovnih i kraljevskih šuma od ilegalnog iskorištavanja uvedena je širom Evrope u 15.st. S druge strane, početkom 16.st. šume u Osmanskom carstvu štíćene su radi čuvanja drvnih resursa za brodogradnju, itd.

U 17. i 18.st. uvode se mješoviti vrtovi sa elementima divlje prirode i rijetkim ljudskim dizajnom na posjedima bogatih u Engleskoj, dok su u Francuskoj bili popularni visoko formalizirani dizajnirani vrtovi. Pejzažni vrtovi naglašavali su prirodnu ljepotu, što je bilo podstaknuto entuzijastičkim evropskim romantizmom, koji je 1819. doveo do toga da je njemački romantista, prirodoslovac i istraživač Aleksandar von Humboldt uveo termin “spomenik prirode”, za područje koje bi zbog svoje ljepote trebalo biti zaštićeno. Ostatak 19.st. obilježio je razvoj brojnih civilnih organizacija, koje naglašavaju svrhu zaštite prirodnih ljepota.

Prva prava ZP deklarirana su u Njemačkoj 1820., nakon čega je uslijedilo kreiranje ZP širom Austro-Ugarskog carstva (današnja Slovenija i Češka). Tokom 19. i 20.st. osnovane su brojne privatne i državne organizacije za zaštitu prirode, naročito na području UK, Holandije i Švicarske: *The National Trust* (1895) i *Society for the Promotion of Nature Reserves* (1912) u Engleskoj, *Society for preservation of nature monuments* (1905) u Holandiji i dr. „Gammelmosen“ blizu Kopenhagena (Danska) proglašeno je kao ZP za naučna proučavanja u okviru *Royal Resolution* (1844). Iza toga, ZP the „Fontainebleau Forest“ blizu Pariza (Francuska) (1853), itd.

Tokom ranog 20.st. nastala je nova ideja ZP kao “nacionani park” (NP). Koncept NP bio je utemeljen u 19.st. u *Sjevernoj*

Americi, gdje su velike parcele nerazvijenog zemljišta zaštićene od ljudske eksploatacije ili habitacije (stanovanja). Tako su evropske zemlje započele eksperimentisati sa kreiranjem NP unutar njihovih kolonija (npr. u Africi), koje su imale slične geografske uslove sa zemljama Novog svijeta. Nacionalni parkovi su prvo kreirani po modelu malih, privatnih ZP u 19.st. Porast popularnosti *US-inspirativnog NP (Yellowstone)* stavio je pod pritisak Njemačku da osnuje slične NP-ove, pa je fondacija *Nature Park Society* (1909) planirala kreiranje parkova u *Alpima, the Central Uplands* i na sjeveru Njemačke *Geest region*, ali su uglavnom bili u privatnom vlasništvu i upravljanju.

Prva zemlja koja je zakonski utemeljila NP u državnom vlasništvu bila je Švedska (1909) i iza nje Švicarska (1914). Osnivanje NP u državnom vlasništvu poprimilo je značajnije razmjere nakon I svjetskog rata: Španija (1918), Italija (1922), Island (1929), Poljska (1936), Finska i Grčka (1938).

U Njemačkoj i Italiji, te Austriji, tokom ranog 20.st. fokus je na odgovornostima vlade za zaštitu prirode, a zvanično po uvođenju "*Reich Nature Protection Act*" (1935). Do 1940., preko 800 područja je proglašeno ZP temeljeno na navedenom aktu. Čak i nakon II Svjetskog rata do 1970. je na snazi- više ili manje modifikovan- kao "kičma" konzervacije prirode u Austriji i Njemačkoj. Današnja čuvena austrijska ZP, npr. "*Rhinedelta'at Lake Constance*" / Delta Rajne Bodenskog jezera, važno područje za migracije ptica, ili "*Karwendel Mountains*" najveći planinski lanac sjevernih krečnjačkih Alpa u Tirolu, imaju korijene svoje zakonske utemeljenosti po "*Reich Nature Protection Act*".

Trend osnivanja prirodnih rezervata nastupio je nešto kasnije u odnosu na NP od 1916. u Finskoj, ali je prvi i najstariji zakonski deklarisan- proglašeni prirodni rezervat radi zaštite flore i faune "*Letea Forest u delti Dunava*" (1938) u Rumuniji i možda jedno od najstarijih ZP u Istočnoj Evropi.

Nakon II Svjetskog rata, IUCN od 1948. promoviše konzervaciju prirode širom svijeta i od 1969. formalno uvodi termin “nacionalni park”. Poslijeratni period iskusio je veliki porast u broju ZP. Na globalnoj skali, preko 80% svjetskih ZP utemeljeno je od 1962., kada je održan “*the World Parks Congress*”. U Evropi raste oboje: broj državnih ZP i veličina njihove teritorije. U povodu komemoracije 100 godišnjeg postojanja NP, EUROPARC je objavio knjigu “*Living Parks: 100 Years of Protected Areas in Europe*” (2009).

Do 1970., ZP su viđena kao nezavisna od njihovog kopnenog ili vodenog okruženja, kao izolirani “dragulji krune”. Sociološke beneficije su uglavnom razmatrane u nekompatibilnosti sa ciljevima ZP, jer su pokušaji da se zaštićena područja usmjere prema ostvarivanju društvenih i ekonomskih koristi uveliko smatrani kompromitirajućim ciljevima očuvanja prirode i pejzaža.

Ali od početka 1970-ih, ove konstelacije uvjerenja o svrsi ZP i načinima upravljanja se mijenjaju. Planeri ZP počinju obznanjivati značaj LZ i prepoznate vladine modele upravljanja, zatim potrebu za sistematičnijim i komprehensivnijim dizajniranim mrežama ZP, aplikacijom novih ideja na brzorastućem polju planiranja konzervacije/ zaštite. ZP počinju biti shvaćena kao društvene forme kojima se upravlja radi koristi LZ, obično u partnerstvu sa društvenim naučnicima, LZ i drugim stekholderima. U isto vrijeme, upravljanje ZP počinje biti otvoreno- dostupno novim partnerima, uključujući nevladine organizacije. Ovo je dovelo do formiranja novih oblika ZP kao “javno-štićena područja”.

Ove promjene nastavljaju oblikovati savremenu politiku ZP. Savremeni pristupi usmjereni su na ZP kao kritične komponente u životnim sistemima podrške, i očekuje se da omoguće više nego ikada prije umjesto samo proste zaštite biodiverziteta ili staništa ili utočišta vrsta. Sada se posmatraju kao „nodusi“ environmentalne reziliscencije (otpornosti), omogućavajući ljudima i divljini da adaptiraju impakte klimatskih promjena, mitigirajući (ublažavajući)

klimatske promjene kroz skladištenje i sekvestraciju ugljika. ZP se također oslanjaju na pružanje tzv. “ekosistemskih usluga”: dobra i proizvodi koje ekosistem omogućava kao što su čista voda, termoregulacija i dostupnost hrane. ZP također treba da omoguće domaćinu (hostu) sociološke beneficije, ne samo održivost zajednica *u* i *oko* njihovih granica, već signifikantnom kontribucijom u realizaciji ciljeva *the UN's Millennium Development Goals*. Očekuje se da imaju veći ekonomski impakt, ne samo generisanjem prihoda za realizaciju vlastitih operativa, već i jačanjem lokalne i državne privrede kroz turizam i skromnu ponudu šumskih proizvoda, ribe i drugih resursa, ali i regulisanje vodosnabdijevanja. Ipak, iako rastu ekonomski impakti ZP, ne treba zaboraviti da je fundamentalni razlog njihovog postojanja zaštita intrizične vrijednosti.

Tab.5. Phillips-ov model izmijenjene percepcije zaštićenih područja

	Do 19.st. ZP bila su:	Od 21.st. ZP su:
Ciljevi	<ul style="list-style-type: none"> - Osnovana radi zaštite - Utemeljena uglavnom radi zaštite spektakularne divljine i pejzaža - Upravljanja uglavnom za turiste i posjete - Vrednovana kao divljina (priroda) - O zaštititi 	<ul style="list-style-type: none"> - i radi socio-ekonomskih beneficija - radi naučnih, ekonomskih i kulturnih razloga - i u konsultacijama sa lokalcima - kulturna vrijednost “prirode” - i o restauraciji i rehabilitaciji
Vlada	<ul style="list-style-type: none"> - Centralna vlada 	<ul style="list-style-type: none"> - Mnogi partneri
Lokalni ljudi	<ul style="list-style-type: none"> - Planirana i upravljana protiv ljudi - Upravljana nezavisno od lokalnog mišljenja 	<ul style="list-style-type: none"> - Upravljana <i>sa, za</i> i u određenim slučajevima <i>od strane LZ</i> - U skladu sa potrebama lokalaca
Širi kontekst	<ul style="list-style-type: none"> - Razvijana separativno - Kreirana kao “ostrva” 	<ul style="list-style-type: none"> - Planirana kao dio nacionalnog, reg. i internacionalnog sistema - Razvijana kao “mreže” (striktna ZP, buferisana/ tamponirana i povezana zelenim koridorima)

Percepcije	– Državno vlasništvo – Isključivo državna briga	– Zajedničko (javno, komunalno) vlasništvo – Internacionalna briga
Manadžment tehnike	– Reaktivno i kratkoročno – Tehnokratično	– Adaptivno i dugoročno – Sa političkim konsideracijama
Finansije	– Plaćeni porezni obaveznik	– Plaćeno iz mnogih izvora
Manadžment vještine	– Upravljanje od strane prirodnih naučnika i prirodnih eksperata – Stručno vođenje	– Od strane multidisciplinarnih pojedinaca – Zasnovano na lokalnom znanju

(EEA Report 5/2012)

Menadžment režimi ZP uveliko variraju, kako se vidi i iz tabele. Neka ZP baštine aktivnosti kao što su lov ili ekstrakcija prirodnih resursa, dok su za druga ZP, ljudske aktivnosti dio njihovog identiteta i čak neophodne za upravljanje i restauraciju ugroženih vrsta i habitat. Participacija i uključivanje ljudi je ključni faktor za utemeljenje i upravljanje ZP-jima (European Environment Agency).

Rezimirajući prethodne navode, nakon II Svjetskog rata, glavna uloga ZP je da štite biodiverzitet, dok od 1970-ih, potenciran je mješoviti pristup, po kome su ZP sagledana kao:

- a) kritične komponente održivosti životnih sistema,
- b) repozitorij biodiverziteta, i
- c) potencijalni izvor ekonomskog bogatstva, pod uslovom održive upotrebe.

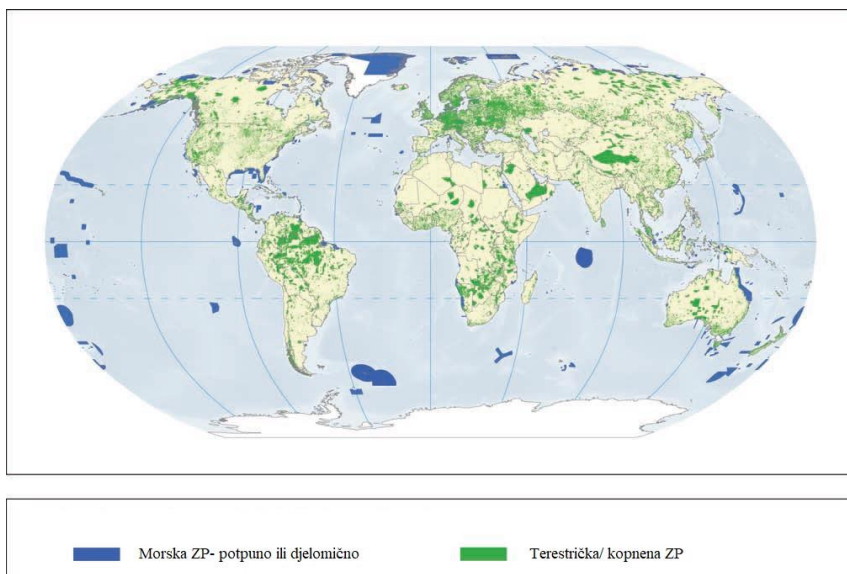
Tako raste sociološka i ekonomska vrijednost ZP, koja postaje prepoznata od društva, jer ljudi postaju svijesni ekosistemskih usluga koje pružaju ZP pod prezervacijom biodiverziteta. Ove usluge uključuju čistu vodu, regulaciju temperature, opskrbu hrane i estetsku vrijednost (EEA).

Tab.6. Vrijednosti ZP

Vrsta vrijednosti- kategorija	Indikatori
<i>Socio-ekonomske</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Poslovi – Proizvodnja – Kapacitet izgradnje – Vlasti
<i>Sociološke (socio-kulturne)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Vrijednost nasljeđa – Rekreativna upotreba – Naučna i obrazovna upotreba – Zdravlje i kvalitet života
<i>Ekološke (environmentalne)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Usluge- proizvodi ekosistema – Zaštita od prirodnih hazarda – Usluge od zaštićenih vrsta – Biodiverzitet- genetičko nasljeđe

(EEA Report 5/2012)

Posljednje stoljeće je obilježio veliki porast u broju ZP i ukupnoj površini koja je dobila protekcion status (EEA). U svijetu ima 202.467 ZP, koja pokrivaju skoro 20 miliona km² ili 14.7% svjetskog kopna, uključujući Antarktiku. Blizu 15% Zemljinog kopna i 10% teritorijalnih voda je pokriveno nacionalnim parkovima i drugim ZP; pokrivenost morskih ZP porasla je za 300% u posljednjoj deceniji, ali 8 od 10 ključnih biodiverzitetnih područja širom svijeta nema potpunu zaštitu. Zemlje *Latinske Amerike* i *Karibi* štite najveći udio njihove zemlje oko 5 miliona km², a pola od toga otpada na Brazil, koji ima najveći sistem ZP u svijetu od oko 2,5 miliona km². *Bliski Istok* ima najmanju stopu ZP oko 3%, što je ekvivalent sa oko 119.000 km². Posljednju deceniju je obilježio značajan progres u zaštiti svjetskog okeana. Veličina morskih ZP porasla je sa preko 4 miliona (2006) na oko 15 miliona km² (2016), te pokriva 4% okeana na Zemlji, što je skoro jednako veličini Rusije (IUCN i UN Environment's World Conservation Monitoring Centre).



**Karta 3. Pregled ZP u svijetu prema WDPA²¹, IUCN i UNEP²²- WCMC²³
(Autor²⁴)**

Na karti svijeta su prikazana kopnena/ terestrička ZP i morska/ marinska ZP, cijela ili djelomično stavljena pod zaštitu. Sa karte se jasno vidi da Evropa prednjači sa udjelom ZP, a zatim Latinska Amerika, prije svega Južna Amerika, a prevashodno Brazil i dr. Zaštićenost kopna je veća od marinske akvatorije u omjeru 15:10%.

Evropska politika ZP je uglavnom produkt inicijative iz 2 glavna izvora: *the United Nations Convention on Biological Diversity/ Konvencija UN o biodiverzitetu* i EU. Nekoliko instrumenata promoviše kreiranje ZP kroz posebne odluke kao što su Ramsarska konvencija, *World Heritage Convention/ Konvencija Svjetske baštine*, UNESCO program “Čovjek i biosfera”.

²¹ WDPA- *The World Database on Protected Areas/ Svjetska baza podataka o ZP*

²² UNEP- *UN Environment Programme*

²³ WCMC- *World Conservation Monitoring Centre*

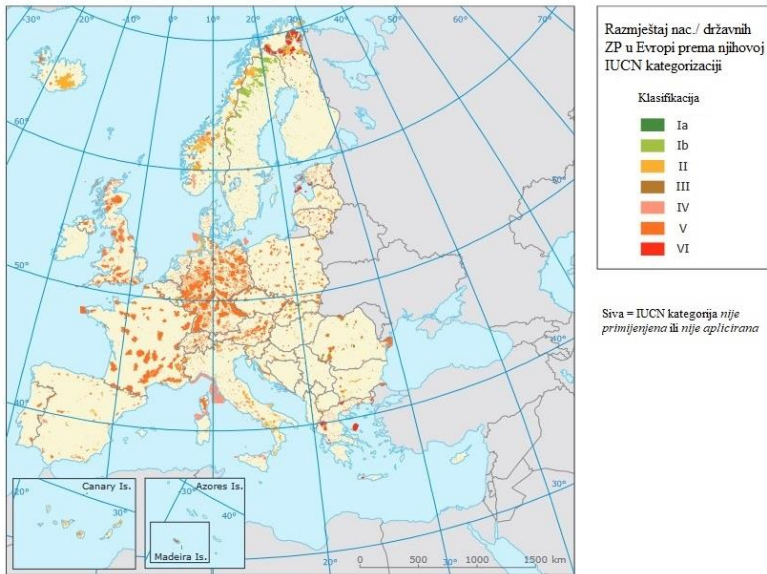
²⁴ EEA Report 5/2012- *jezički prilagođeno*

Na pan-evropskom nivou, *the Convention on the Conservation of European Wildlife and Natural Habitats*/ Konvencija o konzervaciji evropske divljine i prirodnih staništa (Bern konvencija) također je dovela do dizajniranja ZP (*Emerald Network*/ Smaragdna mreža).

Na evropskom nivou, nekoliko direktiva je naročito važno za kreiranje ZP: *the Birds Directive* i *the Habitats Directive*. Kako je Evropska Unija takođe potpisnica Bern konvencije, *the Natura 2000 network* je u praksi kontribucija EU u Emerald Network.

EU strategija biodiverziteta 2020 je glavni politički okvir za EU akcije u vezi sa proširivanjem biodiverzitetnih ciljeva. Prvi cilj strategije nalaže kompletiranje i dobro upravljanje sa *Natura 2000* mrežom. Centralizovane informacije o evropskom biodiverzitetu-politike, podaci i procjene- uključujući buduće informacije o implementaciji navedene strategije i sl., dio su informacionog sistema o biodiverzitetu Evrope/ *the Biodiversity Information System for Europe* (BISE).

Areal i broj terestričkih ZP u Evropi rastao je tokom vremena, sa najvećim porastom tokom recentnih decenija. ZP pokrivaju 26% EU kopna (2020), a cilj je legalizirati protekcionni minimum od 30%. Sa preko 120.000 lokaliteta u 52 zemlje, *Evropa* važi za region sa najvećim udjelom zaštićenih područja u svijetu. Veličina ZP je uveliko varijabilna, krećući se u rangu od pojedinačnog drveta do 97 miliona hektara na području Grenlanda. Međutim, 95% ZP ima površinu manju od 1000 ha, što je posljedica velikog pritiska na upotrebu zemljišta za poljoprivredu, saobraćaj i urbani razvoj Evrope (European Environment Agency).



**Karta 4. Razmještaj/ distribucija nacionalnih- državnih ZP u Evropi
prema njihovoj IUCN kategorizaciji
(Autor²⁵)**

Prema karti ZP u Evropi, evidentno je da je najzastupljenija IUCN kategorija IV (ZP kojim se upravlja uglavnom zbog zaštite kroz upravljačke intervencije) sa najvećim brojem ove kategorije zaštićenih područja u 39 EEA zemalja sa ukupno 36.552 sajtova ili preko 55%, dok je po površini teritorije najveća IUCN kategorija V (ZP kojim se upravlja radi zaštite pejzaža i rekreacije) sa preko 500.000 km² i zaprema oko 50% u ukupnom sistemu ZP Evrope.

ZP su rekreativni sajtovi i nukleusi turističkih posjeta, a s obzirom na zakonsku utemeljenost, režim zaštite i kontrolu upravljanja, oni su ujedno nodusi ili jezgre održivog turizma. Ekoturizam je turizam u zaštićenim područjima (IUCN), zasnovan je prvenstveno na prirodi, a uključuje i ruralne i kulturne elemente turizma (Košić, 2012), odnosno „ekoturizam su sve prirodno-bazirane forme turizma u kojima je glavna motivacija turista

²⁵ EEA Report 5/2012- jezički prilagođeno

opservacija i poštivanje prirode, kao i tradicionalnih kultura koje preovladavaju u prirodnim područjima“ (UNWTO). Iako je „ekoturizam“- turizam u ZP - fundamentalni oblik održivog modela turističkog razvoja, postoje i drugi „alternativni“ oblici turizma, koji su karakteristični po malim razmjerima, lokalnoj skoncentrisanosti i kontrolisanim operativama (radnjama), i smatraju se održivim (ruralni, agroturizam, obrazovni, volonterski i sl.). Ekoturizam uključuje glavne elemente: ZP kao glavna odredišta, jer su fokusi ekoturizma usmjereni na doživljavanje prirode; aktivnosti u prirodi (učenje i istraživanje, uživanje i rekreacija); konzervacija sa upravljanim posjetama u malim grupama, učešćem lokalaca i minimalnim uticajima na životnu sredinu; šira obrazovna uloga (lokalci, turisti, operateri i dr.).



Sl.6. NP Plitvička jezera, najpopularniji nacionalni park Hrvatske (EU), sa 1,8 miliona posjetitelja u 2019.

(Autor)

Prema definiciji Federacije prirode i Nacionalnih parkova, održivi turizam su svi oblici razvoja turizma, upravljanja i aktivnosti, koji dovode do očuvanja životne sredine, društvenog i ekonomskog integriteta i blagostanja prirodnih, izgrađenih i kulturnih resursa u neprekidnom trajanju. Ratz daje definiciju Turističkog koncerna i WWF, prema kojoj održivi turizam djeluje u granicama prirodne sposobnosti za obnavljanje i buduću produktivnost prirodnih resursa; prepoznaje doprinos koji ljudi i zajednice, običaji i životne navike imaju na turistički doživljaj; prihvata da ti ljudi moraju imati pravičan udio u ekonomskoj koristi od turizma i vođen je željama LZ u receptivnim oblastima (Košić, 2012).

Prema WTO, održivi turizam bi trebalo da:

- 1) Učini optimalnim korištenje resursa životne sredine, koji čine ključni element razvoja turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnog nasljeđa i biodiverziteta
- 2) Poštuje socio-kulturnu autentičnost zajednica domaćina, štiti njihovo izgrađeno i savremeno kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti i doprinosi razumijevanju i toleranciji između kultura
- 3) Obezbjedi održivo dugoročno poslovanje stvarajući društveno-ekonomske koristi, koje se pravedno raspodjeljuju na sve interesne grupe, uključujući stabilno zaposlenje, mogućnosti za sticanje prihoda i socijalno staranje za zajednice domaćina, kao i doprinoseći smanjenju siromaštva (Košić, 2012).

Stojanović navodi da planiranje turizma treba da uskladi svoj razvoj sa kapacitetima životne sredine. Turistički razvoj se mora voditi pažljivo osmišljenom politikom, koja ne smije biti odraz želje za profitom, već bazirana na idealima i principima ljudskog blagostanja i sreće, što znači da je problem planiranja turizma u tijesnoj vezi sa održivim razvojem. K. Košić navodi da održivi

turizam zahtjeva učešće svih relevantnih interesnih grupa i jako političko vođstvo kako bi se obezbijedilo šire učešće, kao i sadržajno iskustvo i visoki nivo zadovoljstva turista, kod kojih treba razvijati ekološku svijest i praksu djelovanja (Košić, 2012).

Leung et al. (IUCN) navode da dobro isplaniran turizam, prvenstveno „ekoturizam“, donosi brojne koristi/ beneficije za lokalce koji žive u blizini zaštićenih područja. Povećanje kvalitete i standarda života se može postići kroz brojne inicijative, uključujući unapređenje infrastrukture i telekomunikacija, edukaciju i trening, zdravstvenu zaštitu. Turizam u zaštićenim područjima promoviše održivi razvoj kroz valorizaciju lokalne umjetnosti i radinosti i kulture, kao i valorizacijom lokalnih ambijentalnih lokaliteta/ motiva i divljeg svijeta; svi zajedno su inicijalni motivatori koji generišu turizam u tom području na prvom mjestu. Ekoturizam podstiče i jača lokalnu zajednicu kroz razvijanje vještina i podršku vlasti. Ekoturistička infrastruktura promoviše lokalnu radinost radi povećanja lokalnih prihoda i zaposlenosti. Turizam može biti mehanizam zdravstvene koristi, društvene infrastrukture i lokalnog razvoja kod daljinskog upravljanja zaštićenim područjem.

Dalmatin navodi da su za razvoj koncepta ekoturizma neophodni definirani ciljevi koje želimo postići:

- Doprinos očuvanju biodiverziteta
- Ostvarenje dobiti lokalnog stanovništva
- Tumačenja i učenje u prirodi
- Odgovorno djelovanje na strani turista i turističke privrede
- Razvoj turizma usmjerenog ka malim grupama od strane malih firmi
- Postizanje najmanje moguće potrošnje neobnovljivih resursa
- Naglašeno lokalno sudjelovanje, vlasničke i poduzetničke mogućnosti, posebno za seosko stanovništvo.

Postizanje punog koncenzusa na relaciji „resursi-uprava-lokalno stanovništvo“ moguće je pokrenuti koncept održivosti zaštićenog područja.

Praktična iskustva u razvoju strategije održivosti, definirana su i kroz Agendu 31, koja govori o zadovoljavanju nekoliko preduslova:

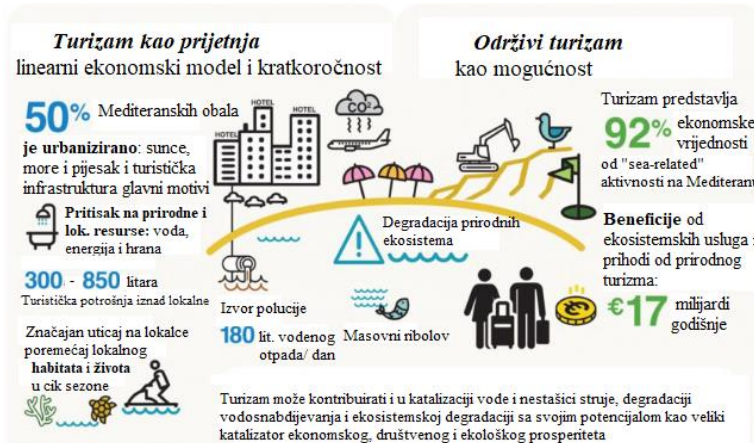
- a) Razviti specijalizirani marketing kako bi se privukli turisti koji su prvenstveno zainteresirani za posjetu prirodi
- b) Razviti upravljačke sposobnosti koje su prilagođene postupanju sa posjetiocima u zaštićenim oblastima prirode
- c) Razviti vodičke usluge i usluge tumačenja, poželjno pružanje od strane lokalnog stanovništva, koje su usmjerene prema pitanjima historije, prirode i održivog razvoja
- d) Kreirati politike lokalne administracije koje određuju prihode od turizma za stvaranje fondova za zaštitu prirode i za održivi razvoj LZ
- e) Fokusirati se na lokalno stanovništvo, kojem treba biti dato pravo na davanje saglasnosti za razvoj turizma na bazi prethodne informisanosti, pravo punog sudjelovanja, ako oni tako odluče, davanje sredstava i osiguranje obuke da bi iskoristili prednosti ovakve opcije održivog razvoja (CCI, Sarajevo, 2007)

Savremeni aktuelni naponi razvijenog svijeta i međunarodnih organizacija (IUCN i dr.) da povećaju udio ZP na 30%, jasno odražavaju tendencije pozitivnog razvoja ekoturizma u svijetu, za koji se u literaturi navodi da je najbrže rastući u turističkoj industriji, a upravo ZP su prava adresa realizacije brojnih održivih aktivnosti:

- | | |
|-------------------------|----------------|
| - Foto safari | - Rafting |
| - Gledanje ptica | - Paraglajding |
| - Posmatranje životinja | - Biciklizam |
| - Kanu safari | - Skijanje |

- Jahanje
- Rekreacija i wellness
- Pješačenje
- Ekoturizam
- Prirodni turizam
- Vjerski turizam
- Ruralni turizam
- Kulturni turizam
- Zdravstveni turizam
- Naučni turizam
- Obrazovne ture
- Meditacija u šumi
- Volonterstvo

Bez obzira da li se radi konkretno o turizmu u ZP ili o bilo kojoj drugoj formi turizma, potrebno je da se turistički razvoj bazira na ekološkim principima koliko god je to moguće, jer bi se savremena turistička destinacija morala ozbiljnije posvetiti sveobuhvatnoj analizi turističkih impakata, pozitivnih i negativnih, te shodno tome tražiti moduse održivog upravljanja i održivog razvoja turizma. Košić (2012) navodi da sve turističke aktivnosti- bilo da se usko vezuju za odmor, biznis, konferencije ili sajmove, zdravlje, avanture ili ekoturizam- treba da imaju za cilj održivost. To znači da se planiranje i razvoj turističke infrastrukture, njeno dalje poslovanje i marketing trebaju fokusirati na ekološke, društvene, kulturne i ekonomske kriterijume održivosti.



Shema 5. Održivi turizam vs. masovni (morski) turizam

(Autor²⁶)

²⁶ IUCN model održivog turizma- jezički prilagođeno

3.2. UNESCO i svjetska baština

UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*) je međunarodna organizacija za uspostavljanje mira kroz međunarodnu saradnju na polju obrazovanja, nauke i kulture. UNESCO programi kontribuiraju u postignućima održivih razvojnih ciljeva definiranih u Agendi 2030, usvojenih na generalnoj skupštini UN 2015.

Tokom II Svjetskog rata (1942), vlade evropskih zemalja, koje su se suočavale sa njemačkim fašistima, sastale su se u Londonu na Konferenciji CAME (*Conference of Allied Ministers of Education/ Konferencija pridruženih ministara obrazovanja*), tražeći načine da obnove obrazovni sistem. Pridružile su se SAD i dr. Po završetku rata (1945), na UN Konferenciji za uspostavljanje obrazovne i kulturne organizacije (ECO/CONF) okupili su se predstavnici 44 zemlje, koji su odlučili stvoriti organizaciju koja će gajiti kulturu mira i "intelektualnu i moralnu solidarnost čovječanstva". UNESCO danas ima 193 zemlje članice i 11 pridruženih članova.

UNESCO-a razvija obrazovne alate i pristupe kvalitetnom obrazovanju, promoviše kulturno nasljeđe i dostojanstvo svih kultura, te jača veze među nacijama. UNESCO podstiče i jača naučne programe i politike kao platforme za razvoj i saradnju, te pomaže zemljama da adaptiraju internacionalne standarde i upravljaju programima koji podstiču protok ideja i razmjenu znanja. UNESCO je expertiza za brojne oblasti: obrazovanje, prirodne nauke, okeanografiju, društvene i humanističke nauke, kulturu, komunikaciju i informacije, gender politika, Afrika, a primarni cilj je ujedinjavanje ljudi kroz obrazovanje, kulturu i nauku.

UNESCO ostvaruje saradnju sa brojnim međunarodnim institucijama širom svijeta u javnom i privatnom sektoru: IUCN, ICOMOS, ICCROM i dr. (javni); National Geographic, IRIS, SEABOURN, Google Cultural Institute i dr. (privatni).

Konvencija o svjetskoj baštini (UNESCO, 1972)/ *The World Heritage Convention* povezuje zajedno u jedan dokument koncepte konzervacije (zaštite) prirode i prezervacije (očuvanja) kulturne baštine. Konvencijom su utvrđeni načini na koje ljudi ostvaruju interakciju sa prirodom, kao i fundamentalne potrebe da se očuva ravnoteža između njih. Najznačajnija karakteristika „Konvencije o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine“ je zajednička povezanost koncepta zaštite prirode i očuvanja kulturnih dobara. Konvencija definira vrstu prirodnih ili kulturnih dobara koje se mogu uzeti u obzir za upis na Listu svjetske baštine, a utvrđuje dužnosti država članica u identifikaciji potencijalnih dobara i njihovoj ulozi u zaštiti i očuvanju lokaliteta. Potpisivanjem Konvencije, svaka zemlja preuzima obavezu da će očuvati ne samo dobra svjetske baštine koja se nalaze na njenoj teritoriji, već i da zaštititi svoju nacionalnu baštinu.

Težeći implementaciji UNESCO Konvencije (1972), na području Bosne i Hercegovine djeluje Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika (2001), kao institucija koja donosi odluke o proglašenju pokretnih i nepokretnih dobara nacionalnim spomenikom, na osnovu Pravilnika o kriterijima vrednovanja, podjeli i kategorizaciji nacionalnih spomenika, i učestvuje u aktivnostima i poslovima međunarodne saradnje u oblasti zaštite nacionalnih spomenika:

- zastupanje interesa Bosne i Hercegovine u vezi sa potpisivanjem i provođenjem međunarodnih konvencija;
- rješavanje spornih pitanja od zajedničkog interesa za Bosnu i Hercegovinu i druge države, odnosno međunarodne organizacije;
- odlučivanje o kandidaturi nacionalnih spomenika za upis na Listu svjetske baštine (UNESCO) i Listu 100 najugroženijih spomenika (WMW) i sl.;
- saradnju s INTERPOL-om, drugim međunarodnim organizacijama i državama u slučajevima nestanka pokretnih nacionalnih spomenika;

- pitanja procedure za izvoz pokretnih nacionalnih spomenika i davanja garancija za njihovu zaštitu u slučaju privremenog izvoza;
- davanje koncesija stranim državljanima za istraživanja koja se odnose na nacionalne spomenike;
- osiguranje sredstava iz donacija za finansiranje rada Komisije i zaštitu nacionalnih spomenika;
- angažman stranih eksperata za potrebe Komisije.

Nacionalni spomenici (po predmetu pravne zaštite) su:

- 1) *Pokretno dobro/ prenosivi predmeti* (arheološki nalazi i iskopine; antikviteti- oruđe i oružje, grnčarija, natpisi, kovanice, pečati, nakit; predmeti vezani za historiju, kulturu i religiju i dr.; umjetnički predmeti; manuskripti (rukopisi), knjige i specijalni dokumenti, te video-zapisi; namještaj, odjeća i muzički instrumenti; zoološki, botanički i geološki uzorci; prevozna sredstva starija od 75 godina)
- 2) *Nepokretno dobro* (pojedinačne ili grupe građevina, umjetnički i arheološki spomenici, graditeljske, arheološke i kulturno-historijske cijeline i kompleksi, tradicionalne urbane i ruralne zone, memorijalni lokaliteti)
- 3) *Kulturni krajolici/ specifična dobra* (kulturni pejzaži, historijski gradovi i gradski centri, rute kulturnog naslijeđa)
- 4) *Serijska dobra* (karakteristična za određeno geografsko područje, unutar jedne zemlje ili više zemalja, koje može sadržavati više historijskih građevina, graditeljskih cjelina ili područja koja pripadaju istom kulturno-historijskom korpusu i vrsti naslijeđa)

Kategorije nacionalnih spomenika su:

1. Nacionalni spomenici od univerzalnog značaja u BiH;

2. Nacionalni spomenici od izuzetnog značaja za BiH;
3. Nacionalni spomenici od velikog značaja za BiH;
4. Nacionalni spomenici od značaja za Bosnu i Hercegovinu.

Nacionalni spomenici od univerzalnog značaja u Bosni i Hercegovini su nacionalni spomenici od izuzetnog značaja za Bosnu i Hercegovinu, koji ispunjavaju uslove definirane u Operativnom vodiču UNESCO-a, te su upisani na UNESCO Listu svjetskog naslijeđa po jednom od sljedećih kriterija koje je precizirao UNESCO (UNESCO Operational guidelines):

- predstavlja remek-djelo ljudskog kreativnog genija;
- prikazuje važnu razmjenu ljudskih vrijednosti, kroz vremenski period ili unutar svjetskog kulturnog područja, o razvojemima u arhitekturi ili tehnologiji, monumentalnim umjetnostima, urbanom planiranju ili dizajnu krajolika;
- nosilac je jedinstvenog ili barem izuzetnog svjedočanstva kulturnoj tradiciji ili civilizaciji, živoj ili nestaloj;
- izuzetan je primjer tipa građevine, arhitektonskog ili tehnološkog ansambla ili krajolika koji ilustrira značajnu fazu/faze ljudske historije;
- izuzetan je primjer tradicionalnog ljudskog naselja, upotrebe zemljišta ili upotrebe mora koja je reprezentativna za kulturu/e, ili ljudsku interakciju sa okolišem, naročito kada postaje ranjiva pod utjecajem nepovratne promjene;
- direktno je ili materijalno u vezi sa događajima ili živućim tradicijama, idejama ili vjerovanjima, umjetničkim i književnim djelima od izuzetnog univerzalnog značaja (Komitet smatra da bi bilo najbolje koristiti ovaj kriterij u sprezi sa drugim kriterijima.);
- sadrži vrhunske prirodne fenomene ili područja izuzetne prirodne ljepote i estetskog značaja;
- ističe se kao primjer koji predstavlja značajnu fazu historije Zemlje, uključujući zapise o životu, značajne tekuće

geološke procese u razvoju reljefnih oblika, ili značajnih geomorfnih ili fiziografskih odlika;

- izuzetan je primjer koji predstavlja značajne ekološke i biološke procese u razvoju kopnenih, slatkovodnih, priobalnih i morskih ekosistema i zajednica biljaka i životinja;
- sadrži najznačajnija prirodna staništa za in-situ konzervaciju biološke raznolikosti, uključujući one koji sadrže ugrožene vrste od izuzetne univerzalne vrijednosti sa gledišta nauke ili konzervacije, su dobra od univerzalnog značaja u Bosni i Hercegovini (KONS).

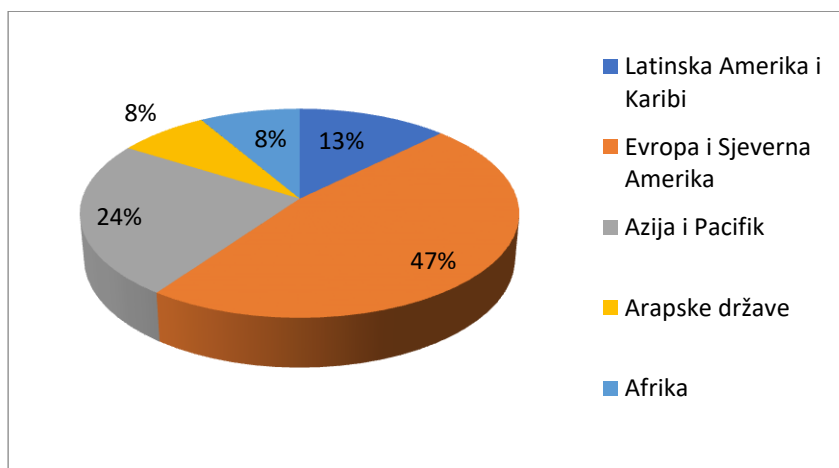
Savremena lista Svjetske baštine obuhvata: 1154 dobra, 43 transnacionalna, delistiranih (uklonjenih s popisa) 52, ugroženih 897, kulturnih 218, prirodnih 39 i mješovitih 167.

Tab.7. Broj dobara UNESCO-ve svjetske baštine po regionima (2021)

Region	Kult	Natur	Mix	Σ	%	Zemlje
Lat. Amerika i Karibi	100	38	8	146	12.65	28
Evropa i Sj. Amerika	468	66	11	545	47.23	50
Azija i Pacifik	195	70	12	277	24	36
Arapske države	80	5	3	88	7.63	18
Afrika	54	39	5	98	8.49	35
Ukupno	897	218	39	1154	100	167

(WHS²⁷, UNESCO)

²⁷ WHS- World Heritage Sites- sajтови/ mjesta i/ ili dobra svjetske baštine



Grafikon 4. Struktura udjela UNESCO baštine po regionima
(Autor²⁸)

Prema tabeli i dijagramu strukture upisanih dobara na UNESCO-vu listu, Evropa i Sjeverna Amerika čine blizu polovine ukupne svjetske baštine preko 47%, a najmanje učešće imaju Arapske države oko 8%.

Prema tematici upisanih dobara: šume, more i obale, gradovi, kulturni pejzaži- značajno prednjače “gradovi”, a zatim kulturni pejzaži, šume i mora i obale.

U strukturi ugrožene svjetske baštine, Arapske zemlje imaju dominantno učešće od 40%, pa Afrika 29%, Azija i Pacifik i Latinska Amerika i Karibi podjednako 12%, a najmanje Evropa i Sjeverna Amerika 8%. Ovakvi podaci upućuju na saznanje da je stepen ugroženosti veći u regionima sa nižim socio-ekonomskim statusom, mada i zbog slabije svijesti lokalnog stanovništva o zaštiti životne sredine, kao i mogući nemar vlasti i lokalaca zajedno po pitanju racionalnog odnosa prema prirodnim i kulturnim dobrima na principima održivog razvoja.

²⁸ Prema podacima WHC, UNESCO

Zemlje sa najvećim brojem sajtova UNESCO-ove svjetske baštine su: Italija, Kina, Njemačka, Španija, Francuska, Indija, Meksiko, UK, Rusija i Iran, dok je „najbogatiji“ grad UNESCO-ovom baštinom- sa najvećim brojem zaštićenih i upisanih dobara na *World Heritage List*- Kordoba (centar Kordoba provincije, region Andaluzije, južna Španija). Kordoba tzv. „*grad svijetla*“ je jedan od najstarijih španjolskih gradova koji je osnovan kao rimsko naselje prije nego su ga osvojili Vizigoti (zapadni Goti) i kasnije Omejidski (muslimanski) halifat tokom 8.st., a bila je najveći grad u Evropi u 10.st. i prvi grad u svijetu sa četiri UNESCO sajta u 2018. (Historijski centar Kordoba i Velika džamija, Medina Azahara, Patios Festival).

Kao jedan od najpopularnijih i često puta nominiran kao „najljepši grad“ Evrope, uzima se Beč (Wien, Vienna)- barokni grad, tzv. „*grad muzike*“ (klasicizam i romantizam), sa čuvenim UNESCO sajtovima: „Historijski centar Beča“ i „Schönbrunn-Palata i vrtovi“:



Sl.7. Belvedere palata (muzej) sa vrtovima je tipični barokni kompleks, UNESCO Svjetska kulturna baština- historijski centar Beča (Autor)

3.3. Pravci zaštite naslijeđa i održivi turizam u Bosni i Hercegovini

Naslijeđe je opći i zajednički pojam kao ukupnost prirodnog i kulturnog naslijeđa nekog mjesta, zemlje, regije ili svijeta. „*Kulturno naslijeđe* predstavlja historiju, tradiciju i kvalitete koje jedna zemlja ili društvo ima mnogo godina i koji su smatrani važnim za njihov karakter. *Prirodno naslijeđe* su svi živi organizmi, ekološke zajednice, ekosistemi, i prirodna područja koja naslijeđujemo i ostavljamo budućim generacijama“ (Oxford).

Fukarek navodi da je zaštita prirode u Bosni i Hercegovini je započela u drugoj polovini 19.st. zaštitom određenih vrsta lovne divljači. Prvo zvanično zaštićeno područje u Bosni i Hercegovini je uspostavljeno u junu 1954. godine, u JZ dijelu zemlje, u slivu potoka Perućica. Samo dva mjeseca nakon toga, u augustu 1954. godine, *Nacionalni institut za zaštitu kulturnih spomenika i prirodnih rijetkosti Narodne Republike Bosne i Hercegovine* na osnovu „Zakona o zaštiti kulturnih spomenika iz 1947. godine“ je zaštitio Prokoško jezero na planini Vranici kao prirodnu rijetkost. Prvi nacionalni park– Sutjeska je uspostavljen 1969. godine, a Perućica je postao nukleus ovog područja (Jamaković, 2019).

Zakonski okvir za zaštitu životne sredine u Bosni i Hercegovini čine Ustav BiH, Ustav FBiH, Ustav RS, Statut Brčko distrikta. Prema Dejtonskom mirovnom sporazumu, odgovornost u oblasti zaštite životne sredine imaju entitetske vlade i vlada Distrikta (Dalmatin et al., 2008). Na temelju Ustava Bosne i Hercegovine, upravljenje okolinom (okolišem, životnom sredinom) nije institucionalizirano na nivou države, nego je u okviru organizacione strukture vlada entiteta koje imaju ministarstva koja se bave problematikom okoliša (Udruženje Zeleni Neretva).

U Federaciji BiH nadležnost po pitanju zaštite okoliša najvećim dijelom pripada Federalnom ministarstvu turizma i okoliša, ali i drugim institucijama:

- Federalno ministarstvo prostornog uređenja,
- Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva,
- Federalno ministarstvo energetike, rudarstva i industrije,
- Federalni zavod za geologiju,
- Federalni meteorološki zavod,
- J.P. za Vodno područje slivova rijeke Save,
- J.P. za Vodno područje slivova Jadranskog mora;

U Republici Srpskoj nadležnost uglavnom pripada Ministarstvu za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologiju, ali i drugim institucijama:

- Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede,
- Ministarstvo privrede, energetike i razvoja,
- Republički hidrometeorološki zavod,
- Institut za ekologiju, zaštitu na radu i zaštitu od požara (Banja Luka),
- Pravna lica koja su dobila licencu za obavljanje djelatnosti iz oblasti okoliša;

U distriktu Brčko politika zaštite okoliša je u direktnoj nadležnosti Vlade Distrikta preko sektora za komunalne djelatnosti i sektora za poljoprivredu i šumarstvo.

U FBiH je dio odgovornosti upravljanja okolišem i u nadležnosti kantonalnih ministarstava. Poslove zaštite prirode iz nadležnosti kantona vrši kantonalno ministarstvo nadležno za poslove okoliša (Udruženje Zeleni Neretva). Organizacijska provedba zakonskih odredbi odvija se preko zajedničkog Međuentitetskog tijela (od 2006.) koje „usvaja izvještaje i definiše politiku na nivou države Bosne i Hercegovine, a bavi se i pitanjima međunarodnih sporazuma i programa, učesća u saradnji sa međunarodnim organizacijama, koordinaciji primjene i donošenja zakonskih akata i dr.“ (Dalmatin et al., 2008). Prema Zakonu o ministarstvima i upravi BiH, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa

BiH je odgovorno (u saradnji sa entitetskim ministarstvima) za izvršavanje međunarodnih okolinskih obaveza na području BiH. Zakonom o ministarstvima i drugim tijelima uprave BiH (Službeni glasnik BiH br. 5/03) se ovom ministarstvu daje između ostalog “nadležnost za prirodne resurse, energetiku i okoliš”.

Međunarodni sporazumi iz oblasti zaštite životne sredine kojima je pristupila Bosna i Hercegovina su:

- Konvencija o prekograničnom zagađivanju zraka na velikim udaljenostima - 1994.
- Protokol uz Konvenciju o prekograničnom zagađivanju zraka na velikim udaljenostima iz 1979. godine, o dugoročnom finansiranju programa saradnje za praćenje i procjene prekograničnog prenosa zagađujućih tvari u zraku na velike daljine u Evropi (EMEP) -1994.
- Bečka konvencija o zaštiti ozonskog omotača - 1994.
- Montrealski protokol o supstancama koje oštećuju ozonski omotač (izmjene i dopune) - 2003.
- Okvirna Konvencija Ujedinjenih nacija o klimatskim promjenama - 2000.
- Međunarodna konvencija o zaštiti biljaka - 2003.
- Konvencija (UN) o biološkoj raznolikosti - 2002.
- Konvencija o močvarama od međunarodne važnosti, osobito kao stanište ptica močvarica- 2001.
- Konvencija o uspostavljanju Organizacije za zaštitu evropskih i mediteranskih biljaka -2005.
- Konvencija o pomoći u slučaju nuklearne nesreće ili radiološke katastrofe - 1994.
- Konvencija o ranom obavještanju o nuklearnim nesrećama - 1994.
- Konvencija o saradnji na zaštiti i održivoj upotrebi rijeke Dunav (Konvencija o zaštiti rijeke Dunav) – 2004.
- Konvencija o zaštiti Sredozemnog mora od zagađivanja - 1978.

- Protokol o zaštiti Mediterana od zagađivanja sa kopna - 1998.
- Protokol o posebno zaštićenim područjima i biološkoj raznolikosti Mediterana - 1998.
- Protokol o sprječavanju zagađenja Sredozemnog mora potapanjem otpadnih i drugih tvari s brodova i aviona - 1998.
- Protokol o saradnji u borbi protiv zagađenja Sredozemnog mora naftom i drugim štetnim tvarima u slučajevima opasnosti - 1998.
- Međunarodna konvencija o sprečavanju zagađivanja mora naftom - 1994.
- Međunarodna konvencija o zaštiti od zagađivanja sa brodova - 1994.
- Konvencija o sprečavanju zagađivanja mora otpacima i drugim tvarima - 1995.
- Bazelska konvencija o nadzoru prekograničnog prometa opasnog otpada i njegovom odlaganju - 2000.
- Konvencija UN o suzbijanju desertifikacije u zemljama pogođenim jakim sušama i/ili dezertifikacijom, posebno u Africi - 2002.
- Kyoto Protokol - 2007;
- Konvencija o pristupu informacijama, sudjelovanju javnosti u donošenju odluka i pristupu pravosuđu u okolišnim pitanjima (Arhuska konvencija) - 2008;
- Konvencija o međunarodnoj trgovini ugroženim vrstama divlje flore i faune - 2008;
- Protokol o biološkoj sigurnosti unutar Konvencije Ujedinjenih naroda o biološkoj raznolikosti – 2008. (Udruženje za zaštitu okoline Zeleni Neretva- Konjic)

Dokumenti koji dodatno naglašavaju segment okoliša na nivou Bosne i Hercegovine su: NEAP BiH (Nacionalni akcioni plan za zaštitu okoliša BiH), NAP BiH (Nacionalni akcioni plan za zaštitu

Mediterana), Federalna strategija zaštite okoliša (2008), Strategija biološke i pejzažne raznolikosti BiH (2008), te Strategije zaštite okoliša na nivou kantona i opština. Međunarodno preuzete konvencije i direktive: Direktiva o staništima (EU Habitats Directive 92/43/EEC), Direktiva o pticama (Council Directive 79/409/EEC), Konvencija o biološkoj raznolikosti (2002), imaju dodatnu težinu u pozicioniranju zaštite prirode u odnosu na druge segmente života (Dalmatin et al., 2008).

NEAP BiH (2003) ima za cilj identifikaciju kratkoročnih i dugoročnih prioritetnih akcija i mjera koje pružaju osnovu za pripremu dugoročne strategije zaštite okoliša u skladu sa socio-ekonomskom i političkom situacijom u Bosni i Hercegovini. Ključni element NEAP-a je opsežna analiza stanja okoliša po tematskim područjima (zrak, voda, zemljište, šume, otpad, prostor, ekonomija, biodiverzitet, zdravlje i demografija, pravni i institucionalni okvir). Kriteriji kod određivanja prioriteta su: uticaj zagađenja okoliša na ljudsko zdravlje i ekosisteme; socio-ekonomski značaj; obaveze i dužnosti po osnovu prihvaćenih međunarodnih sporazuma. Multidisciplinarno su obrađena poglavlja: vodna dobra i otpadne vode, održivi razvoj ruralnih područja, okolišno upravljanje, zaštita biodiverziteta i pejzaža, upravljanje otpadom, ekonomija, zdravstvo i deminiranje. Provedbenim planom NEAP-a predstavljeno je stanje okoliša unutar navedenih poglavlja i predložene su mjere koje će biti usmjerene prema najvažnijim okolišnim problemima, te definirane institucijske i tehničke potrebe, ažuriranje i nadzor NEAP-a. Za zaštitu biološkog i pejzažnog diverziteta, NEAP određuje skup ciljeva i mjera: priprema strategije i Nacionalnog akcionog plana (NAP) za balansirano upravljanje bio i geodiverziteta, priprema strategije i nacionalnih programa za zaštitu kulturnog nasljeđa, na osnovu principa ekološkog suživota, i priprema programa za odgovarajuću zaštitu od 15% teritorije Bosne i Hercegovine (Dalmatin et al., 2008).

Usvojeni set zakona o Zaštiti okoliša (2000-2003) na nivou Federacije BiH i RS je kompatibilan. Zakonska regulativa u zaštiti okoliša Bosne i Hercegovine (od 2003.) obuhvata:

- 1) Zakon o zaštiti okoliša, uključujući odredbe integrisanog okvira izdavanja okolišnih dozvola i popratne procedure (procjena uticaja na okoliš i sl.)
- 2) Zakon o zaštiti prirode
- 3) Zakon o zaštiti zraka
- 4) Zakon o upravljanju otpadom
- 5) Zakon o zaštiti voda
- 6) Zakon o Fondu za okoliš (Dalmatin et al., 2008).

Zakonom o zaštiti okoliša uređuju se:

- a) načela zaštite okoliša;
- b) zaštita sastavnica okoliša;
- c) nadležnost u oblasti zaštite okoliša;
- d) informiranje i obrazovanje o okolišu;
- e) pristup informacijama o okolišu i učešće javnosti u oblasti zaštite okoliša;
- f) planiranje zaštite okoliša;
- g) strateška procjena utjecaja na okoliš;
- h) uspostava standarda kvalitete okoliša;
- i) procjena uticaja na okoliš;
- j) okolišna dozvola;
- k) sprečavanje nesreća velikih razmjera;
- l) finansiranje zaštite okoliša;
- m) građanska odgovornost za štetu u okolišu;
- n) sistem eko-označavanja i upravljanja okolišem;
- o) međuentitetska saradnja u oblasti zaštite okoliša;
- p) upravni i inspekcijski nadzor
- q) prekršajne odredbe (Vlada Federacije BiH).

Ciljevi Zakona su:

- smanjeno korištenje, sprečavanje opterećivanja i zagađenje okoliša, sprečavanje narušavanja, kao i poboljšanje i obnova oštećenog okoliša;
- poboljšanje uslova okoliša, zaštita ljudskog zdravlja, uključujući pravo na zdrav život;
- očuvanje i zaštita prirodnih resursa, racionalno korištenje resursa i način privređivanja kojim se osigurava obnova resursa;
- usklađenost socijalnih, ekonomskih i drugih interesa Federacije BiH sa zahtjevima za zaštitu okoliša;
- ostvarivanje i unapređenje međunarodne saradnje u zaštiti okoliša;
- animacija javnosti i učešće javnosti u djelatnostima koje imaju za cilj zaštitu okoliša;
- koordiniranje privrede i integrisanje socijalnog i ekonomskog razvoja sukladno zahtjevima zaštite okoliša
- uspostavljanje i razvoj institucija za zaštitu i očuvanje okoliša (Zakon o zaštiti okoliša, Vlada Federacije BiH).

Nadležnost u oblasti zaštite prirode u Bosni i Hercegovini regulisana je na entitetskom nivou (Republika Srpska i Federacija Bosne i Hercegovine), te za Brčko distrikt. Osnovni zakonski akti na kojima se zasniva zaštita prirode, među kojima su kategorije zaštićenih područja, postupak zaštite i dr. su *Zakon o zaštiti prirode Federacije Bosne i Hercegovine* („Službene novine Federacije BiH“, broj 66/13), *Zakon o zaštiti prirode Republike Srpske* („Službeni glasnik RS“, broj 20/14) i *Zakon o zaštiti prirode Brčko distrikta BiH* („Službeni glasnik Brčko Distrikta BiH“, broj 24/04). Dio nadležnosti u oblasti zaštite prirode uređen je na državnom nivou i odnosi se na sprovođenje međunarodnih obaveza Bosne i Hercegovine (praćenje i koordinacija pripreme za zaključivanje i implementaciju međunarodnih sporazuma, koordinacija za projekte u saradnji s međunarodnim organizacijama, programima i fondovima, koordinacija saradnje sa institucionalnim strukturama u BiH, entitetima i Distriktu Brčko). Nadležnosti državnog nivoa pripadaju uglavnom Ministarstvu spoljnje trgovine i ekonomskih

odnosa Bosne i Hercegovine, a manjim dijelom Ministarstvu civilnih poslova (npr. UNESCO konvencija).

Zakonom o zaštiti prirode precizirani su ciljevi, mjere očuvanja prirode, planski dokumenti, informisanje javnosti, zaštita prirodnih vrijednosti i kaznene odredbe, dajući tako okvir za djelovanje i provedbu u praksu osnovnih načela i principa zaštite prirode (Dalmatin et al., 2008). Ovim Zakonom uređuju se uslovi i način obnove, zaštite, očuvanja i održivog razvoja pejzaža, prirodnih područja, biljaka, životinja i njihovih staništa, minerala i fosila i drugih komponenti prirode na teritoriji FBiH, nadležnosti tijela koja vrše poslove zaštite prirode, planiranje zaštite prirode, opće i posebne mjere za zaštitu prirode, planiranje finansiranja zaštite prirode i kazne za prekršaje za pravne i fizičke osobe (Federalno ministarstvo okoliša i turizma).

Zakon o zaštiti prirode usuglašen je sa:

- Direktiva o zaštiti staništa Council Directive 92/43/EEC) kojom su klasificirana „posebna područja za očuvanje staništa” SAC (The Special Areas of Conservation)
- Direktivom o pticama, (Direktiva o zaštiti divljih ptica Council Directive 79/409/EEC), „posebnih područja zaštite“ SPA (the Special Protection Areas)
- Konvencijom o biološkoj raznolikosti
- Konvencijom o međunarodnoj trgovini ugroženim vrstama divlje flore i faune (CITES)
- Konvencijom o zaštiti evropskih divljih vrsta i prirodnih staništa (BERN konvencija)
- Konvencijom o močvarama od međunarodne važnosti, osobito kao staništa ptica močvarica (RAMSAR konvencija)
- Konvencijom o zaštiti migratornih vrsta divljih životinja (BON konvencija)

Zaštita prirode provodi se očuvanjem biološke i pejzažne raznolikosti, te zaštitom prirodnih vrijednosti. Zakonom je definisano očuvanje biološke i pejzažne raznolikosti, očuvanje biološke raznolikosti šumskih ekosistema, krških ekosistema-speleološki objekata, vode i vlažnih staništa, tipovi staništa i ekološki značajna područja kao i Evropska ekološka mreža posebno zaštićenih područja- NATURA 2000. Zabrana introdukcije (unošenja) divljih vrsta/podvrsta, i zrada Studije o procjeni rizika introdukcije i reintrodukcije(ponovnog naseljavanja) na prirodu. Zaštita međunarodno zaštićenih vrsta, stroga zaštita životinjskih vrsta iz Dodatka IV i V Direktive o staništima, zaštita divljih ptica – jaja, gnijezda i staništa (Direktiva o zaštiti divljih ptica). Prekogranični promet zaštićenim divljim vrstama (CITES) unos, iznos, izvoz ili uvoz i unos s mora, ponovni izvoz vrsta/podvrsta, njihovih dijelova i derivata.

Držanje, uzgoj i trgovina divljim vrstama, posebna zaštita divljih vrsta/podvrsta, izrada Crvenih listi ugroženih divljih vrsta/podvrsta (biljne vrste, gljive i životinjske vrste), strogo zaštićene vrste/podvrste: mjere zaštite, zaštićene divlje vrste/podvrste: mjere zaštite, genetička raznolikost, autohtone odomaćene vrste/podvrste- naslijeđena biljna sorta ili životinjska pasmina kao rezultat tradicijskog uzgoja, uspostaviti genske banke, genetička raznolikost, autohtone odomaćene vrste/podvrste-naslijeđena biljna sorta ili životinjska pasmina kao rezultat tradicijskog uzgoja kao i uspostaviti genske banke, definisano je navedenim Zakonom (Federalno ministarstvo okoliša i turizma).

U skladu sa principima Konvencije o biološkoj raznolikosti, biodiverzitet BiH se temelji na raznolikosti gena, raznolikosti vrsta i raznolikosti ekosistema i pejzaža. Diverzitet vrsta odlikuje se najvišim stupnjem endemičnosti na prostoru Evrope i izuzetno visokim stupnjem pejzažne raznolikosti, u koju su integrirani i svi oblici geološke i biološke različitosti u najširem smislu. Bosna i Hercegovina je bogata biološkom raznolikošću, između ostalog, iz

razloga što pripada trima različitim geološkim i klimatskim regijama:

- *Meditranska regija,*
- *Eurosibirska-boreoamerička regija,*
- *Alpska-visokonordijska regija.*

Upravo na području BiH nalaze se brojni razvojni endemni centri, te centri reliktnosti - refugijumi tercijarne flore i faune, koja se upravo u specifičnim klimatskim uvjetima održala i do danas. Uzevši u obzir broj vrsta i relativno malu površinu zemlje, Bosna i Hercegovina spada među najbogatije zemlje u Evropi. Čak 30% ukupne endemične flore Balkana (1.800) vrsta se nalaze u BiH. BiH također raspolaze izuzetno visokim stepenom diverziteta biotopa. Tome doprinosi specifična orografija, geološka podloga, hidrologija i ekoklima (Udruženje Zeleni Neretva). Na području BiH registrirano je 1859 vrsta cijanobakterija i algi diferenciranih u 217 rodova. Floru vaskularnih biljaka čini 565 vrsta mahovina i oko 300 poznatih vrsta lišajeva. Faunu kičmenjaka čini 119 vrsta riba, 20 vrsta vodozemaca, 38 vrsta gmazova, 236 vrsta ptica i preko 85 vrsta sisara. Među navedenim oblicima 39 vrsta su endemi, a najveći stepen endemizma je među ribama i gmizavcima. Zasada istraženi fond gljiva iznosi 552 vrste. Zemlja ima preko 450 vrsta viših biljaka i preko 678 papratnjača i sjemenjača na različitom stepenu ugroženosti (Dalmatin et al., 2008). Geološka raznolikost predstavlja raznovrsnost formi stijena i njihovih konstituenata minerala, reljefa, hidrogeoloških oblika i drugih determinanti stvarnih i potencijalnih biotopa određenog prostora. Imajući u vidu površinu zemlje, te broj do sada utvrđenih geoloških rariteta, BiH spada u red najraznovrsnijih zemalja u Evropi. Iako pod izraženim antropogenim uticajem georaznolikost je još uvijek lokalno očuvana pa je treba staviti pod odgovarajući sistem održivog upravljanja. Kao posljedica koegzistencije i visokog nivoa interakcija između biološke i geološke raznolikosti, na čitavom

prostoru BiH je prisutan i visok stepen pejzažnih raznolikosti (Udruženje Zeleni Neretva).

Uvažavajući biogeografske i fizičko-geografske specifičnosti mogu se razlikovati slijedeći tipovi pejzaža:

- Mediteranski (Neum Klek)
- Submediteranski (donji tok Neretve, JI i JZ Hercegovina)
- Mediteransko-montani pejzaži (gornja Hercegovina- istočna i zapadna)
- Peripanonski (Posavina)
- Planinski pejzaži (srednja, istočna i zapadna Bosna) (Dalmatin et al., 2008; Udruženje Zeleni Neretva)

Poseban pečat unikatnosti prostoru BiH daju specifični pejzaži koji su karakteristični za ukupni diverzitet i prema kojima se vrši identifikacija ekosistema sa visokim prirodnim vrijednostima:

1. *Visokoplaninski pejzaži* sa dominacijom ekosistema planinskih livada ili rudina, planinskih točila ili sipara, pukotina stijena, bazofilnih treseta, te pretplaninskih ekosistema klekovine bora, bukve, munike, smrče i jele;
2. *Raznoliki i polidominantni pejzaži* u refugijumima Bosne i Hercegovine:
 - a) pejzaži reliktnih borovih šuma na dolomitima i ofiolitskoj zoni sa ekosistemima ilirskog bora, munike;
 - b) pejzaži reliktno-refugijalnih ekosistema u kanjonima i klisurama Une, Sane, Neretve, Bosne i Drine, u kojima je sadržan najveći diverzitet ekosistema, zajednica, staništa, vrsta, te geoloških formi;
3. *Močvarni pejzaži* (Hutovo Blato, Buško Blato, Bardača), planinska jezera Kupreške visoravni, Bjelašnice, Prenja, Čvrstice, Šatora, te močvarna planinska područja u obliku ostrva (Vranica, Zvijezda);

4. *Složeni ekosistemi kraških polja i polja u kršu* (Grahovsko, Livanjsko, Glamočko, Kupreško, Šuičko, Grudsko, Posuško, Dugo polje, Mostarsko blato, Ljubuško, Stolačko i zapadni dio Popovog polja sa hidrogeološkim i morfološkim fenomenom – pećinom Vjetrenicom).

Uspostavljanje zaštićenih područja u BiH (u skladu sa procjenom stanja prirodnih vrijednosti prema važećim aktima) podstaknuto je implementacijom Zakona o zaštiti prirode.

Do devedesetih godina prošlog vijeka, zaštićena područja u Bosni i Hercegovini su kategorisana u skladu sa Zakonom o zaštiti kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa, prema kome su postojale sljedeće kategorije zaštite:

- Nacionalni park
- Park prirode
- Regionalni park
- Opšti (strogi) rezervat prirode
- Posebni (specijalni) rezervat prirode
- Spomenik prirode
- Memorijalna prirodna dobra
- Spomenik oblikovane prirode (*Federalno ministarstvo okoliša i turizma*)

Tako je Prostornim planom Bosne i Hercegovine za period 1988-2000. godina bila predviđena zaštita 8.062 km² ili 15.03% teritorije države kroz integralni pristup (Institut za arhitekturu, urbanizam i prostorno planiranje Arhitektonskog fakulteta u Sarajevu, 1980). Do 1990. godine, u skladu sa Zakonom o zaštiti kulturnog, historijskog i prirodnog naslijeđa svega 0.55% teritorije Bosne i Hercegovine bilo je zaštićeno (253 područja – 28.127 ha) (NEAP Direktorat, 2013).

Međutim, kako tadašnja kategorizacija ZP nije kompatibilna sa savremenom IUCN kategorizacijom, to je IUCN kategorizacija

2003. godine uvrštena i u Zakon o zaštiti prirode Federacije BiH i Republike Srpske, i time je postala obavezujuća za buduću kategorizaciju zaštićenih područja u Bosni i Hercegovini. Tri kategorije se poklapaju: strogi rezervat prirode, nacionalni park i spomenik prirode. Pošto kategorija "parka prirode" i „regionalnog parka“ ne postoji po IUCN modelu, ona sada odgovara IUCN-V kategoriji „zaštićenih pejzaža“. Međutim, nisu uporedive kategorije: specijalni rezervat prirode, memorijalna prirodna dobra i spomenik oblikovane prirode (nesvrstano).

Zaštićena područja po Zakonu o zaštiti prirode (*SN FBiH broj 33/03*), čl.25. su:

- Zaštićeno područje prirode (Ia, Ib i IV kategorija IUCN-a);
- Nacionalni park (II kategorija IUCN-a);
- Spomenik prirode (III kategorija IUCN-a);
- Zaštićeni pejzaž: kopneni, morski, park prirode (V kategorija IUCN-a).

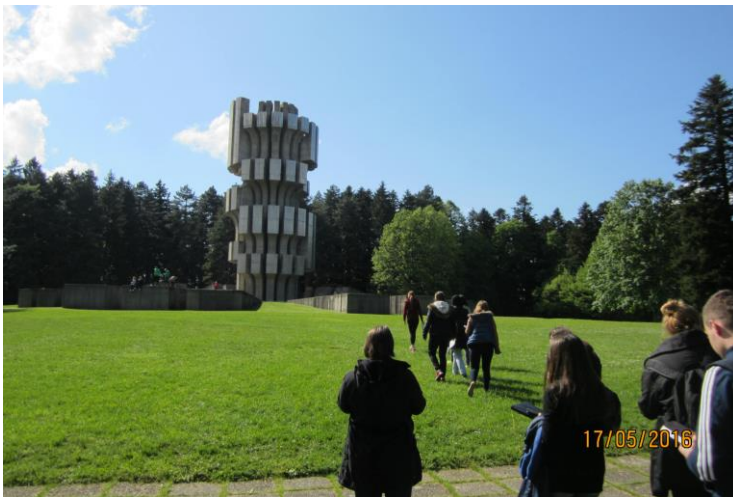
Prva i druga kategorija zaštićenih područja su u nadležnosti federalnih vlasti, dok su treća i četvrta u nadležnosti kantona na čijem području se nalaze.

„Rezultati analiza pokazuju da je u Bosni i Hercegovini zaštićeno 134.440.8 ha (1-344.4 km²). Ramsarska područja u Bosni i Hercegovini su: Hutovo blato – 1972, Ramsar Site Number 1105, Močvara Bardača – Februar, 2007, Ramsar Site Number 1658, te Livanjsko Polje april, 2008, Ramsar Site Number 1786“ (Jamaković, 2019).

Prva nova zaštićena područja zasnovana na IUCN kriterijima su uspostavljena u Kantonu Sarajevo. To su spomenici prirode „Vrelo Bosne“ i „Skakavac“, te zaštićeni pejzaž „Bijambare“ (Đug et al., 2008). U Hercegovačko-neretvanskom kantonu je uspostavljen park prirode „Blidinje“ 1995. godine, dok je u Srednjobosanskom kantonu osnovan spomenik prirode „Prokoško jezero“ 2005.

godine. U Zeničko-dobojskom kantonu uspostavljen je spomenik prirode Tajan (2008), a u tuzlanskom kantonu Zaštićeni pejzaž Konjuh 2009. godine. U maju 2008. godine je osnovan nacionalni park „Una“ kao prvi nacionalni park u FBiH (Dalmatin et al., 2008).

„U entitetu Republika Srpska postoji 21 zaštićeno područje ukupne površine 24.632 ha (Ljubojević, Marčeta, 2007). Ovdje se nalaze dva nacionalna parka: Kozara (3494.5 ha) i Sutjeska (17250 ha), kao i dva prašumska rezervata Janj (195 ha) i Lom (297.75 ha). Trenutno stanje ostalih zaštićenih područja je vrlo problematično, budući da se nalaze pod vrlo naglašenim antropogenim uticajem“ (Jamaković, 2019).



Sl.8. NP Kozara, Prijedor, Bosna i Hercegovina

(Autor)

„Prostorni plan Republike Srpske u svojoj prvoj fazi (1996-2015) je postavio vrlo ambiciozan cilj da zaštiti 15-20 % teritorije ovog entiteta uspostavom novih 11 nacionalnih parkova i 11 parkova prirode (Urbanistički zavod Republike Srpske, 2008; Kadić, Marković, 2006). Uprkos ovim intencijama čak su i postojeća zaštićena područja ugrožena. Npr. 12 rezervata Pančičeve

omorike (*Picea omorica* (Panč.) Willk.) površine 320 ha su ugrožena uslijed lošeg upravljanja i nedostatka odgovarajuće zaštite“ (Jamaković, 2019).

„Na osnovu podataka Federalnog ministarstva okoliša i turizma iz 2009. godine, teritorija pod zaštitom u Bosni i Hercegovini iznosi 2,20% (Federal Ministry of Environment and Tourism, 2009), što je svrstava u zemlje sa najmanjom formalnom zaštitom u Evropi. Već 2012. godine rezultati analize pokazali su da uprkos vrlo visokom nivou biološke raznolikosti, Bosna i Hercegovina je uspjela označiti samo 2,6% svog teritorija kao zaštićena područja, što je daleko ispod regionalnog i evropskog nivoa (Đug, S., Drešković, N., 2012). Regionalni prosjek npr. iznosi 7%, tako da je cilj koji u posljednje vrijeme, kroz različite pokrenute projekte, podržavaju međunarodne institucije u BiH, proširenje zaštićenih područja i korištenje njihovih razvojnih potencijala. U skladu sa navedenim, Bosna i Hercegovina udvostručuje udio kopnene površine koja će biti klasificirana kao zaštićena sa 2% svog teritorija na najmanje 4% (UN Environment Programme, 2017). Motivi su zaštita izrazito bogatog biodiverziteta koji ima globalni značaj, te ekonomski razvoj zaštićenih područja, lokalnih zajednica i države u cijelini“ (Popović, 2020). Rezultati analiza pokazuju da je u Bosni i Hercegovini zaštićeno 134.440.8 ha (1-344.4 km²). Ramsarska područja u Bosni i Hercegovini su: Hutovo blato – 1972, Ramsar Site Number 1105, Močvara Bardača – Februar, 2007, Ramsar Site Number 1658, te Livanjsko Polje april, 2008, Ramsar Site Number 1786 (Jamaković, 2019).

Drešković i Mirić navode da fragmentacija i uništavanje staništa, zajedno sa prekomjernom eksploatacijom prirodnih resursa, su u poslijeratnom periodu doveli do dramatičnog porasta degradacije okoliša. Zbog toga je naglašena potreba za uspostavom novih i ponovnom valorizacijim postojećih zaštićenih područja u Bosni i Hercegovini (Jamaković, 2019).

Tab.8. Zaštićena područja u Bosni i Hercegovini

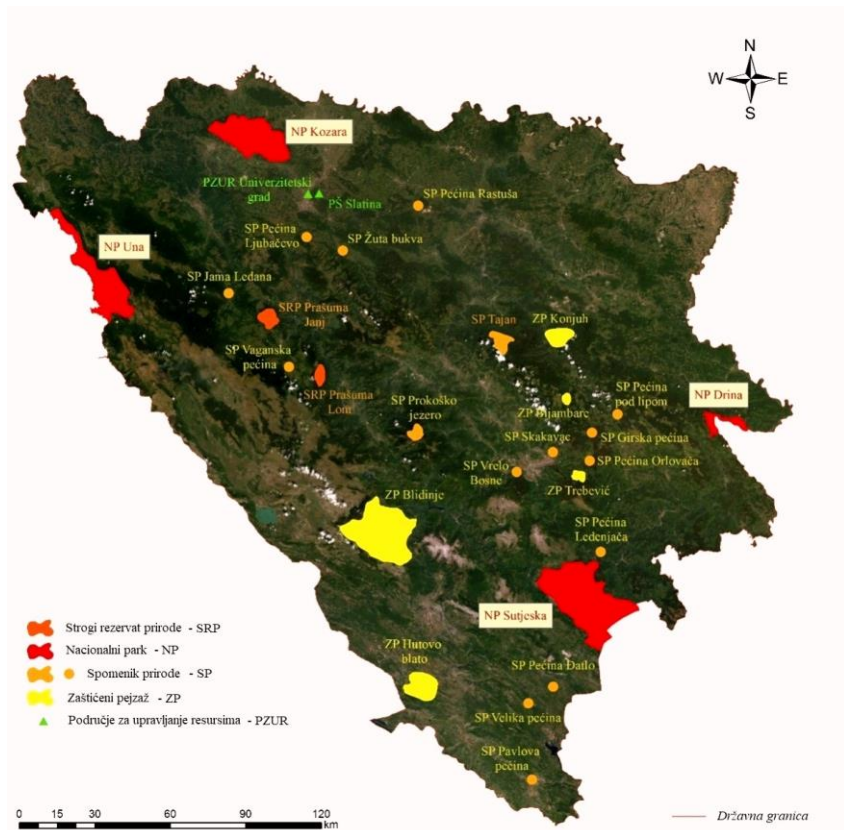
Br.	Naziv	Entitet	IUCN kategorizacija	Površina u ha
STROGI REZERVAT PRIRODE				
1.	SRP Prašuma Janj	RS	I a	295,00
2.	SRP Prašuma Lom	RS	I a	297,82
POSEBNI REZERVAT PRIRODE				
-	-	-	I b	-
NACIONALNI PARK				
1.	NP Kozara	RS	II	3.907,54
2.	NP Sutjeska	RS	II	16.062,34
3.	NP Una	FBIH	II	19.800,00
4.	NP Drina	RS	II	6.315,32
SPOMENIK PRIRODE				
1.	SP Pećina Orlovača	RS	III	27,01
2.	SP Pećina Ljubačevo	RS	III	45,45
3.	SP Žuta bukva	RS	III	0,50
4.	SP Pećina Rastuša	RS	III	11,39
5.	SP Prokoško jezero	FBIH	III	2.119,00
6.	SP Skakavac	FBIH	III	1.430,70
7.	SP Tajan	FBIH	III	3.591,98
8.	SP Vrelo Bosne	FBIH	III	603,00
9.	SP Jama Ledana	RS	III	28,26
10.	SP Vaganska pećina	RS	III	12,00
11.	SP Pećina Đatlo	RS	III	43,42
12.	SP Pavlova pećina	RS	III	13,40
13.	SP Girska pećina	RS	III	25,37
14.	SP Pećina pod lipom	RS	III	6,10
15.	SP Pećina Ledenjača	RS	III	7,40
16.	SP Velika pećina	RS	III	820,92
PODRUČJE ZA UPRAVLJANJE STANIŠTEM				
-	-	-	IV	-
PARK PRIRODE - ZAŠTIĆENI PEJZAŽ				
1.	PP Blidinje	FBIH	V	35.800,00
2.	PP Hutovo blato	FBIH	V	11.093,98
3.	ZP Konjuh	FBIH	V	8.016,61
4.	ZP Bijambare	FBIH	V	367,36
5.	ZP Trebević	FBIH	V	400,20
PODRUČJE ZA UPRAVLJANJE RESURSIMA - PARK ŠUMA				
1.	PZUR Univerzitetski grad	RS	VI	27,38
2.	PŠ Slatina	RS	VI	35,73

Tab.9. Ramsarska i IBA područja u Bosni i Hercegovini

RAMSARSKA PODRUČJA	
1.	Hutovo blato (FBIH)
2.	Livanjsko polje (FBIH)
3.	Bardača (RS)
IBA PODRUČJA (Important Bird Areas)	
1.	Hutovo blato (FBIH)
2.	Boračko jezero (FBIH)
3.	Bardača (RS)

(Ministarstvo prosvjete i kulture; Republički zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa)

Tabelarni prikaz za sva zaštićena područja prirode u Bosni i Hercegovini izdvojen je na osnovu kategorizacije IUCN na čijim principima su bazirani entitetski zakoni (ili je u toku usklađivanje). Prema ovim zbirnim podacima, u Bosni i Hercegovini zaštićeno je 29 područja- 2 stroga rezervata prirode (kategorija Ia), 4 nacionalna parka (kategorija II), 16 spomenika prirode (kategorija III), 5 parkova prirode- zaštićenih pejzaža (kategorija V) i 2 područja za upravljanje resursima- park šume (kategorija VI) na ukupnoj površini od 104.888,21 ha. Neka područja su zaštićena na osnovu međunarodnih konvencija i regulativama čiji je BiH potpisnik. Zaštićena područja u BiH su registrovana i u Svjetskoj bazi zaštićenih područja- WDPA (*World Database on Protected Area*).



Karta 5. Zaštićena područja u Bosni i Hercegovini
(Autor)

Prateći evropske i svjetske trendove, Bosna i Hercegovina ulaže napore da poveća broj ZP i utemelji ih sukladno međunarodnim standardima, mada je „mreža ZP najmanja u Evropi 2,7%“ (Udruženje Zeleni Neretva). Međutim, izloženi rezultati ipak pokazuju određeni trend porasta IUCN-ovih ZP kod nas i zasigurno pozitivnu tendenciju turističke potražnje istih (kako je to prikazano u monografiji Žunić, 2018), što dovodi do zaključka da je ekoturizam- turizam u ZP- u Bosni i Hercegovini u ovo vrijeme neporecivo aktuelni trend u razvoju. Sarajevo se, kao najposjećenija destinacija, može pohvaliti spojem naturalnog i kulturnog turizma, jer u neposrednoj okolini grada je tzv. „zeleni prsten“ sa kuriozitetnim planinskim i potplaninskim prirodnim bogatstvom, pa tako i dostupnim ZP na domak grada (npr. Vrela Bosne, Trebević, Bijambare). Interes lokalaca i turista je neupitan, a kao „naročito oduševljenje pokazali su turisti Bliskog Istoka zbog zelenog osvježavajućeg ambijenta koji im nije uobičajen, jer dolaze iz aridne pustinjske zone (Žunić, 2018).



Sl.9. NP Una, Štrbački buk, Bosna i Hercegovina- zabilježeni rekord od 120.000 posjetilaca u 2019.

(Autor)

Rezultati anketnog istraživanja sprovedenog unutar master rada (Jamaković, 2019- mentor: L. Žunić), čiji je cilj bio ispitati upoznatost lokalnog stanovništva i turista o ekoturizmu u BiH, dodatno su potvrdili svijest i potrebu za ekoturizmom u BiH:

- poznavanje definicije ekoturizma 93%;
- u ekoturizam spada posjeta ZP (28%), ali i posjeta području bez degradirajućeg uticaja na njega (23%), te planinarenje (23%), pješačenje (15%) i biciklizam (11%);
- 80% ispitanika je praktikovalo određeni oblik ekoturizma;
- 61% je posjetilo neko od ZP u BiH, a prednjače Bijambare (19%), zatim Hutovo blato (14%), Vrelo Bosne (13%) i dr.;
- ekoturizam donosi obostranu korist lokalnom stanovništvu i turistima (89%);
- Bosna i Hercegovina je ekoturistička destinacija (88%);
- Vlasti rade i doprinose po pitanju razvoja ekoturizma (57%), možda (38%) i ne (5%).



*Sl.10. ZP- Zaštićeni pejzaž Bijambare, Kanton Sarajevo
(Autor)*

Što se tiče kulturne baštine BiH, ona je izuzetno bogata i heterogena, jer su njenom nastanku učestvovala četiri velike kulturne civilizacije: *mediteranska*, *srednjoevropska*, *bizantska* i *orijentalno-islamska*. BiH je uklopljena u prelaznu zonu evropske kulturne regije smještene između Baltika, Crnog, Egejskog i Jadranskog mora (istočnocentralna Evropa), čije jezgro je II ili balkanska Evropa, a BiH je najunikatnija spona Istoka i Zapada. U zemlji koegzistiraju tri religije bez asimilacijskih pretenzija integracije i stvaranja jedinstvenog kulturnog obrasca koji bi „gušio“ posebnost svakog kulturnog individualiteta. Osim tri konstitutivna naroda- Hrvata, Srba i Bošnjaka, tu žive i predstavnici 17 nacionalnih manjina koji kroz svoje djelovanje predstavljaju najznačajniju potvrdu afirmaciji kultura različitosti u vremenu globalizacije, što je od neprocjenjive vrijednosti za razvoj interkulturalnog dijaloga i jačanje socijalne kohezije društva.

Po pitanju očuvanosti, zaštite, restauracije, rehabilitacije i prezentacije kulturno-historijskog naslijeđa, Bosna i Hercegovina je u zaostatku za većinom zemalja regije, prevashodno zbog rata i agresije (1992-1995), kada je veliki broj dobara graditeljskog naslijeđa- sakralne, svjetovne i spomeničke kulture- uništeno ili oštećeno, neke kulturne institucije su „propale“, pomanjkanje stručnih kadrova i dr.

„U Bosni i Hercegovini oblast kulture je decentralizirano uređena. Ministarstvo civilnih poslova BiH nadležno je za utvrđivanje osnovnih principa koordinacije, usklađivanje planova entitetskih tijela vlasti i definisanje strategije na međunarodnom planu u oblasti kulture. Na nivou entiteta postoje ministarstva nadležna za pitanja kulture i to u Republici Srpskoj Ministarstvo prosvjete i kulture, a u Federaciji BiH Ministarstvo kulture i sporta. U Federaciji BiH nadležnosti u oblasti kulture dalje su na nivou kantonalnih ministarstava. Brčko Distrikt BiH ima odjel nadležan za pitanja u oblasti kulture. Usklađivanje postojećeg zakonodavstva sa standardima Evropske unije i međunarodnim konvencijama koje

je BiH prihvatila, kao i donošenje novih propisa, aktivnosti su koje se nalaze na putu evropskih integracija kada je u pitanju oblast kulture“ (Strategija kulturne politike BiH, 2008).

Postojeće legislative iz oblasti kulture na nivou BiH su:

- Odluka o kriterijima za proglašenje dobra nacionalnim spomenikom (3-2002)
- Odluka o kriterijima za proglašenje dobra nacionalnim spomenikom (15-2003)
- Odluka o privremenoj listi nacionalnih spomenika (3-2002)
- Odluka Predsjedništva BiH o Komisiji za očuvanje nacionalnih spomenika BiH (01 i 10-2002)
- Poslovnik o radu Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika BiH
- Pravilnik o aktivnostima Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika vezanim za međunarodnu suradnju (29-02)
- Zakon o zaštiti kulturne baštine (2000)
- Zakon o kulturnim dobrima BiH (nacrt 2008)
- Zakon o zaštiti i korištenju kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa ("Sl. list SRBiH" 1985.), itd.

Zakonom o zaštiti i korištenju kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa (1985) definirani su:

1. *Kulturno-historijsko nasljeđe* su sve nekretnine i pokretne stvari, te njihove grupe i cijeline od posebnog kulturnog i historijskog značaja, a prema svojstvima:
 - a) spomenici kulture, spomeničke cjeline, arheološki lokaliteti, spomen-obilježja i druga dobra utvrđena ovim zakonom;
 - b) djela iz oblasti likovnih i primjenjenih umjetnosti, zanatstva, tehnike, muzejski materijal, arhivska građa, vrijedne biblioteke, stare i rijetke knjige, filmovi i filmski materijali.

2. *Prirodno naslijeđe* su dijelovi prirode koji su od posebnog naučnog, obrazovnog, kulturnog, historijskog, ekonomskog i rekreacionog značaja, a prema svojstvima:

- a) prirodni parkovi i predjela,
- b) rezervati prirode,
- c) prirodne znamenitosti i rijetkosti.

Pod zaštitom dobara kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa podrazumijeva se:

- Evidentiranje, istraživanje i vrednovanje dobara koji uživaju prethodnu zaštitu;
- Uvođenje svojstva dobara;
- Proglašenje dobara zaštićenim;
- Vođenje registra i dokumentacije;
- Čuvanje, održavanje i pravilno korištenje dobara;
- Sprečavanje uništenja dobara i zabrana svake radnje kojom bi se mogao posredno ili neposredno promijeniti oblik ili narušiti svojstvo dobara;
- Konzervacija i restauracija, adaptacija i revitalizacija dobara;
- Zabrana trajnog iznošenja dobara i ograničenje njihovog privremenog iznošenja iz zemlje;
- Provođenje drugih mjera za zaštitu dobara utvrđenih zakonom.

Zakon o zaštiti kulturne baštine (2000) definiše dobra baštine kao lokalitete, druge nepokretne i pokretne stvari, kao i njihovi dijelovi, grupe i cijeline, koji:

- u svom sadašnjem obliku, stanju, sadržaju, suštini i vrsti imaju svojstva koja se smatraju kao historijska, arhitektonska, stilska, ambijetalna, naučna, umjetnička, duhovna, odnosno religiozna, dokumentarna, estetska, ili etnografska vrijednost;

- predstavljaju izvor saznanja, dokaz historijskih zbivanja, civilizacijskih kretanja i uticaja;
- izraz su narodnog života i običaja ili svjedoci o značajnim događajima, ljudima, idejama, legendama i vjerovanjima;
- mogu biti od značaja za razumijevanje i obilježavanje historijskih i kulturno-historijskih zbivanja ili za koje postoji javni interes da budu sačuvani;
- zavičajni krajolik i slika mjesta, odnosno ambijetalna cjelina, park i drugo dobro prirodnog naslijeđa, koje zajedno sa nekretninama čini cjelinu, odnosno integralnu baštinu. Integralna baština uživa zaštitu u skladu sa propisima o zaštiti baštine i propisima o zaštiti prirode.

Radi zaštite dobara baštine poduzimaju se sljedeće radnje, odnosno mjere:

- evidentiranje i valorizacija lokaliteta, nekretnina i pokretnih stvari za koje se može pretpostaviti da su dobra baštine
- utvrđivanje svojstva i statusa dobra baštine
- upis dobra baštine u odgovarajući registar
- naučno i stručno istraživanje podataka od značaja za dobro baštine
- stalno nadgledanje i kontrola stanja dobra baštine
- čuvanje, održavanje i pravilno korištenje, planiranje i provođenje planova u skladu sa prirodom dobra baštine
- sprečavanje uništavanja, oštećenja ili sknavljenja, te zabrana svake radnje kojom se neposredno ili posredno može izmijeniti ili narušiti svojstvo dobra baštine
- konzervacija, restauracija, adaptacija, revitalizacija, rekonstrukcija, obnova, te nadzor nad interpolacijom unutar dobra baštine
- organizacija i zabrana prenošenja, raspolaganja i iznošenja dobra baštine u inozemstvo bez prethodne saglasnosti,

- provođenje i drugih mjera u skladu sa ovim zakonom, drugim propisima, ugovorima i međunarodnim konvencijama.

Zakonom o kulturnim dobrima Bosne i Hercegovine (nacrt: 2008) uređuju se vrste kulturnih dobara, uspostavljanje zaštite nad kulturnim dobrom, obaveze i prava vlasnika kulturnog dobra, vršenje upravnih i stručnih poslova, odgovornost nadležnih vlasti, rad i nadležnost Komisije za kulturna dobra, finansiranje zaštite i očuvanja kulturnih dobara, kao i druga pitanja u vezi sa zaštitom i očuvanjem kulturnog dobra.

Kulturno dobro, u smislu ovog Zakona, je:

- a) arheološko nalazište i arheološka zona,
- b) pejzaž i njegovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovom prisustvu u prostoru, a imaju umjetničku, historijsku i antropološku vrijednost;
- c) pokretna i nepokretna stvar od umjetničkog, historijskog, arheološkog, antropološkog, arhitektonskog, paleontološkog, ambijentalnog i naučnog značaja;
- d) nematerijalno dobro koje podrazumijeva oblik i pojavu i svjedoči o čovjekovom duhovnom stvaralaštvu u prošlosti, dokumentacija u vezi s tim i bibliografsko dobro,
- e) zgrada, odnosno prostor u kojem se trajno čuva ili izlaže kulturno dobro i dokumentacija o njemu,
- f) mjesto i ostaci ili ponovo uspostavljeno kulturno dobro po pravilima historijske restauracije koje je porušeno, a koje je prije rušenja ispunjavalo kriterije za proglašenje zaštićenim ili je imalo status zaštićenog dobra ili dobra pod prethodnom zaštitom.
- g) Kulturno dobro čine i dijelovi, cjeline, grupe ili zbirke navedenih kulturnih dobara, kao i unutrašnja i vanjska oprema i instalacije koje čine integralnu cjelinu sa građevinom.

Svrha zaštite kulturnog dobra je:

- zaštita i očuvanje kulturnog dobra budućim generacijama,
- stvaranje povoljnijih uvjeta za opstanak kulturnog dobra i poduzimanje mjera potrebnih za njegovo redovno održavanje;
- sprečavanje svake radnje kojom bi posredno ili neposredno moglo da se promijeni svojstvo, oblik, značenje i izgled kulturnog dobra i time ugrozi njegova utvrđena vrijednost;
- sprečavanje protivpravnog postupanja i protivpravnog prometa kulturnim dobrom, te nadzor nad iznošenjem i uvozom kulturnog dobra;
- uspostavljanje uvjeta da kulturno dobro prema svojoj namjeni i značenju služi potrebama pojedinca i općem interesu,
- razvijanje svijesti o naslijeđu kao središnjoj komponenti i resursu održivog razvoja;
- osiguranje dostupnosti naslijeđa.

Rezimirajući prethodne navode, može se zaključiti da postojeći zakonski akti u BiH u oblasti zaštite kulturne baštine, kako oni starijeg, tako i novijeg datuma, na sličan ili istovjetan način definiraju status, svojstva, kategorije i ciljeve zaštite kulturnih dobara. Zajednički i savremeni cilj jeste povećati stepen identifikacije i valorizacije, te nominacije kulturnih dobara za nacionalne spomenike, naročito u skladu sa međunarodnim propisima i standardima (*World Heritage List*), kako bi se afirmisalo ukupno kulturno bogatstvo BiH i u konačnici, što je više moguće, ispromovisalo kao dio UNESCO-ve svjetske baštine.

Uvidom u dokumente „Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika BiH“, konstatuje se da je *Odlukom o proglašenju dobara „nacionalnim spomenikom“* obuhvaćeno preko 900 dobara, na *Privremenoj listi nacionalnih spomenika* nalazi ih se preko 700, s tim da je za određene posebno označen i utvrđen status u vezi prihvatanja („potpunog“ ili „djelomičnog“) ili pak odbijanja, dok je

na listi ugroženih spomenika evidentirano 86 dobara iz raznih područja BiH.

Bosna i Hercegovina ima upisana 4 dobra- *sajta* na UNESCO-
vu listu svjetske baštine- *3 kulturna i 1 prirodni*:

1. Područje Starog mosta starog grada Mostara (2005)
2. Most Mehmed-paše Sokolovića u Višegradu (2007)
3. Stećci - srednjevjekovni nadgrobni spomenici (2016)
4. Drevne i iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Europe (2007, 2011, 2017, 2021)

❖ *Područje Starog mosta starog grada Mostara*

U dolini rijeke Neretve, između brda Hum i podnožja planine Velež, prvobitno se smjestilo naselje, nastalo kao urbana struktura u XV vijeku na ukrštanju vodnog i kopnenog puta. Značaj mikrolokacijskog položaja je u mjestu prelaza rijeke i prirodnih uslova njegove pozicije. Ovo naselje relativno male veličine, sa dvije kule oko mosta, historijski izvori datiraju u 1452. godinu. Današnje ime Mostar, prvi put spomenuto 1474. godine, dobilo je po "mostarima", čuvarima mosta. Očuvanu historijsku jezgru grada Mostara karakteriše specifičan i autohton izgled kao rezultat briljantnog graditeljskog umijeća, primjene autohtonih materijala, prepoznatljivih formi objekata i optičkih efekata - igre svjetlosti i sjene. Komitet za svjetsku baštinu je 17.07.2005. upisao područje Starog mosta Starog grada Mostara na Listu svjetske baštine UNESCO-a pod kriterijem (vi):

sa "renesansom" Starog mosta i njegovog okruženja, simbolična snaga i značenje grada Mostara – kao izuzetnog i univerzalnog simbola suživota zajednice različitog kulturnog, etničkog i religijskog porijekla – je učvršćena i ojačana, uz naglasak na neograničenim naporima ljudske solidarnosti za mir i moć saradnje pri suočavanju sa teškim katastrofama.



*Sl.11. Stari most u Mostaru, UNESCO baština BiH
(Autor)*

❖ *Most Mehmed-paše Sokolovića u Višegradu*

Most preko Drine u Višegradu predstavlja remek djelo mostogradnje. Sagrađen je u vremenu od 1571. do 1577. godine po želji i naredbi Mehmed-paše Sokolovića. Mehmed-paša Sokolović rođen je 1505. u selu Sokolovićima blizu kasabe Rudo u višegradskom kadiluku, odakle je kao dječak odvojen od svojih roditelja i odveden u Tursku. U to vrijeme postojao je običaj poznat kao Divširma, odnosno "Danak u krvi", kao vid redovnog oporezivanja u Osmanskom carstvu- konvertovanje kršćanske djece na islam i školovanje u vojnoj školi za elitne turske vojnike. Univerzalna vrijednost mosta u Višegradu je nepobitna sa istorijskog i arhitektonskog stajališta. Most je predstavnik jednog istorijskog perioda u razvoju graditeljstva i mostogradnje, a izgradio ga je jedan od najpoznatijih graditelja Otomanskog carstva. Poseban značaj mosta je u tome što svjedoči o usvajanju i prilagođavanju tehnika tokom dugog istorijskog procesa. On takođe svjedoči o važnim kulturnim razmjenama između različitih civilizacija. Njegova simbolična uloga je značajna u istorijskom

smislu, posebno s aspekta različitih konflikata koji su se dešavali tokom 20. vijeka. Most je na Listu svjetske kulturne baštine upisan pod kriterijumom (ii) i (iv):

(ii)- Pozicioniran na važnoj geostrateškoj lokaciji, kroz istoriju, svjedoči o razmjeni kulturnih uticaja između Balkana, Otomanskog carstva i Mediterana, između hrišćanstva i islama. Istrajavao pod različitim političkim i kulturnim uticajima; nakon Otomanskog carstva dolazi period Austrougarske uprave, potom Kraljevina Jugoslavija, SFRJ i na kraju Bosna i Hercegovina

(iv) Most preko Drine u Višegradu predstavlja jedno od najveličanstvenijih djela arhitekture otomanskog perioda

❖ *Stećci - srednjovjekovni nadgrobni spomenici*

Navedeno serijsko dobro objedinjuje 28 lokaliteta koji se nalaze u Bosni i Hercegovini, zapadnoj Srbiji, zapadnoj Crnoj Gori i središnjoj i južnoj Hrvatskoj, a predstavljaju groblja i regionalno prepoznatljive srednjovjekovne monolitne kamene nadgrobne spomenike, odnosno stećke. Groblja, koja potiču od 12. do 16. stoljeća n.e., raspoređena su u redove, kako je bio zajednički običaj u Evropi tokom srednjeg vijeka. Stećci su uglavnom klesani od krečnjaka. Imaju široku paletu ukrasnih motiva i natpisa koji predstavljaju ikonografski kontinuitet unutar srednjovjekovne Europe, kao i lokalno prepoznatljive tradicije.

❖ *Drevne i iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Europe*

Ovo transnacionalno vlasništvo uključuje 94 sastavna dijela u 18 zemalja. Od kraja posljednjeg ledenog doba, europska bukva se proširila iz nekoliko izoliranih utočišta u Alpama, Karpatima, Dinaridima, Mediteranu i Pirenejima u kratkom razdoblju od nekoliko hiljada godina u procesu koji još uvijek traje. Uspješna ekspanzija na cijelom kontinentu povezana je s prilagodljivošću

stabla i tolerancijom na različite klimatske, geografske i fizičke uvjete.

Osim deklarirane liste UNESCO-ve svjetske baštine, uvedena je i tzv. „tentativna lista“- *probna* ili *privremena lista* dobara koje određena zemlja smatra vrijednim za nominaciju u skladu sa kriterijima i pravilima utvrđenim UNESCO-vim zakonskim aktima i podaktima. Na tentativnoj listi je upisano 1737 dobara ispred 179 zemalja svijeta.

Uslovi za nominaciju dobra za nacionalni spomenik BiH i u odnosu na dobra upisana na Privremenu (Tentativnu) listu su:

- a) od velikog značaja je za grupu ljudi sa zajedničkom kulturnom, historijskom, vjerskom ili etničkom baštinom;
- b) nastalo je u periodu od prahistorije do 1960. godine;
- c) izuzetno, dobro nastalo nakon 1960. godine može biti proglašeno nacionalnim spomenikom pod drugim specifičnim kriterijima regulisanim zakonskim aktima.

Kriteriji za vrednovanje dobra su:

- a) *Suštinska svojstva dobra* (autentičnost; unikatnost, raritet i reprezentativnost; integritet; pejzažna, historijska ili fizička ambijentalnost; kompaktnost);
- b) *Funkcija i značaj dobra* (historijska vrijednost; umjetnička i estetska vrijednost- prostorna organizacija, kompozicija i kvalitet obrade, proporcije, konstrukcijsko rješenje, primijenjeni materijali, detalji i dekorativni elementi; dokumentarna i naučna vrijednost- materijalno svjedočanstvo vremena, tipa, stila ili regionalnog izraza, i tipičnog načina života u određenom vremenu, djelo značajnog umjetnika ili graditelja; društvena vrijednost- duhovna, simbolička, sakralna, tradicionalna, rituali i obredi, vrijednost za zajednicu);
- c) *Opće značajke dobra* (starost, očuvanost i ugroženost);

- d) *Specifični kriteriji* (ako su utvrđene posebne vrste dobra ili posebne karakteristike koje mu daju opću ili posebnu vrijednost, a ne mogu se svrstati u prethodne stavove).

Bosna i Hercegovina je nominirala 10 sajtova na UNESCO tentativnu listu:

- 1) Sarajevo- *jedinstveni simbol univerzalne multikulturalnosti*- trajno otvoreni grad (1997)
- 2) Pećina Vjetrenica (2004)
- 3) Prirodna i graditeljska cijelina Jajce (2006)
- 4) Historijsko urbano područje Počitelj (2007)
- 5) Prirodna i graditeljska cijelina Blagaj (2007)
- 6) Prirodna i graditeljska cijelina Blidinje (2007)
- 7) Prirodna i graditeljska cijelina Stolac (2007)
- 8) Strogi rezervat prirode- prašuma Perućica (2017)
- 9) Jevrejsko groblje u Sarajevu (2018)
- 10) Kompleks travertinskih vodopada na Martin Brodu- NP Una (2019)

IV POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA NA GEOGRAFSKU I ŽIVOTNU SREDINU

4.1. Turizam i stanovništvo

Turizam, turistička djelatnost i turističko planiranje su prostorni fenomeni, jer podrazumijevaju skup radnji i aktivnosti koje dovode do promjene izgleda (fizionomije) i načina funkcionisanja geografskog prostora/ određenog područja. Iako se turizam može planirati na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i internacionalnom nivou, lokalni nivo je polazište i fundament organizacije i realizacije turističkih elemenata, te se efekti turizma (pozitivni i negativni) najprije osjećaju na lokalnom nivou: „*djeluj lokalno, misli globalno*“. Lokalni nivo planiranja je direktno vezan za planiranje i organizaciju turističke destinacije, koja istovremeno predstavlja životni environment lokalnog stanovništva (ljudi koji u njoj žive).

Turizam je masovna pojava koja pokreće ogroman broj ljudi u svijetu, pa je stanovništvo važna komponente u turističkom sistemu. Turizam, turistička djelatnost i turističko planiranje su i sociološki, ekonomski i legislativni fenomen, pa time društveno-geografski fenomen, jer su subjekti realizacije turizma ljudi, kako oni koji se profesionalno bave turizmom i planiraju destinaciju za posjete i boravak (*experti turizma*), tako i *turisti* zbog kojih se pokreću takve aktivnosti i prilagođavaju turistički sadržaji u geografskom prostoru, kao i *lokalci/ rezidenti* koji uglavnom podržavaju turističke tokove i uključuju se u njih direktno/ ili indirektno (kroz poslove i poduzetništvo, projekte, ili prosto kao domaćini i „duša“ turističke destinacije).

Obzirom da je *ljudski faktor (HR- humani resursi)* ključna komponenta turističkog razvoja, jer je „čovjek“ inicijator, domaćin, proizvođač i konzument turizma, impakti turizma se najprije

manifestuju na lokalni razvoj, lokalce i proizvodne komponente njihovog životnog (i ujedno turističkog) environmenta.

Lokalno stanovništvo su svi ljudi koji žive u određenom području, gradu ili zemlji; ukupni broj ljudi koji tu žive. *Rezident* je osoba koja živi u određenom mjestu ili u njemu ima svoj dom (stanovnik tog mjesta). *Lokalci* su ljudi koji žive, pripadaju i povezani su sa određenim mjestom (Oxford).

Lokalna zajednica su ljudi koji žive u određenom području i smatraju se jednom cijelinom zbog zajedničkih interesa, društvene interakcije, ili nacionalnosti (u kontekstu *državljanstva*).

Lim, J.E. & Lee, H.R. (2020) navode da su *lokalci/ rezidenti* (sa aspekta turizma i destinacije) zapravo stanovnici određene turističke destinacije, koji su tu živjeli i prije nego su je turisti počeli posjećivati, iskusili su promjene u stilu života uporedo sa razvojem turizma, i nastavit će živjeti u svom području nevezano za to da li je turistički razvoj uspješan ili ne.

Leung et al. (IUCN) definišu lokalnu zajednicu (sa aspekta zaštite životne sredine i u odnosu na određeno zaštićeno područje) kao stanovništvo koje je situirano pored ili u blizini zaštićenih područja (ZP), gdje turizam ima direktan uticaj na većinu lokalnih stanovnika pozitivno ili negativno (Leung et al., 2015).

Iako se uglavnom pojmovno izjednačavaju *lokalci* i *rezidenti*, treba imati u vidu da određeni rezidenti mogu npr. imati dvojno državljanstvo i sl., pa tako ne moraju biti stalni stanovnici te zemlje, osim što su njeni povremeni posjetioci, a inače žive i rade u inostranstvu. Npr. brojni Bosanci iz dijaspore turistički posjete Bosnu i Hercegovinu za vrijeme ljetne ili zimske turističke sezone, iako su aktuelno rezidenti neke evropske ili dr. zemlje u svijetu. Zbog toga je preporučivo koristiti pojam „lokalci“, jer se tada misli isključivo na ljude koji trenutno žive na određenom području, koje ujedno predstavlja turističku destinaciju u razvoju, pa je time

direktno utjecano efektima turizma (za razliku od „dvostrukih rezidenata“ koji su povremeni turistički posjetioci).

Prema tome, *lokalno stanovništvo* je fundamentalna komponenta (temelj; osnova; nosilac) geografskog i turističkog environmenta. Ono je učesnik turističkih tokova i svjedok promjena u svom području, koje su rezultat turističkog razvoja. Lokalci trpe i snose posljedice turizma (socio-kulturne, ekonomske, environmentalne), bilo one pozitivne ili negativne. Turizam mijenja životni ambijent (socio-kulturni; ekonomski; prirodni environment) i stil života lokalaca.

Lokalne promjene u geografskom i životnom ambijentu uporedo sa procesima turističke „urbanizacije“ i teritorijalnog širenja gradova i sl., kao i u procesu globalnog povezivanja, komunikacija i razmjene, poprimaju daleko šire dimenzije, jer se efekti turizma osjećaju na svim prostornim nivoima: lokalno, regionalno, nacionalno, internacionalno, s obzirom da je turizam globalni ili svjetski fenomen koji značajno mijenja ukupnu geografsku sliku naše planete, a turističko-geografske interakcije ljudi mijenjaju njihovu mentalnu percepciju svijeta.

4.2. Identifikacija pozitivnih socio-kulturnih impakata turizma

Socio-kulturni impakti turizma uključuju promjene u sistemima vrijednosti, ponašanju pojedinca, moralnom ponašanju, tradicionalnim ceremonijama, kulturnim praksama i organizacijama u zajednici. Pozitivna strana je što turizma može doprinijeti kulturnoj razmjeni i revitalizaciji starih kultura, tradicija, jezika i umjetnosti.

Autori uglavnom donose slične identifikacione prikaze socio-kulturnih beneficija turizma za destinaciju, ZP ili lokalni razvoj, s tim da neki rade i distinkciju po osnovi „materijalnog/ ili fizički opipljivog“ i „nematerijalnog/ neopipljivog“.

Timothy navodi da su beneficije turizma: ekonomske, psihološke, socijalne, političke. Kao socio-kulturne, u užem smislu (*bez ekonomskih*), dale bi se izdvojiti: socijalne (kohezija zajednice, obrazovanje i razvoj putnih komunikacija), psihološke (samopouzdanje i povjerenje) i političke (lokalna politička struktura). (Petrič, 2007)

K. Košić navodi da socio-kulturni impakti znače da turizam mijenja lokalne ljude, njihovu kulturu i životni stil, a najvažniji su porast nivoa lokalnog učešća u aktivnostima i dešavanjima, kao i jačanje regionalne vrijednosti i tradicije. Na primjeru ruralne turističke destinacije, socio-kulturne beneficije turizma su: bolje korištenje raspoloživih resursa (zemljište, rad, kapital, prirodne i kulturne atrakcije), socio-ekonomske promjene, doprinosi zaštiti nasljeđa i očuvanju ruralne životne sredine, više društvenih kontakata lokalnog stanovništva i veće mogućnosti učenja o drugim kulturama (Košić, 2012).

Zhuang et al. (2019) navode socio-kulturne pozitivne impakte turizma prepoznate u određenim dijelovima svijeta: *životni uslovi* (veći diverzitet rekreativnih aktivnosti i infrastrukture; unaprijeđena javna infrastruktura; veći diverzitet i bolji kvalitet hrane i odjeće; brži transport; unaprijeđen obrazovni kvalitet; bolji kvalitet urbanog environmenta); *lokalna kultura* (amelioracija/poboljšanje imidža; revitalizirane lokalne kulturne prakse); *bolji kvalitet života* (deklinacija migracija selo-grad; više omladinskih programa; više manifestacija i rekreativnih aktivnosti dostupnih lokalcima); *duhovnost* (unapređenje svijesti i osjećaja za državni i lokalni ponos)

G. Kreag (2001) identifikuje ukupne pozitivne socio-kulturne impakte turizma na životnu sredinu (*bez distinkcije materijalnih i nematerijalnih*): unapređuje kvalitet života; obrazovno iskustvo u interakciji sa posjetiocima; pozitivne promjene u vrijednostima i običajima; promocija kulturne razmjene; unapređuje razumijevanje različitih zajednica; prezervira (štiti) kulturni identitet lokalnog

stanovništva (u svojstvu „domaćina“); povećava potražnju historijskih i kulturalnih izložbi; povećava toleranciju društvene diferencijacije; satisfakcija psiholoških potreba.

Prema EEA, socio-kulturne vrijednosti ZP su: vrijednost nasljeđa, rekreativna, naučna i obrazovna upotreba, te zdravlje i kvalitet života.

Indikatori socio-kulturnih uticaja turizma su:

- a) Pozitivni uticaji na infrastrukturu i telekomunikacije, rekreativni sajtovi i zaštićena područja; povezivanje lokalnih mjesta i ZP
- b) Porast obrazovne strukture i zaposlenosti
- c) Smanjenje mortaliteta i porast zdravstvene skrbi
- d) Geoekološki efekti: povećanje kvalitete zraka, vode, živog svijeta- biodiverziteta (IUCN, 2015)

Leung et al. kategorički (diferencirano) predstavlja socio-kulturne beneficije turizma: *materijalne* (infrastruktura, podrške i inicijative, ekonomske, kulturne dr.) i *nematerijalne* (obrazovanje, partnerstvo, kohezija i dr.), kao i *specifične zdravstvene koristi za lokalce*. Autori su „zdravstvene“ koristi turizma, ekoturizma i zaštićenih područja, izdvojili kao zasebnu kategoriju, najvjerojatnije zato što je riječ o fizičkom, psihičkom i mentalnom zdravlju čovjeka, ali i prirode istovremeno, pa se zdravlje može doživljavati dvojako: kao materijalni produkt (*u smislu koristi za tijelo i organizam, tj. fizičko zdravlje*), ali i kao nematerijalni produkt (*u smislu psihičkog zdravlja i duhovnosti*).

- *Socio-kulturne „materijalne“ beneficije* za lokalno stanovništvo i lokalni razvoj su: infrastruktura (ceste, komunikacije, škole, biblioteke, klinike); input ili podrška lokalnih vlasti i saportivnih institucija; raspodjela beneficija npr. zajednički poduhvati, naknade/ subvencije za zajednicu; direktne beneficije, zaposlenost i plata,

domaćinstva; indirektne beneficije kroz nabavku dobara i usluga; životna sigurnost i alternativna sredstva za život

- *Socio-kulturne „nematerijalne“ beneficije* za lokalno stanovništvo i lokalni razvoj su: kapacitet izgradnje za institucije i pojedince; razvoj vještina i trening; obrazovanje i stipendije; jačanje zajednice kroz partnerstvo/ saradnju; razvoj partnerstva: finansije i marketing; promocija povezivanja zajednice (socijalna kohezija) i struktura i uprave; promocija kulture i kulturnih aktivnosti; zajednički akcioni plan i upravljanje resursima; redukcija migracije mladih u gradove i očuvanje seoskih porodica na okupu; kontrola/ redukcija inicijative lokalne zajednice da se uključuje u geokološke poduhvate upotrebe zemljišta ili marina npr. rudarstvo i intenzivna poljoprivreda, može promovisati konzervaciju prirodnih resursa za buduće generacije (Leung et al., 2015).

Ukoliko bi sve pozitivne socio-kulturne impakte turizma prilagodili Leung et al. modelu (IUCN, 2015), ispostavilo bi se da su tipične *nematerijalne socio-kulturne beneficije turizma*: obrazovanje, kultura, vrijednosti i običaji, tolerancija, psihička satisfakcija, dok se sve ostale uglavnom mogu posmatrati kao *materijalno-nematerijalne*, jer ih je realno teško razgraničiti, pogotovo što navedeni IUCN model svrstava neke „ekonomske beneficije turizma“ istovremeno pod obje kategorije, i kao socio-kulturne, ali i kao ekonomske, što je donekle i razumljivo, jer je pojam *socio-kulturnog* širi i podrazumijeva i određene ekonomske elemente pojedinaca i domaćinstava u nekom društvu (ali će ovdje ipak biti razgraničene i posebno prikazane u sklopu „ekonomskih beneficija“, kako bi se izbjeglo ponavljanje i parafraziranje).

Uvažavajući gore predočene teoretsko-empirijske modele, moguće je identifikovati ukupne socio-kulturne beneficije turizma za određenu destinaciju, koje u prvom planu predstavljaju korist za same lokalce i lokalni razvoj, ali konsekventno čine destinaciju

atraktivnijom i pristupačnijom kako za njene posjetioce, tako i za druge interesante (turooperatore, investitore i dr.):

Tab.10. Socio-kulturne beneficije turizma

INFRASTRUKTURA („URBANIZACIJA“)
<ul style="list-style-type: none"> - Saobraćajna (oblici transporta, volumen i komunikacije; lokalno i globalno povezivanje); - Prateća komunalna (voda, energija, otpad); - Komplementarna (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.); - Tematska- turistička (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje)
OBRAZOVANJE, ETIKA I DUHOVNOST
<ul style="list-style-type: none"> - Obrazovanje, razvoj vještina i trening; - Obrazovno iskustvo u interakciji sa posjetiocima; - Socijalna kohezija LZ: solidarnost, razumijevanje i tolerancija; - Unapređenje osjećaja za državni i lokalni ponos
PARTNERSTVA I INSTITUCIONALNI MEHANIZMI PODRŠKE
<ul style="list-style-type: none"> - Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince; - Inicijative lokalnih vlasti i saportivnih institucija; - Jačanje LZ kroz partnerstva- saradnju (s vlastima, strukturama i upravama: prostorno i turističko planiranje, ekološke akcije, promocija, finansije i marketing, obrazovanje)
KULTURNI IMIDŽ
<ul style="list-style-type: none"> - Promocija kulture; - Kulturne razmjene; - Kulturne i historijske izložbe; - Revitalizacija lokalne kulturne prakse i prezervacija kulturnog identiteta; - Amelioracija/ poboljšanje imidža
KVALITET I STANDARD ŽIVOTA
<ul style="list-style-type: none"> - Životna sigurnost i alternativna sredstva za život; - Globalizacija- veći stepen internacionalizacije (običaja, hrane, odjeće); - Urbaniziraniji, emancipovaniji i zabavniji environment; - Patriotizam, naročito „ruralni“ i satisfakcija

(Autor)

4.2.1. Infrastruktura („urbanizacija“) i turizam

Infrastruktura predstavlja bazne fizičke i organizacione strukture i uređaje (npr. građevine, ceste, energetske izvore) koje su potrebne radi operacionalizacije društva ili firmi (Oxford).

Komunalna/ lokalna infrastruktura se dijeli na 6 kategorija: *konektivna* (interna saobraćajna: nacionalni i lokalni cestovni sistem) i *komunikacijska* (ICT- instalacije), *protektivna* (protekcioni zidovi, drenažne strukture i dr.), *socio-ekonomska* (socio-kulturna i privredna), *vodno-sanitarna* (vodosnabdijevanje i kanalizacija) i *energetska* (elektrifikacija, toplotna energija). (Community Infrastructure, 2014)

Komunalna infrastruktura (prema zakonskim aktima za KS) podrazumijeva sistem objekata i uređaja koje koriste pojedinci i lokalna zajednica, ili fizička i pravna lica, za obavljanje normalnih životnih i radnih aktivnosti: javni saobraćaj (prevoz putnika, parkinzi i sl.), vodosnabdijevanje i sanitarno-higijenski sistemi, energija, zbrinjavanje otpada, održavanje tržnica, groblja, česmi i čistoće, te dekorisanje na javnim površinama.

Razvoj turizma i razvoj komunalne infrastrukture su uzajamno povezani, a skupa povećavaju ukupni stepen urbanizacije turističkih područja u razvoju.

➤ *Saobraćajna infrastruktura i turizam*

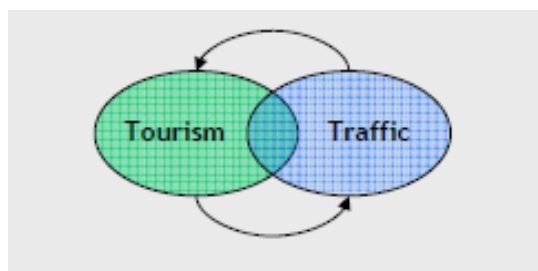
Najvažniji oblik infrastrukture za turistički sektor predstavlja saobraćajna, jer služi povezivanju turističko-geografskih područja i turističkih objekata (atrakcija, smještaja i dr.), a proizvodi i neke druge specifične oblike turističkih implikacija (npr. doživljaj).

Saobraćaj je ukupnost translokacija ljudi i dobara. Generalno, radi se o transportu objekata (putnika, roba) iz jednog u drugo područje (*kratka* ili *duga udaljenost*) posredstvom bilo kojeg oblika transporta (automobil, autobus, voz, avion, brod) s razlogom

(odmor, posao i dr.) (Pechlaner, Hammann, 2006). Transport je jedan od baznih elemenata turističke infrastrukture.

Pod *transportnom infrastrukturom* podrazumijevamo instaliranje građevina koje su esencijalne za transport: ceste, zračne linije, vodeni putevi, terminali kao što su aerodromi, željezničke stanice, autobuske stanice, skladišta, postaje za opskrbu vozila gorivom.

Pechlaner i Hammann (2006) navode da je tijesna veza između turizma i saobraćaja, jer je svjetski turizam povećao potražnju upravo u sektoru transporta. Sa turističkog aspekta, najvažniji faktor u saobraćaju je putnički transport (zračni, drumski, željeznički, vodeni).



Shema 6. Povezanost turizma i saobraćaja
(Pechlaner, H., Hammann, E-M., 2006)

Bez organizacije i operative transportnog sistema, koji sadrži mrežu puteva i razne načine transporta kao što su motorizovana vozila: auta, letilice, brodovi, turistički razvoj i efektivno iskorištavanje turističkih resursa destinacije nije moguće. Transport ima direktnu vezu sa turističkim razvojem, a 2 modusa transporta: zračni i cestovni, igraju vitalnu ulogu za ekspanziju internacionalnog i domaćeg turizma (Tamrat, 2016).

Prema podacima EEA (2013), turizam je glavni pokretač u sektoru transporta- u 1996. turistička putovanja su zauzimala 9% pređenih kilometara. Prosječni EU državljanin putuje 1800 km

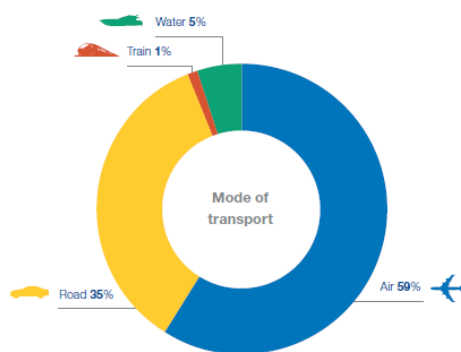
godišnje radi turizma. Turistička putovanja čine 70% zračnog saobraćaja.

Lumdsom i Page navode podatke UNWTO (2004), kojima demonstriraju uticaje različitih modusa transporta na globalni turizam:

- internacionalni zračni putnički prevoz: 43% internacionalnih turističkih putovanja;
- cestovni transport: 42% turističkih putovanja;
- željeznički: 8% turističkih putnika;
- morski: 7% (Page, Ge, 2009).

Iz gore navedenih podataka, vidi se da zračni i cestovni prevoz igraju gotovo podjednako bitnu ulogu kod realizacije turističkih putovanja, s tim da ipak prednjači *zračni prevoz*.

Prema novijim podacima UNWTO (2019) putnički transport iznosi 255 milijardi USD i čini 7% globalnog izvoza, odnosno 28% svjetskog uslužnog izvoza. Udio rekreativnih putovanja *u periodu 2000-2019.* je porastao sa 50% na 55%; udio zračnih putovanja je porastao sa 46% na 59%; cestovni transport je opao sa 49 na 35%.



Grafikon 5. Strani turizam prema modusu transporta (2019)
(*International Tourism Highlights, UNWTO, 2020*)

Prema gornjem dijagramu, „zračni prevoz“ je danas najdominantniji vid transporta u svjetskom turizmu, jer učestvuje sa 59% u ukupnoj strukturi turističkih putovanja.

Na primjeru Bosne i Hercegovine, međunarodni cestovni saobraćaj je ipak najzastupljeniji u strukturi prevezenih putnika, a zatim zračni, pa tek onda željeznički:

Tab.11. Struktura putničkog prevoza po modusu transporta

	<i>2014. god.</i>	<i>2019. god.</i>
ZRAČNI	956.864	1.919.592
▪ Aerodrom Sarajevo	709.901	1.143.680
▪ Aerodrom Mostar	67.974	32.866
▪ Aerodrom Tuzla	151.353	593.050
▪ Aerodrom Banja Luka	27.636	149.996
CESTOVNI	19.754.000	14.053.000
<i>Urbani i suburbani</i>	139.596.000	122.004.000
GRANIČNI (ulasci)	19.736.738	25.379.051
➤ <i>Strani</i>	63%	61%
▪ <i>Preko BH-HRV</i>	14.718.964	18.690.294
▪ <i>Preko BH-SRB</i>	4.292.482	5.688.180
▪ <i>Preko BH-MNE</i>	725.337	1.000.577
ŽELJEZNIČKI	528.000	657.000

(Autor²⁹)

Kako se vidi iz gornje tabele za Bosnu i Hercegovinu, u periodu 2014-2019., broj prevezenih putnika posredstvom zračnog i željezničkog saobraćaja je u porastu, dok je u opadanju kod cestovnog saobraćaja. Također je porastao i broj graničnih ulazaka, s tim da je udio stranih putnika relativno opao sa 63% na 61%, ali je i dalje veći od udjela domaćih putnika. U strukturi graničnog prometa (*ulasci*), značajno prednjače na relaciji Bosanskohercegovačko-Hrvatske (EU) granice čak 76%. Navedeni podaci za Bosnu i Hercegovinu dodatno svjedoče o dominantnoj

²⁹ Prema podacima Agencije za statistiku BiH

ulozi međunarodnog zračnog transporta u turizmu (*nema domaćih letova*), jer je broj prevezenih putnika porastao sa 956.864 na preko 1,9 miliona i generalno ima pozitivan trend. Ovo ujedno ukazuje na porast značaja Bosne i Hercegovine kao svjetske turističke destinacije, a naročito Sarajeva, čiji *Sarajevo International Airport* učestvuje sa preko 60% u ukupnom broju putnika preveznih zračnim transportom u BiH.

Koliko turizam podstiče saobraćaj, najbolje se vidi na primjeru uvođenja dodatnih sezonskih oblika transporta naročito tokom ljetne turističke sezone: „charter“ letovi koji povezuju npr. Sarajevo sa primorskim destinacijama (Antalijom, Hurgadom, Tunisom), voz Sarajevo-Mostar-Ploče na južnoj ruti- prema Jadranu, pojačane autobuske linije prema Hrvatskom i Crnogorskom primorju, itd.

Povezanost turizma i saobraćaja manifestuje se kroz nekoliko aspekata:

- a) Saobraćajni transfer putnika: *od/do* i *unutar* destinacije;
- b) Kvalitet transporta;
- c) Diverzitet transporta (oblici);
- d) Poveznica sa turističkim lokalitetima i potencijalni doživljaj;
- e) Povezivanje i razvoj područja duž turističkih koridora;
- f) Volumen transporta i turističkog prometa;
- g) Lokalno i globalno povezivanje

Pechlaner i Hammann navode da iz turističke perspektive, postoji razlika između saobraćaja *iz/ do destinacije*, kao i *kroz/ u destinaciji*. Postoje mogućnosti da saobraćaj utiče na turističke odlaske i dolaske, npr.:

- nudeći specijalne uslužne pakete/ aranžmane (npr. uz kartu za koncert bonus je besplatno korištenje javnog prevoza);

- implementacija cjenovnog kontrolnog mehanizma (npr. ponuda jeftinih avio-prevoznika);
- ponuda određenih usluga (npr. iznajmljivanje automobila).

Kada se radi o prevozu u destinaciji (npr. udaljenost od hotela do ski-lifta), također može uticati saobraćaj, npr.:

- restrukturacijom destinacije tako da su udaljenosti između lokaliteta turističkih atrakcija ograničene na minimum;
- promjenom navika dolaska (npr. dan dolaska u hotel je nedjelja umjesto subota);
- čineći javni transport atraktivnijim;
- omogućavajući alternative za upotrebu auta (npr. instaliranjem pješačkih i biciklističkih staza) (Pechlaner, Hammann, 2006)

Prema tome, turizam podstiče razvoj saobraćajne infrastrukture i povezanost geografskih i turističkih područja, jer je *faktor dostupnosti i povezanosti* glavni preduslov za valorizaciju i eksploataciju turističkih resursa. Svaka destinacija nastoji prije svega ispuniti ovaj „preduslov“ za svoj turistički razvoj. Timothy naglašava da se lokalne razvojne inicijative odnose na izgradnju putnih komunikacija.

Potencijalni indikatori unapređenja saobraćajne infrastrukture u destinaciji uporedo s turističkim razvojem su:

- proširivanje, renoviranje i modernizacija postojeće saobraćajne infrastrukture i suprastrukture (prometne mreže, saobraćajne signalizacije, sredstava transporta);
- unapređenje i razvoj lokalnih, regionalnih, magistralnih i međunarodnih puteva (autoceste);

- prioritetizirana popravka oštećenih dionica i asfaltiranje makadamskih puteva, izgradnja poveznica (dopunskih ogranaka) i zaobilaznica radi dostupnosti ZP i dr.;
- trasiranje i izgradnja autoputeva, dodatnih poveznica ili zaobilaznica i sl.;
- priključenje na najvažnije putne (i ujedno turističke) koridore (autoputevi i dr.) i popratni razvoj područja koja su locirana duž njih;
- unapređenje saobraćajne signalizacije, naročito turističke signalizacije;
- izgradnja tunela (prvenstveno u planinskim područjima), mostova i vijadukta, liftova i žičara, kao bitnih poveznica i ujedno putnih prečaca (*olakšice u pristupu sa uštedom energije i vremena*);
- proširivanje kapaciteta parkinga, naročito turističkog parkinga;
- uređivanje, proširivanje i modernizacija putnih, naročito turističko-prijemnih terminala, okretnica i pristaništa;
- diverzifikacija oblika transporta (drumski/ cestovni, željeznički, vodeni, zračni, telekomunikacije; ekotransport), naročito tematskih oblika transporta s turističkom namjenom (čarteri, transfer *sa/ do* aerodroma i dr.);
- podstiče razvoj alternativnih oblika transporta (pješačke i biciklističke staze, fijaker i sl.);
- regulisanje odvijanja javnog gradskog saobraćaja i povećanje njegove atraktivnosti (proširivanje kapaciteta, diverzifikacija i uključivanje tematskih- turističkih oblika transporta; signalizacija; obavezno poštivanje reda vožnje i dr.);
- porast međunarodne saradnje i uspostave veza i komunikacija sa vanjskim operatorima (kroz izgradnju kapaciteta i različite moduse turističko-putne razmjene i sl.);
- uvođenje sezonskih linija kod različitih oblika saobraćaja (zračni, cestovni, zatim vodeni, pa i željeznički);

- razvoj, modernizacija i povećanje usluga u sektoru telekomunikacija (pošta, telefonija; mediji, TV, internet);
- lakše i isplativije korištenje saobraćaja radi transporta *od, do i kroz/u* destinaciji;
- korištenje određenog modusa transporta ne samo radi transfera, nego i radi doživljaja (npr. žičara, ski-lift, eko-vozić i dr.).

Razvojem turizma, saobraćajno „umrežavanje“ i „povezivanje“ donosi lokalnom stanovništvu (i posjetiocima) izravnu korist po pitanju kvalitetnijeg i efikasnijeg transporta u destinaciji, kao i generalno na relaciji povezanosti s udaljenijim geografskim područjima: „*brže i lakše se stiže do odredišta*“, a „vrijeme“ je dragocjena kategorija u turizmu. „Da bi zajednica imala koristi, turistička destinacija mora biti uspješna i pristupačna. Turoperatori moraju investirati u infrastrukturu i telekomunikacije lokalnih i zajednica u okruženju. Ovo uključuje upravljanje i izgradnju cesta, promociju održivog transporta *od-do* zaštićenog područja i izgradnju komunikacione mreže: fiksna telefonija, stubovi za mobitele, internet, itd. Važnost je upravo u povezivanju turista i svijeta sa lokalnim selima i zaštićenim područjima“ (IUCN, 2015).

Tako Žunić (2012) navodi primjer austrijskih Alpskih sela, koja su polovinom 20.st. bila na „margini razvoja“, depopulaciona i izolirana područja (naročito zimi), sa stagnacijom i recesijom poljoprivredne proizvodnje, itd. Realizacijom nacionalne strategije za razvoj depopulacijskih područja, ruralni prostor Alpa se revitalizirao razvijanjem ruralnog turizma i komplementarnih djelatnosti, kao i izgradnjom saobraćajne i komunalne infrastrukture, tako da su ova sela danas dobro povezana s glavnim centrima i sl. Ruralni turizam čini 1/6 ukupne turističke ponude Austrije (1990-2000). U strategiji razvoja „*Ruralni razvojni program Austrije za 2014-2020*“ (RDP, *Evropska komisija*), navodi se da Austrija ima 80% ruralnog područja, u kome živi čak 66% stanovništva ove zemlje. Ovaj podatak dodatno svjedoči da su seoska područja u Austriji danas opremljena svom potrebnom

komunalnom, saobraćajnom i drugom infrastrukturom, kao i to da omogućavaju normalne uslove za život. Za evropski alpski prostor-*Alpsku turističku regiju* turizam predstavlja stratešku privrednu granu, jer generiše oko 50 milijardi EUR godišnjeg prometa i omogućava 10-12% poslova, a posjeduje brojne turističke konkurentne prednosti (dobre komunikacije; prirodni i kulturni potencijali; svjetski poznate ruralne i ski-destinacije; organizovan turizam; jak marketing; i dr.).

Tamrat (2016) navodi primjer *Lake Tana* regiona- biosferni rezervat (Etiopija), čiji je moderni turizam započeo 1940-ih godina uporedo sa razvojem saobraćajne i dr. infrastrukture za vrijeme italijanske okupacije (1936-1941), kada su uvedeni motorni brodovi i višenamjenske zgrade, koje su kasnije prerasle u hotele.

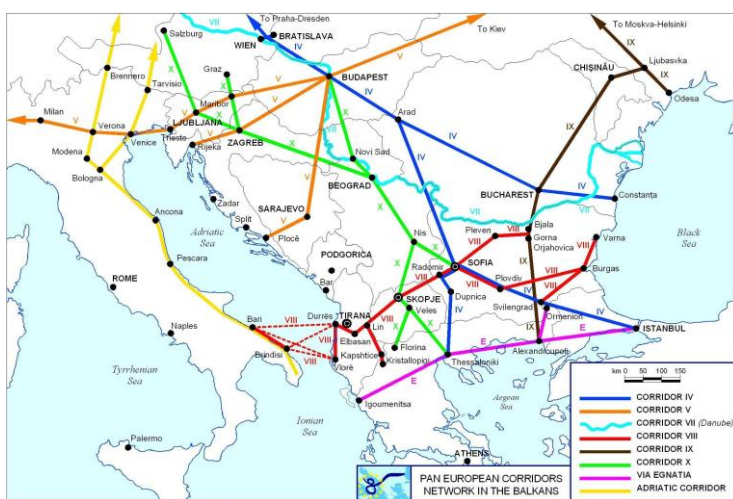


Karta 6. Lake Tana region (Etiopija), čiji turistički razvoj je podstaknut razvojem saobraćaja 1940-ih god. i ima const. protok stranih i domaćih turista (Google My Maps)

Sredinom 1940-ih, *Ethiopian Airlines*, internacionalni i interkontinentalni zračni prevoznik, povezao je strateški važne gradove *Gondar* i *Dire Dawa* i turistička mjesta sa *Adis Abebom*, kapitalnom prijestolnicom Etiopije, koja je ubrzo postala internacionalni konferencijski centar. Tako je povezanost *Bahir Dar* i *Adis Abebe* zračnim i cestovnim transportom, osigurala

konstantan promet³⁰ internacionalnih i domaćih turista u navedenom regionu. Najveći aerodrom u Etiopiji- *Adis Abeba ADD*, danas ima 22 miliona putnika godišnje.

Na primjeru Sarajeva i Bosne i Hercegovine, jedan od strateških ciljeva saobraćajnog, te ujedno turističkog i privrednog razvoja zemlje, je izgradnja koridora Vc, multimodalnog (cestovnog i željezničkog) pan-evropskog transportnog koridora (E73) koji povezuje Mađarsku, Hrvatsku i Bosnu i Hercegovinu na potezu Budimpešta-Osijek-Sarajevo-Ploče. U Prostornom planu za Kanton Sarajevo 2003-2023 (2006), navodi se da je razvoj turizma uvjetovan razvojem transportne mreže, i da poseban značaj ima Koridor Vc kao glavni faktor integracije Kantona Sarajevo i Bosne i Hercegovine u evropske saobraćajne puteve na sjeveru i sa morem na jugu.



Karta 7. Položaj Sarajeva u Pan-evropskoj koridornoj mreži Balkana i Evrope sa prepoznatim turističkim značajem koridora Vc, kao glavne poveznice Centralne Evrope i Jadrana (Mediterana)
(Žunić, 2017)

³⁰ Promet- materijalno mjerljiva pristupačnost, koja se izražava statistikom dolazaka, faktorima opterećenja i modelima potražnje, a zavisno od mogućnosti modusa i oblika transporta koji opslužuju potražnju

Žunić (2017) navodi da će koridor Vc značajno unaprijediti turistički razvoj i turistički položaj Sarajeva, jer će imati ogromni gravitacioni uticaj i dvojak karakter, kao glavna veza Centralne Evrope i Jadrana (Mediterrana), te kao pokretač razvoja brojnih područja koja su locirana duž koridora, u kojima će rasti prometne veze, ugostiteljstvo i turizam.

Infrastruktura i telekomunikacijski impakti ekoturizma mogu se mjeriti preko pristupa rekreativnim područjima, ZP ili sredstvima za život. Veza saobraćaja, ekologije i turizma vidi se na primjeru vrijednih područja sa povoljnijom saobraćajno-geografskom lokacijom, jer imaju bolje predispozicije za skoriju nominaciju usmjerene zaštite i turističkog razvoja. Npr. zaštićeno područje NP Una (BiH) ima povoljan prometni položaj za razvoj turizma, jer se nalazi u neposrednoj blizini urbanog centra Bihaća, od Zagreba (RH) je udaljeno 180 km i dobro je povezano sa glavnim turističko-putnim koridorom koji povezuje Centralnu Evropu i Jadran, što je (pored fundamentalnih motiva: bogati prirodni diverzitet i dr.), podstaklo njegovu zaštitu i usmjereni razvoj, kao i turističku eksploataciju (od 2008. godine). Uporedo s tim, unapređenje saobraćajne infrastrukture prvenstveno radi turizma je jedan od prioritarnih ciljeva ovog područja, pa je planirano njeno uređenje i modernizacija, uspostavljena je osnovna putna infrastruktura koja omogućava normalnu komunikaciju za lokalne zajednice i posjetitelje parka, proširenje puteva i parkinga, izgradnja i obnova cesta i staza, poboljšanje telekomunikacijskih veza, plovni puteva, uvođenje ekoloških oblika transporta, prestrukturacija namjene prevoza u turističke svrhe (*npr. turistički umjesto teretni voz*) i sl. U sklopu nacionalnog parka djeluje *turistički Rotary voz* sa otvorenim vagonima i panoramskim razgledanjem na potezu Bihać-Martin Brod (*manifestacija „Smaragdom dolinom rijeke Une“*), a aktuelno je planirana i žičara koja će povezivati Kulen-Vakuf sa srednjovjekovnim gradom Ostrovica, itd.

Rast turizma u glavnom gradu Bosne i Hercegovine, podstakao je nedavno i revitalizaciju Sarajevske (*Trebevičke*) žičare (*prvi put*

izgrađena 1959.; obnovljena 2018.), koja povezuje Bistrik (583 m n.v.) sa Vidikovcem na Trebeviću (1160 m n.v.), a sada predstavlja jednu od glavnih izuzetno rentabilnih i prosperitetnih atrakcija, jer se prihodi od žičare reinvestiraju u nove turističke projekte i dalji turistički razvoj.



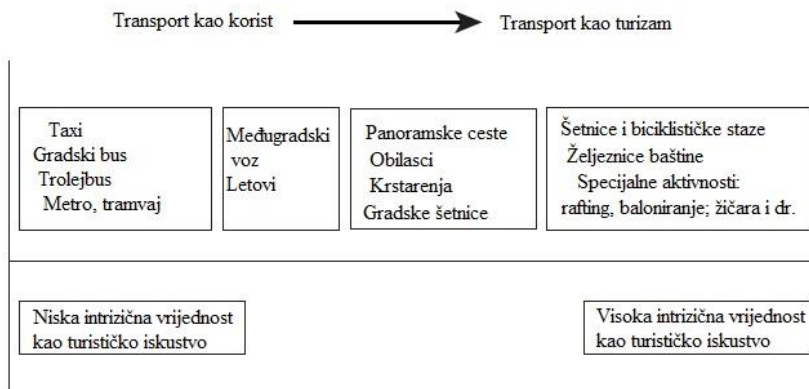
Sl.12. Sarajevska žičara- izlaz iz zimskog maglovitog urbanog područja na vedri planinski lokalitet ZP Trebević
(Autor)

Dakle, neosporiva je tijesna veza zaštite prirodne baštine, turizma i saobraćaja, koji se uzajamno podstiču na razvoj. Osim toga, svaka uspješna turistička destinacija treba da ima kvalitetno razvijenu saobraćajnu infrastrukturu i suprastrukturu, kao preduslov za ugodan boravak uz racionalnu štednju vremena, pa čak i iskustveni doživljaj (ako su u pitanju nesvakidašnji tipovi prevoza).

U kontekstu prethodnih navoda, a naročito po pitanju specijalnih oblika transporta pretežno u sklopu ili na relaciji sa ZP, kao što su npr. „panoramski voz“, „panoramska i adrenalinska žičara“ i dr., može se razumjeti i specifična veza turizma i transporta o kojoj

govore Page i Ge (2009), pojašnjavajući da transport ima dvojako dejstvo:

- a) „korisni transport“, i
- b) „turistička vrijednost“.



Shema 7. Kontinuum³¹ turizma i transporta
(Autor³²)

Kako se vidi sa prikazane sheme iznad, zavisno od oblika transporta kojim određena destinacija ili neko područje raspolaže, moguće je doživjeti transport kao „standardnu korist“ u smislu efikasnijeg transporta od jedne do druge tačke, ali i kao „turističku vrijednost“, onda kada uz taj transport dolazi određeni vid zadovoljstva, adrenalina i ugone, jer se s njim stiže na glavno odredište turističkih atrakcija i zabave, ili zato što još duž čitave rute postoji mogućnost panoramskog razgledanja i sl.

U prvom slučaju, standardna korist proizvodi nisko intrizično (unutrašnje) turističko iskustvo, uz napomenu da i ono može imati različitu skalu zadovoljstva, jer će biti veće ukoliko npr. neka

³¹ Kontinuum- koherentna cijelovitost

³² Bazirano na Page, Ge, 2009: dopunjeno i prilagođeno

urbana turistička destinacija nudi više različitih oblika transporta (*npr. Beč kao jedna od najpoželjnijih urbanih destinacija ima izvrstan transportni sistem: tramvaj, metro, voz, autobus i dr.*).

U drugom slučaju, specijalni oblici transporta, naročito ekološki i turistički namijenjen prevoz, proizvode visoko intrizično turističko iskustvo (doživljaj), jer su povezani sa oblicima klasičnog turizma, odmora i rekreacije (*npr. Sarajevo je poznato po prvom tramvaju u Evropi, pa je bila uređena njegova simulacija za turističku namjenu*)



Sl.13. Simulacija tramvaja iz Austro-ugarskog perioda u Sarajevu, 2014

(Autor)

➤ ***Prateća komunalna infrastruktura (voda; energija; otpad) i turizam***

Pristup energiji i vodi, njihovo korištenje za razne potrebe (osnovne fiziološke, rasvjeta, zagrijavanje, transport, pripremanje hrane i pića, čišćenje, pranje, kupanje, plivanje i dr. oblici rekreacije, električni pogon raznih uređaja za odmor i zabavu i dr.), kao i regulisanje odvoda otpadne vode uz minimalne gubitke, je

elementarna potreba svakog područja sa vitalnim životnim funkcijama, pa tako i za turističke destinacije ili ZP kao sve više tražene turističke lokalitete. Upravo zato turizam podstiče razvoj komunalne infrastrukture u turističkim sredinama, kako bi one bile funkcionalne i kako bi mogle zadovoljiti potrebe posjetilaca i dr., dok područja koja već imaju razvijene elemente komunalne infrastrukture, naravno uz neke druge attribute, imaju ujedno povoljniju predispoziciju za efikasniju turističku eksploataciju.

S.M. Frone i D.F. Frone navode da *između razvoja vodne i sanitarne infrastrukture postoji kompleksna zajednička veza u zemljama ili područjima sa turističkim razvojem*. Turistička aktivnost povećava potražnju lokalne vode i iskoristivost sanitarne infrastrukture. Ujedno nameće potrebu za održivim upravljanjem i razvojem lokalne vode i životne sredine, jer turističke usluge i atrakcije zahtjevaju dobro razvijen sistem upravljanja otpadnim vodama, kako bi se izbjegli dramatični efekti polucije (eutrofikacija jezera, promjene u vodenom ekosistemu i dr.). Turizam povećava upotrebu vode u vezi sa infrastrukturom i odmorom, i zato što je turistima potreban stalni pristup vodi. Zbog toga turizam generalno ima „urbanizirajući efekat“ na destinaciju (Frone, Frone, 2011). Upravo zbog toga, razvoj turizma u slabo razvijenim područjima, podstiče lanac pozitivnih efekata, pa tako razvoj komunalne i vodne infrastrukture, te tako modernizaciju destinacije i poboljšanje kvalitete života.

Frone & Frone (2013) navode da turizam kao socio-ekonomski razvojni instrument, na principima održivog razvoja i čuvanja tradicije, može biti pokretač unapređenja vodosnabdijevanja i sanitarne infrastrukture u ruralnim područjima, u smislu da unaprijedi kvalitet života i environmenta ljudi, lokalaca i turista. Implementacija održivog razvoja u receptivnim turističkim područjima je jedan od principa održivog turističkog razvoja, kako bi balansirali negativne i pozitivne efekte od turističkih aktivnosti. Tako Frone i Frone (2011) navode da je turistički razvoj u nekim visokorazvijenim turističkim regionima i zemljama EU, kao glavni

pokretač razvoja vodne i sanitarne infrastrukture, inicirao implementaciju ekoloških standarda radi zaštite od negativnih efekata turizma. Npr. Austrija, the Water Act 1959, dokument je utemeljen s ciljem da se zaštite bogata vodena tijela zemlje, a prvi put je uspješno primijenjen 1960-ih i 1970-ih godina, kada su umanjeni procesi eutrofikacije na austrijskim jezerima, koja su bila ugrožena turizmom.

Na primjeru NP Una (Bosna i Hercegovina), uspostavljena je osnovna infrastruktura koja omogućava normalan boravak i korištenje prostora za lokalne zajednice i posjetitelje parka sa minimalnim uticajem boravka na okolinu. Zakonskim aktima (Zakon o NP Una) je planirano uspostavljanje sistema odvodnje i prečišćavanja voda u parku (posebno na lokalitetu Orašac i Martin Brod) i za privredne subjekte, zatim izgradnja vodovoda u Martin Brodu, izgradnja i održavanje infrastrukture za zaštitu od poplava i dr., kao i monitoring kvalitete voda. Generalno, eko-principi kod izgradnje vodne i sanitarne infrastrukture važeća su za sva ZP.

Na primjeru turističke destinacije Sarajevo, problemi sa pristupom npr. javnom toaletu su rješavani uporedo sa izgradnjom modernih poslovno-tržišnih centara i ugostiteljskih objekata, ali i sa introdukcijom zaštićenih područja u okolici (ZP Trebević, Vrela Bosne, Bijambare), u kojima se poštuju eko-standardi tretmana otpadnih voda i sl. Osim toga, Žunić (2019) navodi da u Sarajevu (*turistička destinacija u razvoju*) zadnjih godina raste broj internacionalnih hotelskih lanaca koji baštine GHP (Green Hotel Policy), pa su rezultati istraživanja pokazali da lux hoteli koriste niskoprotodne umivaonike (50%), filter sisteme i informisanje gostiju o efikasnoj upotrebi vode (67%), kao i praćenje potrošnje vode na mjesečnom nivou (83%).

Razvoj turizma i energetske infrastrukture je također uzajamno podsticajan. Instaliranje turističke infrastrukture zahtjeva pristup elektromreži i energetskim sistemima, kao i pojačanje kapaciteta radi ukupne nosivosti i sl., pa ukoliko destinacija već posjeduje

kvalitetnu energetska infrastrukturu, lakše je priključiti smještajne objekte i turističko-zabavne uređaje i dr. S druge strane, ukoliko neko područje nema adekvatnu energetska infrastrukturu, a turizam je jedan od strateških ciljeva razvoja, onda će turizam biti stimulans da se najprije pripreme tehnički uslovi i energetska oprema (električna ili toplotna), kako bi se dalje mogli instalirati elementi turističke infrastrukture (smještajni kapaciteti, zabavni uređaji, rasvjeta, uređaji za zagrijavanje i hlađenje, telekomunikacione veze, elektronska vozila unutar resort destinacija i dr.).

„Turističko-infrastrukturni energetska sistem sadrži:

- a) uređaje koji zahtjevaju električnu ili toplotnu energiju;
- b) distributivne (decentralizacijske) i toplotne generatore;
- c) ljude koji koriste energiju i koji upravljaju sa energetska opremom.

Faktori koji utiču na korištenje energije u turističkim objektima su:

- a) veličina (po broju soba i broju posjetioca);
- b) ukupni broj zaposlenih i broj zaposlenih unutar objekta;
- c) klima;
- d) godišnji operativni raspored;
- e) nivo usluge;
- f) tip opreme.“ (Powering Tourism, USAID, 2005)

Turistički objekti koriste energiju za osvjetljenje, komunikacije, zagrijavanje i hlađenje, vodene pumpe i odvod, kancelarijske poslove, kao i za pripremu hrane, vruća voda za kupanje i čišćenje, usluga vešeraja, i struja za uređaje za zabavu gostiju (*bilo kao električna ili toplotna energija*).

Krstinić-Nižić te al. (2016) navode da je porast turističkih aktivnosti praćen porastom potražnje energije za različite funkcije, pa je značaj energetike za turistički sektor neporeciv. Npr. u Hrvatskoj komercijalne usluge čine oko 12% ukupne upotrebe

energije, a najvažniji faktor tih usluga je turizam. Korištenje energije je u vezi sa izgradnjom, ali i drugim oblicima upotrebe (pripremanje hrane, pranje). Pristup energiji u turističkom sektoru idu kroz posjednike, hotelijere, turističke menadžere i privatne vlasnike. Glossering procjenjuje da je upotreba energije u globalnom turizmu 14,8 pJ³³, a od toga 94% otpada na transport, 3,5% na smještaj i ostalo na druge aktivnosti. Globalna turistička industrija zahtjeva goleme količine energije za proizvodnju njenih produkata, usluga i iskustva posjetilaca. Prema Evropskoj komisiji turizam je treća socio-ekonomska aktivnost u EU i ima ukupan pozitivni impakt na ekonomski rast i zaposlenost. Turističke resort destinacije snabdijevaju se energijom kroz serijsku ekstrakciju, konvertne i distributivne sisteme. Dodatne količine energije se koriste za izgradnju infrastrukture, smještaj i druge uređaje.

Trull et al. (2019) su utvrdili rastuću pozitivnu vezu između upotrebe energije u sektoru turizma i noćenja. Navode primjer Balearskih ostrva koja imaju najveću upotrebu energije za vrijeme ljetne turističke sezone i Uskrsa, te da turizam čini 45% BDP tog područja, dok samo 11% kod Španije, što znači da je turizam glavni ekonomski stimulan, kao i to da sa porastom turističkih dolazaka, raste upotreba električne energije.

Jedan od popularnih primjera dobre veze stimulanisa razvoja održivog turizma i obnovljive energije je "*Akon Lighting Project*" (2016.-), u vrijednosti 1 milijarde USD, koji podrazumijeva instalaciju i upravljanje solarnim panelima na bazi kojih je omogućena elektrifikacija domaćinstava i ulična rasvjeta u ruralnim područjima u čak 17 zemalja Afrike (počev od Senegala), s ciljem da podstakne razvoj lokalnih poslova, a naročito održivog turizma. U planu je i izgradnja "*Akon City*" u Senegalu, koji bi trebao biti idealan primjer futurističke destinacije koja se gradi na

³³ Petadžul (pJ) mjerna jedinica energije, koja iznosi 1015 džula (1 milion bilion) ili 278 gigawatt sati (Australian Government: department of Industry, Science, Energy and Resources)

principima održivog razvoja, obnovljive energije i kriptovalute ("akoin"³⁴), tzv. "pametni zeleni grad".

Na primjeru lux hotela Sarajeva, rezultati ankete (*mišljenje radnika i/ili poslodavaca*) su pokazali da upotrebljavaju energiju iz obnovljivih izvora 50%, odnosno da imaju efikasni energetski sistem zagrijavanja i da koriste karbon neutralne izvore energije preko 83% (Žunić, 2019). Ovo se odnosi prvenstveno na hotele locirane u blizini termomineralnih izvora, čija se voda koristi za balneologiju, turističko-rekreativne uređaje i zagrijavanje. „Lux hoteli imaju partnerstvo sa lokalnim proizvođačima do 200 km radijusa 50%“ (Žunić, 2019), pa tako ostvaruju manji negativni uticaj na životnu sredinu, jer je kraća ruta transporta kod nabavke potrepština (minimiziraju se štetni učinci saobraćaja i sagorijevanja fosilnih goriva). „Sarajevski lux hoteli koriste tajmere i senzore za optimizaciju električne energije i pametne „key“ kartice 83,3%; hotelske sobe imaju efikasne moderne rashlađivače i LED uređaje 67%; spavaća zona i gostinjska kupatila koriste štedne lampe 83,4%; vrši se monitoring upotrebe energije i poduzimaju akcije za njenu redukciju 50%, pa tako koriste čak higijenski i „re-use“ program 67%, efikasni sistem zamračenja soba (tamni paravani, roletne i sl.) 100%, nepušačke sobe su minimum 80% i plus velika nepušačka zona u restoranima i barovima.“ (Žunić, 2019)

Osim potrebe za održivom upotrebom energije i vode u turizmu, potrebno je i efikasno, racionalno i rentabilno zbrinjavanje otpada, koji se vrlo brzo gomila u turistički posjećenim sredinama. „Prema WRAP, hoteli odlože 600.000 tona kompostnog otpada godišnje, dok su npr. u Sarajevu znatno povećane količine odloženog otpada za vrijeme ljetne i zimske turističke sezone zbog povećanog broja posjetilaca“ (Žunić, 2019), dok „dnevni prosjek iznosi 1 kg otpada po gostu“ (IUCN, 2015).

³⁴ Akoin- kriptovaluta bazirana na eko-standardima za privredne poduzetnike u Africi, čiji je osnivač Akon, senegalsko-američki muzički umjetnik, biznismen, inovator, reformator i humanitarac, poznat i kao „Sin Afrike“

„Prioritetni ciljevi za menadžere smještaja u vezi sa održivim upravljanjem otpada su:

1. *Redukcija* (kreirati što manje otpada uz mogućnost reciklaže, koristiti proizvode male i reciklirajuće ambalaže);
2. *Re-upotreba* (razmotriti mogućnost ponovne iskoristivosti, prodati ili donirati onima kojima će i dalje služiti);
3. *Sortiranje* (svakodnevna selekcija i sortiranje otpada prema vrsti: plastika, papir, organski);
4. *Reciklaža* (poslati sortirani otpad na reciklažu).“ (Evropska komisija)

Sarajevski lux hoteli generalno vode računa o sigurnom odlaganju hazardnog hemijskog otpada na sigurnoj udaljenosti od vodenih izvora 100%; preferiraju ekološke proizvode kao što su sapuni dispenzeri i šamponi u refillirajućim ambalažama (mogućnost ponovnog punjenja) 83,3%; koriste brzo razgradivi tzv. eko-toalet papir 50% (Žunić, 2019).

Što se tiče ZP u Bosni i Hercegovini, zakonskim aktima je propisano uspostavljanje adekvatnog sistema prikupljanja i zbrinjavanja otpada, kao i sanacija divljih deponija i neuređenih odlagališta otpada, npr. u NP Una se to odnosi prvenstveno na lokalitete: Kulen Vakuf, Martin Brod, Klisa, dok naravno svako zaštićeno područje ima svoje specifičnosti i zavisno od vlastitog „zoning“ plana i IUCN kategorije šticećenosti, određuju se prioritetni ciljevi i akcije, itd. Generalno, ZP imaju sistem naplate ulaza i nadzorni monitoring, a ako angažuju rendžere i eko policajce, te ukoliko karta sadrži osnovne eko-poruke (*kratki vodič*) i upozorenja vezano za novčanu kaznu, posjetioci (i ostali) su ekološki informisani i osviješteni po pitanju kulture ponašanja na relaciji sa odlaganjem otpada.

➤ ***Komplementarna infrastruktura (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.)***

Osim turističke i prateće komunalne infrastrukture neophodne za funkcionisanje turističke djelatnosti (saobraćaj, energija, voda i dr.), važna je i druga komplementarna infrastruktura: kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr. Potrebno je napomenuti da se ovaj tip infrastrukture često razvija uporedo sa „cvijetanjem turizma“ u destinaciji, jer se zbog poboljšanja životnog standarda (povećan broj poslova, zaposlenosti i prihoda) i smanjenih emigracija (naročito na relaciji selo-grad), zadržava stanovništvo u matičnim područjima, pa se tako dodatno proširuju „urbani“ sadržaji, kako bi lokalci imali kvalitetniju životnu sredinu. Dakle, nevezano da li se radi o ruralnoj ili urbanoj sredini, razvoj turizma svakako podstiče procese izgradnje društvene infrastrukture, mada je u urbanim destinacijama komplementarna infrastruktura generalno na višem nivou u odnosu na ruralne, pa se njena zavisnost od turizma baš zato više primjećuje na primjeru sela koje se razvijaju pod uticajem ove privredne djelatnosti.

Asmaniati et al. (2016) navodi kako ruralno-turistički razvoj uključuje 2 aspekta:

- a) *fizički*: izgradnja glavnih objekata (uređaja, infrastrukture i humanih resursa) u seoskim područjima, kao što su: lokalni putevi, kuće, naselja, mostovi, brane, irigacija, bogomolje, obrazovne ustanove (i plus obrazovanje u duhovnom smislu, regulacija, kurikulum i metode učenja), sportske, itd.
- b) *humanistički napredak*: mogućnosti, vještine i osnaživanje ljudi u ruralnim područjima kao građana, kroz obrazovanje i trening, njegovanje ekonomski, zdravstveno, duhovno, itd.

U vezi s prethodnim konceptom, Žunić (2012) navodi primjer austrijskog ruralnog prostora Alpa, u kome su razvoj ruralnog turizma i komplementarnih uslužnih djelatnosti uporedo, omogućili

dodatne prihode, inicirali razvoj komunalne infrastrukture, zaustavljen je pad broja stanovnika ispod nivoa potrebnog za održavanje društvenih institucija i servisa. Ovo praktično upućuje na to da su austrijska sela zahvaljujući „revitalizaciji privrede i života“ dobila zdravstvene i obrazovne ustanove (škole), prodavnice, ugostiteljske i smještajne objekte i dr., tj. elemente društvene (*socio-kulturne* i *privredne*) infrastrukture.

„*Kulturno-obrazovna infrastruktura*“ obuhvatala bi sve kulturne i obrazovne institucije, kao i humane resurse, te kulturne, obrazovne i duhovne ciljeve čovječanstva, odnosno lokalaca i posjetilaca, itd. *Obrazovna infrastruktura* u najprostijem smislu podrazumijeva pogodan prostor za učenje (uži je pojam od „kulturno-obrazovne“). Moglo bi se govoriti o materijalnom i *nematerijalnom* aspektu obrazovne infrastrukture. *Materijalni* bi podrazumijevao fizičke kapacitete (obrazovne ustanove), kabinetsku opremu i uređaje, knjige i pribor za učenje, nastavna sredstva i pomagala, tj. razne instrumente koji se koriste u procesu učenja i realizacije nastavnog procesa. *Nematerijalni* bi podrazumijevali humane resurse: kvalifikovani kadar, npr. nastavnike i stručne saradnike (pedagog, bibliotekar i dr.), ali i tehničke, administrativne i druge potrebne radnike za obavljanje različitih poslova (dokumentacija, ekonomika, održavanje, čišćenje, kuhanje i dr.), učenike/ studente, te proces učenja, sticanja znanja i vještina, kulturno i duhovno uzdizanje, umrežavanje, razmjenu, inovacije i projekte. *Fizičke komponente kulturno-obrazovne infrastrukture* su: obrazovne ustanove (škole i fakulteti), biblioteke, kulturni centri, pozorišta i kina, muzeji, itd.

Sa aspekta turizma, naročito je značajna tematska identifikacija visokoškolskih ustanova za turizam u Bosni i Hercegovini, jer najbolje odražava instaliranje potrebne obrazovne infrastrukture u direktnoj vezi sa turističkim razvojem destinacije- *tabela*:

Tab.12. Visokoškolske ustanove za turizam u Bosni i Hercegovini

Univerzitet	Fakultet	Studij/ smjer
Univerzitet u Sarajevu	Prirodno-matematički fakultet, Odsjek za geografiju	Turizam i zaštita životne sredine
	Ekonomski fakultet u Sarajevu i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Sveučilište u Rijeci	Menadžment-turizam (<i>zajednički master program</i>)
Univerzitet u Istočnom Sarajevu	Ekonomski fakultet	Turizam i hotelijerstvo
Univerzitet za poslovne studije Banja Luka	Fakultet za turizam i hotelijerstvo	- Turizam - Hotelijerstvo - Restoraterstvo - Gastronomija
Sveučilište u Mostaru	Prirodoslovno-matematički fakultet	- Turizam i zaštita okoliša
Univerzitet „Džemal Bijedić“ u Mostaru	Ekonomski fakultet	- Turizam (<i>I ciklus</i>) - Menadžment u kulturnom turizmu (<i>II ciklus</i>)
Sveučilište Hercegovina	Fakultet društvenih znanosti dr. Milenka Brkića	Turizam
Univerzitet u Bihaću	Ekonomski fakultet	Menadžment i marketing u turizmu
Univerzitet Sinergija Biljeljina	-/- i Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment u Beogradu	Turizam i hotelijerstvo (<i>zajednički studij</i>)
Visoka škola za turizam i menadžment u Konjicu	-/-	- Geoturizam - Komunikologija i turizam Menadžment u turizmu
Visoka škola za turizam i hotelijerstvo Trebinje	-/-	- Turizam i hotelijerstvo (<i>trogodišnji studij</i>) - Poslovna ekonomija turističke privrede (<i>četverogodišnji</i>)

(Autor)

Potrebno je skrenuti pažnju da je introdukcija fakulteta- studija za turizam u BiH dosta mladog postanka, jer su uglavnom nastali uvođenjem Bolonjske reforme obrazovanja od 2005. godine, kada su već prepoznate potrebe za turističkim obrazovanjem kadrova zbog pozitivnog turističkog razvoja prije svega Sarajeva, pa tako i čitave Bosne i Hercegovine. Među prvima su nastali studiji turizma upravo na području Sarajeva, npr. „studij turizma i zaštite životne sredine“ na Odsjeku za geografiju PMF UNSA (od 2005.), koji je odmah po osnivanju „zaživio“ i ima konstantno pozitivnu tendenciju potražnje, dok su neki osnovani dosta kasnije i predstavljaju najmlađe studije turizma kod nas, npr. zajednički studij turizma na Ekonomskom fakultetu UNSA ili studij turizma na Univerzitetu Džemal Bijedić u Mostaru, itd.

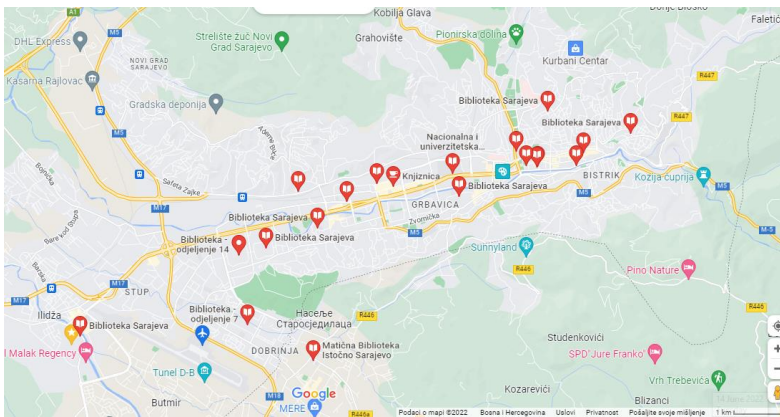
Osim toga, izvršena je identifikacija obrazovnih ustanova na području Kantona Sarajevo na sva 3 nivoa školovanja: osnovne, srednje i visokoškolske, čisto da se predstave elementi obrazovnog sistema glavne urbane destinacije, *capitala* Bosne i Hercegovine- najvećeg gravitacionog centra u koji dolaze mladi radi školovanja:

Tab.13. Obrazovne ustanove na područja Kantona Sarajevo (2020/21)

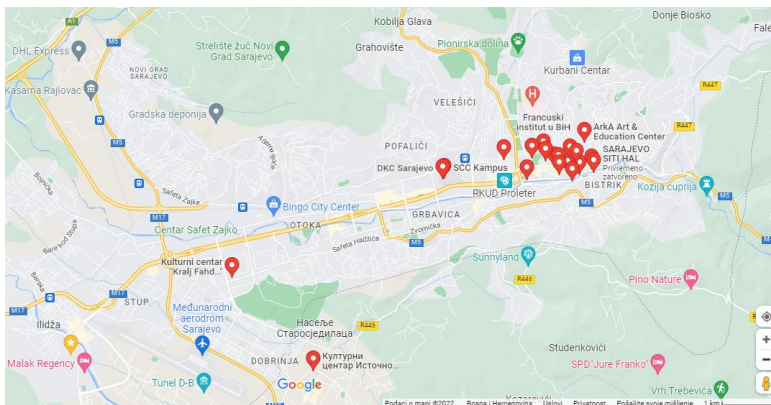
TIP	BROJ	BROJ UPISANIH
Redovne osnovne škole	92	37790
Škole s posebnim potrebama	4	253
Osnovne muzičke škole	4	1275
Osnovne baletske škole	/	31
Srednje škole	40	14825
- Gimnazije		4681
- Tehničke	36	6936
- Stručne		2298
- Umjetničke		298
- Vjerske	1	485
- S posebnim potrebama	3	127
Visokoškolske (fakulteti)	31	26008
- Javni	23	22080
- Privatni	5	3249
- Vjerski	3	679

(Autor³⁵)

Na karti ispod je prikazan i razmještaj biblioteka na području Kantona Sarajevo, a većina ih je locirana u Starom Gradu ili Centru, dok je npr. *Nacionalna i univerzitetska biblioteka* na području općine Novo Sarajevo u neposrednoj blizini Poljoprivredno-prehrambenog fakulteta i odmah preko puta Prirodno-matematičkog fakulteta u Sarajevu:



Karta 8. Biblioteke na području Kantona Sarajevo
(Google Earth Maps)



Karta 9. Kulturni centri u Sarajevu
(Google Earth Maps)

³⁵ Bazirano na podacima Statističkog biltena KS, 2021

Prema karti prostornog razmještaja kulturnih centara, najveća gustoća im je na području centra i starog grada (koji su turistički najposjećeniji), a ima ih desetak i više: *BKC, Centar za kulturu Sarajevo, KC Kralj Fahd, AKCUS Seljo, Centar kulture i mladih općine Centar, Austrijski KC, Francuski institut u BiH, KC Ambasade Islamske Republike Iran, KC Sarajevo meeting of cultures, edukativno-kulturni centar Tesnim, dom kulture Saraybosna Kultur Sanat Evi, Institut Yunus Emre*, itd.

U Bosni i Hercegovini djeluju i brojna nacionalna kulturno-prosvjetna društva: KDB „Preporod“, HKD «Napredak», SPKD „Prosvjeta“, Jevrejsko kulturno-prosvjetno i humanitarno društvo „La Benevolencija“, kao i udruženja i kulturna društva nacionalnih manjina Roma, Slovenaca, Ukrajinaca, Čeha, Albanaca, Poljaka, Makedonaca, Bugara, Austrijanaca, Nijemaca, Turaka, Italijana, Rusina, Mađara, Rusa, Slovaka i drugih.

U tabelama ispod su prikazana pozorišta i kina za KS sa statističkim pokazateljima posjećenosti, jer imaju kulturno-obrazovnu funkciju, lokalni i turistički značaj:

Tab.14. Pozorišta u Kantonu Sarajevo

	Pozorišta / kazališta	Predstave	Posjetitelji	Zaposleni
Profesionalna pozorišta/kazališta				
2019	3	336	61.536	291
Centar Sarajevo	3	336	61.536	291
Amaterska pozorišta/kazališta				
2019	1	13	5.600	3
	1	13	5.600	3
Pozorišta/kazališta za mlade				
2019	1	106	14.587	42
Centar Sarajevo	1	106	14.587	42

(Statistički bilten KS, 2021)

Iz tabele se vidi da su sva pozorišta locirana na području centra, te da najveći broj predstava i ujedno najveći broj posjetilaca imaju „profesionalna pozorišta“.

Tab.15. Kina u Kantonu Sarajevo

	Kina	Predstave	Posjetitelji	Zaposleni
2019	4	8.472	353.023	47
Centar Sarajevo	2	8.162	335.275	42
Ilijaš	1	2	233	1
Novi Grad Sarajevo	1	308	17.515	4

(Statistički bilten KS)

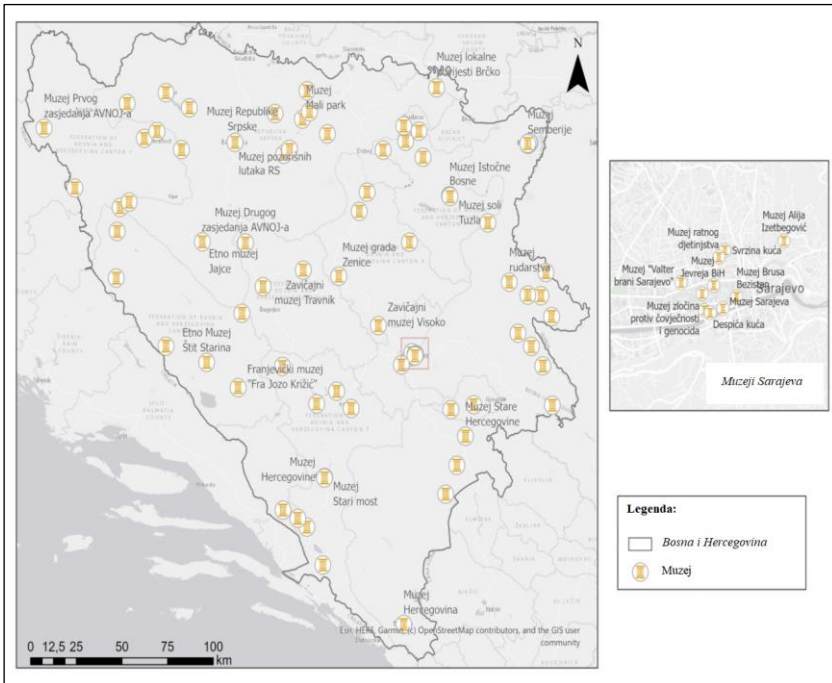
Iz tabele zaključujemo da je nažalost manji broj kina u gradu, uglavnom su locirana na području centra, koja imaju preko 90% učešće po pitanju svih stavki: predstava, posjetilaca i zaposlenih.

Turistički razvoj nakon rata u Bosni i Hercegovini (1992-1995) je podstakao razvoj i izgradnju brojnih kulturno-obrazovanih institucija prije svega muzeja različitog tematskog karaktera, koji danas predstavljaju važan dio turističke ponude.



Sl.14. Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, zgrada Parlamentarne skupštine (plava) i iza Swissotel lux. hotelski lanac, Sarajevo

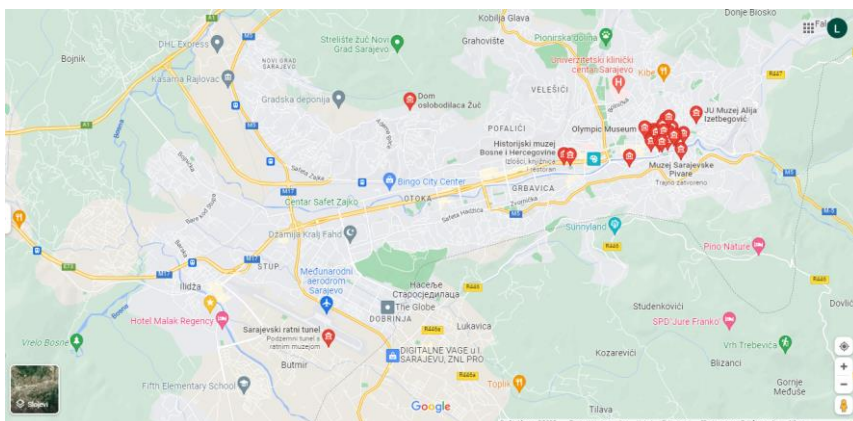
(Autor)



Karta 10. Muzeji u Bosni i Hercegovini
(Autor)

Sa karte se vidi crveni kvadratni poligon koji ukazuje na najgušću koncentraciju muzeja upravo na području glavnog grada *Sarajeva*. Većina muzeja prema sadržaju je tematska (specijalizirana), dok je klasični primjer općeg i multidisciplinarnog muzeja „Zemaljski muzej u Sarajevu“, nacionalni muzej zemlje i dio Austro-Ugarskog kulturno-historijskog naslijeđa (1888).

Prema karti prostornog razmještaja muzeja u Sarajevu, najveća gustoća je na području Starog grada, orijentalna kulturno-historijska jezgra destinacije, koja ima najveću turističku vrijednost:



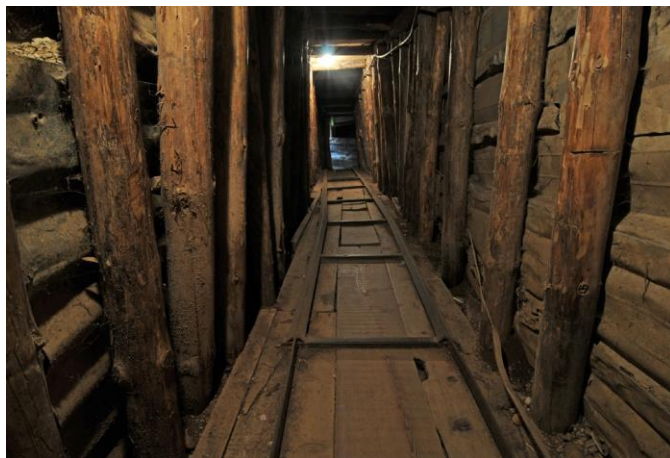
Karta 11. Muzeji u Sarajevu
(Google Earth Maps)

Uticaj turističkog cvijetanja destinacije je ubrzao razvoj muzeja naročito s početkom novog 21.st., jer je veliki broj muzeja otvoren upravo tokom 2000-ih godina, kada je Sarajevo već prevazišlo krizu *taboo- ratne destinacije* i zaživjelo kao sigurna i prosperitetna turistička destinacija: „Bošnjački institut“ (2001)- *kultura, historija i tradicija Bošnjaka i drugih naroda BiH*; „Muzej Alije Izetbegovića“ (2007)- *društveni, politički i intelektualni život prvog predsjednika Bosne i Hercegovine*; „Art kuća sevdaha“ (2008)- *muzej naslijeđa*; „Muzej ratnog djetinjstva“ (2017)- *kolekcija predmeta, audio i video-svjedočenja o odrastanju u ratu*; „Muzej optičkih iluzija“ (2020)- *zabavno-edukativni, najveći u regiji*; „Olimpijski muzej“ (1984; ponovo otvoren 2020)- *ekspoziti XIV ZOI '84 i EYOF 2019, itd.*

- ❖ *Sarajevski ratni tunel (1996) ima najveću savremenu turističku vrijednost prema impresijama turista, jer izaziva najdublje ljudske emocije: tugu i suosjećanje („visoki turistički doživljaj“) što su potvrdili rezultati empirijskog istraživanja (Žunić, 2018), kao i preko 2000 recenzija posjetilaca muzeja u BiH (Trip Advisor: 4.5).*

„Muzej opsade grada, Tunel spasa, spomenički kompleks Tunel D (Dobrinja)-B (Butmir), Sarajevski ratni tunel predstavlja ratni i

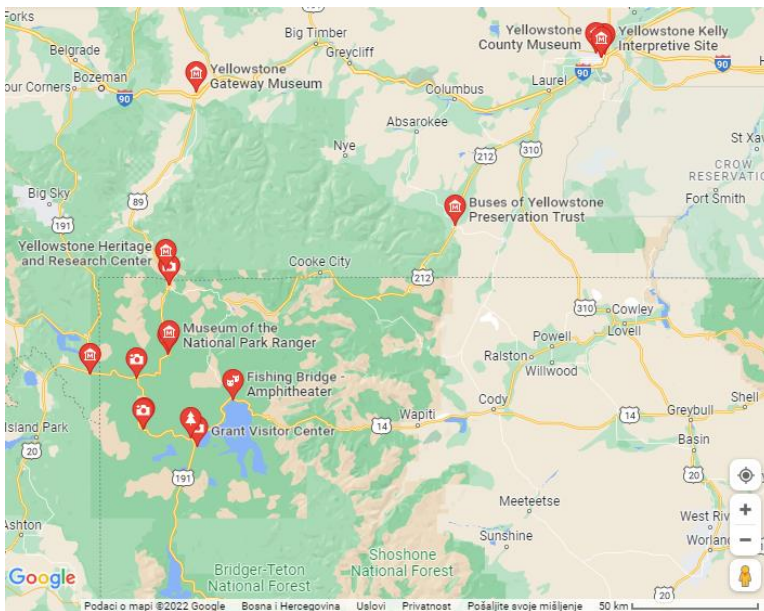
memorijalni motiv za koji se veže značajan dio savremene i teške historije Sarajeva; to je podzemni tunel ispod Sarajevskog aerodroma, koji je izgrađen pod otežanim ratnim uslovima 1993. (BiH: 1992-1995) i pod stalnim granatiranjem, a služio je za prenos robe i ljudi (hrana, oružje, lijekovi, ranjenici) prvo na leđima i rukama, a kasnije uskom prugom i malim vagonima, kao i za uspostavljanje telefonske veze Sarajeva i slobodne teritorije. Turistima- posjetiocima je nezamislivo je da je nekoliko stotina ljudi zavisilo od malog uskog prolaza ispod Aerodroma. Sačuvani dio tunela, kao i eksponati u pratećem muzeju, čuvaju uspomenu na hrabrost stanovnika Sarajeva i njihovu borbu za opstankom za vrijeme surove opsade. Nema sumnje da je Tunel spasa odigrao jednu od ključnih uloga u odbrani Bosne i Hercegovine i njenog glavnog grada, Sarajeva“ (Žunić, 2018). Trenutno se nalazi na listi peticija za nacionalne spomenike Bosne i Hercegovine, a od 2015. je zaštićeno dobro baštine KS II kategorije (Nacrt UP„Spomenički kompleks UP Tunel D-B“, 2018).



*Sl.15. Sarajevski ratni tunel D-B
(Žunić, 2018)*

Potrebno je naglasiti da su muzeji i prateća infrastruktura zaštićenih područja, zavisno od zoning plana i sl., jer su istovremeno prezentacija baštine i ujedno vizitorski centri (prijem

posjetilaca). Npr. nacionalni park Yellowstone (NW USA) ima brojne muzeje (otvorene i zatvorene): *Museum of the National Park Ranger*, *Norris Geyser basin (geotermalni lok.)*, *Fishing Bridge*, *Museum of the Yellowstone*, itd. Yellowstone muzejska kolekcija sadrži preko 720.000 uzoraka, koji pored arhivske i dokumentacione kolekcije, dokumentiraju kulturnu i prirodnu historiju parka. Muzejska kolekcija sadrži prirodnu historiju, arheološku, i kulturne objekte, uključujući i opsidijanske uzorke (vulkansko staklo), lobanje prvih vukova reintroduciranih u park...



Karta 12. Muzeji u NP Yellowstone
(Google Earth Maps)

U nacionalnim parkovima Bosne i Hercegovine, broj muzeja je mali, a zasada je poznato da se na teritoriji NP Kozara nalazi 1- *Muzej na Mrakovici*, dok na području NP Sutjeska 2- *Muzej bitke na Sutjesci* i ratni muzej *Spomen dom*.

„Zdravstvena infrastruktura“ su sve bolnice, provincijske bolnice, ruralne bolnice, specijalizirane bolnice, zdravstveni centri, zdravstvena obavještajna služba (WHO). Javna zdravstvena infrastruktura omogućava lokalnim zajednicama i državi kapacitet

da preventiraju bolest, promovišu zdravlje, kao i da se pripreme i odgovore na akutne (hitne) bolesti i hronične izazove za zdravlje. Infrastruktura je temelj za planiranje, dostavljanje, evaluaciju i poboljšanje javnog zdravlja. Bazira se na 3 komponente: *a*) sposobna i kvalifikovana radna snaga; *b*) ažurirani podaci i informacioni sistemi; *c*) agencije kadre da procijene i odgovore na potrebe javnog zdravlja (Office of disease prevention and Health promotion).

Zdravstvena zaštita u Kantonu Sarajevo obavlja se kroz djelatnost zdravstvenih ustanova u javnom sektoru i djelatnost privatnog sektora, a u skladu sa Zakonom o zdravstvenoj zaštiti i Zakonom o zdravstvenom osiguranju (Žunić, 2018). U strukturi državnih zdravstvenih ustanova su: bolnice, domovi zdravlja, područne i tematske ambulante (npr. za zdravstvenu zaštitu radnika ili MUP pripadnika, RVI i sl.), specijalistički zdravstveni centri, zavodi, apoteke i dr. Prema administrativno-teritorijalnom uređenju Kanton broji 9 općina (Stari Grad, Centar, Novo Sarajevo, Novi Grad, Ilidža; Vogošća, Ilijaš, Hadžići, Trnovo), pa tako svaka ima svoju organizacionu jedinicu- dom zdravlja (9), dok je broj područnih ambulanti puno veći i u zavisnosti od veličine općine (naročito broj stanovnika), pa npr. prednjači općina Novi Grad. „Sarajevo ima tri bolničke institucije: KCU Sarajevo, Opća bolnica „Abdullah Nakaš“ i Kantonalna psihijatrijska bolnica, a kao 4. specijalizirana bolnica evidentira se *Zavod za alkoholizam i druge toksikomanije*“, sve četiri su locirane na području općine Centar, koja generalno ima najveću koncentraciju zdravstvenih ustanova u gradu preko 40%“ (Žunić, 2011).

Turizam podstiče razvoj zdravstvene infrastrukture u destinaciji i zaštićenim područjima. ZP i zajednice koje žive oko njih često su izolirani i nemaju dovoljnu medicinsku i zdravstvenu infrastrukturu. Ove osnovne potrebe često kompenzira turistički razvoj, jer turisti zahtjevaju siguran odmarališni environment, pa tako donosi zdravstvene ustanove u udaljena ZP ili čak specijalno

Tab.16. Popis banaka u turističkoj destinaciji Sarajevo

1. ABS banka
2. Addiko bank
3. ASA
4. Balkan investment
5. BOR
6. BBI- Bosna bank international
7. CENTRALNA BANKA BOSNE I HERCEGOVINE
8. FIMA banka
9. Hypo-alpe-adria
10. Intesa Sanpaolo
11. Investicijska banka FBiH
12. Komercijalno-investicijska banka
13. Moja banka
14. NLB Tuzlanska banka Sarajevo
15. Nova banka
16. Poštanska banka
17. Privredna banka Sarajevo
18. ProCredit Bank Sarajevo
19. Raiffeisen Bank d.d. BiH
20. Razvojna banka Federacije BiH
21. SberBank
22. Sparkasse
23. ZiraatBank
24. UniCredit
25. Union
26. Vakufska banka
27. Volksbank

(Žunić, 2018)

Većina banaka su privatizirane, strani su investitori i vlasnici, najviše iz visokorazvijenih evropskih zemalja (Njemačka, Austrija, Italija; Hrvatska), Turska i Bliski Istok (KSA i UAE). Najveće banke posljednjih godina su: UniCredit, Raiffesen Bank, Intesa Sanpaolo, Sberbank i BBI. Iako prve 4 banke kontrolišu preko 60% tržišta, ipak najbolje lokacije (*sa aspekta turizma*), prije svega

Centar i Ilidža (u kojima je gro posjetilaca) drži BBI banka, koja se uz to smjestila unutar jednog od najpopularnijih i najvećih poslovno-trgovačkih centara u gradu „BBI“, u kome se redovito, a naročito tokom ljetne i zimske turističke sezone, odvija intenzivna turistička razmjena valute.

- ❖ *Bosna bank international (BBI)* je ponijela nagradu »Najbolji poslodavac« jer mnogo ulaže u brend, humane resurse i njihov razvoj i pokazuje jednak respekt prema zaposlenima i klijentima. BBI je orijentirana na islamsko bankarstvo (poslovanje u skladu sa "šerijatom", tj. islamskim principima i propisima), što uglavnom odgovara poglavito muslimanskom stanovništvu Kantona Sarajevo. Istovremeno ima prepoznat međunarodno priznat kvalitet (»Perdana Leadership«, međunarodno priznanje najuspješnijim privrednicima, 2013 i nagrada za »Međunarodno bankarstvo«, Islamski univerzitet, Malezija). Ova banka zbog svoje izrazito povoljne lokacije (u strogom centru grada) i integriteta sa istoimenim vrlo popularnim poslovno-tržišnim centrom (koji nudi usluge: smještaj, gastronomija, šoping, igraonica, vidikovac sa terase, frizeraj, itd.) ima izrazito veliki promet turista-posjetioca Sarajeva. Zaposlenici dobro poznaju strane jezike, te mogu uspješno odgovoriti na zahtjeve turista (Žunić, 2018).

Većina turista je zadovoljna uslugom bankarstva (Žunić, 2018), tačnije 66% turista ju je ocijenilo „dobrom“ (Žunić, 2016).

„Trgovina“ je složena uslužna djelatnost koja se bavi razmjenom dobara (proizvodnja i potrošnja). Međunarodna trgovina je dio međunarodne podjele rada kojoj pripadaju razni oblici međunarodne saradnje kao što su razmjena u turizmu, prometu, platnom prometu i finansijama. Međunarodna trgovina se odnosi na razmjenu između više zemalja (Nurković, R., 2006).

Trgovina je disperzno raspoređena u gradu na nekoliko odvojenih lokacija. Bitan je sadržaj svakog gradskog centra i najviše ga atraktivira. Vrste i broj prodavnica u naselju odnosno u njegovom centru zavise od broja potrošača i njihovoj kupovnoj moći. Za razmještaj prodavnica bitni kriteriji su: blizina, posjećenost, izbor i kvalitet (Maretić, M., 1996). Razmještaj trgovina u gradu, trgovine na veliko i trgovine na malo, redovito prelazi gradsku među, a za prodaju robe postoji više tipova prodavnica. Neki od elementarnih tipova prodavnica u gradu su: supermarket , hipermarket i robna kuća (Vresk, M., 1990). Međutim, savremena podjela trgovine po vrsti trgovinske radnje (prodavnice) uključuje i velike modernizirane poslovno-tržišne centre (tzv. "malls") .

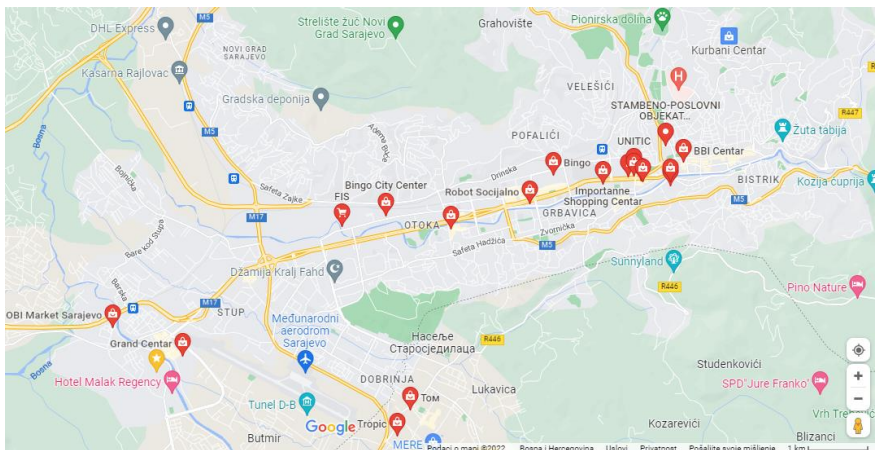
U destinaciji Sarajevo su zastupljene razne vrste prodavnica, ali su najpopularniji i najposjećeniji veliki tržišni centri uređeni po savremenim standardima i po uzoru na neke od prestižnih molova u evropskim metropolama. Trgovinska djelatnost je kod nas zaživjela naročito nakon rata i agresije na Bosnu i Hercegovinu zbog velikog kolapsa industrije i prestrukturacije na tercijarne djelatnosti. Prije rata (1991) najpopularnija je bila robna kuća "Sarajka", na čijem mjestu je danas izgrađen jedan od vodećih trgovinskih centara BBI.

Izgradnja savremenih poslovno-trgovačkih centara doprinosi stvaranju boljih prometnih komunikacija, pojačava gravitacijsku zonu grada, unapređuje opće komunalne i higijenske uslove u gradu, reducira stopu nezaposlenih i sl., te podstiče turistička kretanja...

Trgovina/ šoping predstavlja konstitutivni dio turističkog proizvoda Kantona Sarajevo 15% (Privredna komora Kantona Sarajevo). Turisti su uglavnom zadovoljni“ (Žunić, 2018), tačnije „preko 70% turista je ocijenilo uslugu šopinga „dobrom“ (Žunić, 2016). „Uzevši u obzir da je trgovina vodeća poslovna djelatnost u našem gradu i primarna turistička usluga, analiziran je prostorni

razmještaj tržnih centara u samoj destinaciji. Utvrđeno je da je najveća gustoća savremenih poslovno-tržišnih centara na području općina Ilidža i Novo Sarajevo, a zatim Novi Grad i Centar, dok na području općine Stari Grad nema savremenih prodavnica zbog šticećenja autentičnosti orijentalnog ambijenta (npr. Brusa Bezistan).“ (Žunić, 2018)

Međutim, trend izgradnje poslovno-trgovačkih centara je izrazito pozitivan na području destinacije Sarajevo, upravo zbog rasta turizma, ali i zbog potreba lokalnog stanovništva, kako bi se smanjile gužve i sadržaji učinili lakše dostupnim, pogotovo u blizini novih stambenih zona, jer se Sarajevo generalno razvija i urbanizira iz dana u dan sve više i više.



Karta 14. Prostorni razmještaj poslovno-tržišnih centara u Sarajevu
(Google Earth Maps)

„U Sarajevu se mogu izdvojiti tri tipa lokacije trgovačkih centara: u središtu grada, na raskrsnicama glavnih saobraćajnica, te u blizini cestovnih čvorišta na rubovima grada (Nurković, R., 2009). Najposjećeniji poslovno- tržni centri su u centru grada u tzv. CBD zoni (SCC, Alta i BBI). Vodeći motivi posjete su: šoping i gastronomija“ (Žunić, 2018).

- ❖ *"Sarajevo City Center" (SCC)* se sastoji od četiri odvojena, ali komplementarna dijela: hotel s pet zvjezdica, poslovni uredski prostor, šoping centar i zabavni kompleks, i garaža (sa preko 1.100 mjesta) na 4 etaže. Shopping Mall i zabavni kompleks su locirani na površini od gotovo 49.500 m² sa jakim naglaskom na najpoznatije međunarodne brendove. SCC upošljava preko 1.500 ljudi. Izgradnja SCC je bazirana na jedinstvenom arhitektonskom i građevinskom rješenju, koje će ubrzo postati prepoznatljiv simbol destinacije. Lociran je na Marin Dvoru, najvažnijem komercijalnom i rezidencijalnom dijelu Sarajeva. Nalazi se odmah pored administrativnih (državne i zgrade parlamenta, ambasada), poslovnih (Unitic, Avaz) i kulturnih centara (muzeji, instituti, univerzitetski kampus). Udaljen je samo pet minuta vožnje od Starog grada, a 15 minuta od Međunarodnog aerodroma Sarajevo (Službeni portal SCC).
- ❖ *»BBI«* je novi prodajni i poslovni centar na mjestu nekadašnje robne kuće Sarajke. Dizajniran je prema najvišim konstrukcijskim i arhitektonskim standardima. Površina 43.000 m², od toga 7.000 m² uredskog prostora do 10 spratova. Moderni BBI centar ima supermarkete, praktikume, salone ljepote, frizeraj, fitness, autopraonicu, ATM mašine, banke, restorane, kafeterije, igraonice i mnoge druge luksuzne prodavnice. Lociran je u centru i ima podzemnu garažu sa 464 parking mjesta. Zapošljava preko 1000 radnika. Osnovni koncept objekta BBI Centra je galerija – otvoreni prostor, prostor za izložbu sa kvalitetnim dnevnim svjetlom, u kojem su izložene razne robe i brendovi, umjetnine ili pak usluge i servisi interesantni posjetiteljima. Prozračni prostor vidljiv je s vana iz perspektive pješaka prolaznika. Cilj je bio funkcionalno i vizuelno povezivanje vanjskog i unutarnjeg prostora. Pokretne trake i pokretne stepenice, kao i tri brza panoramska lifta namijenjena su posjetiteljima shopping zone. Trg ispred BBI Centra površine oko 5.500 m²,

idealna je prilika za odmor na otvorenom, jer je u potpunosti opremljen urbanim mobilijarom (klupe, žardinjere sa cvijećem, osvjetljenje, fontana). Trg je mjesto susreta građana gdje se u organizaciji BBI Centra i drugih saradnika, održavaju umjetnički performansi, dječije igraonice i radionice, koncerti, promocije, sportska takmičenja, itd. (Službeni portal BBI).

- ❖ »Alta« od 2010. godine, moderni tržišni centar u srcu poslovne zone destinacije (CBD), ukupna izgrađena površina 24.000 m², za izdavanje 11.900 m². Velika potrošačka zona, elitna poslovna i stambena lokacija, izuzetna vidljivost i prilaznost. Alta Shopping centar ima i dvije podzemne etaže sa 200 parking mjesta. U svom konceptu objedinjuje kupovinu, gastro uživanja, ljepotu i zdravlje, te ostale raznovrsne usluge (Službeni portal Alte)“ (Žunić, 2018).

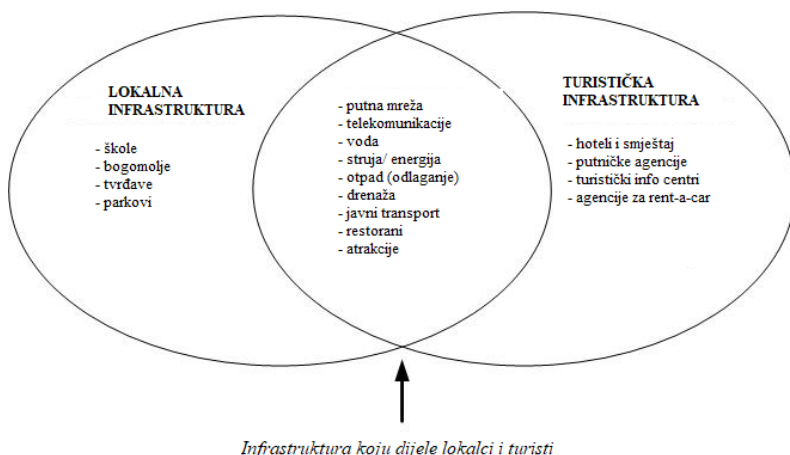
➤ ***Tematska- turistička infrastruktura (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje)***

„*Turistička infrastruktura*“ su svi objekti u kojima se pružaju turističke usluge. Prema WTO, turističke i putničke usluge obuhvataju usluge koje pružaju hoteli i restorani (uključujući i katering), putničke agencije i turoperatori, turistički vodiči i druge povezane usluge. Kotler definiše uslugu kao umjetnost pridobivanja i zadržavanja potrošača i dobiti uz stvaranje zadovoljstva potrošača. Marks navodi da je usluga proces stvaranja vrijednosti za kupca i ima posebnu upotrebnu vrijednost rada ukoliko je korisna ne kao stvar, nego kao djelatnost. Dobro et al. kategorišu usluge na: privredne i neprivredne. *Privredne usluge* su upotrebne vrijednosti koje se razmjenjuju za novac samostalno (npr. PPT usluge) ili u vezi s korištenjem nekog proizvoda (npr. prevoz). *Neprivredne usluge* su upotrebne vrijednosti koje se razmjenjuju za novac direktno (npr. ulaznica za pozorišnu predstavu) ili indirektno (zdravstvene, obrazovne i druge usluge

koje se finansiraju iz državnog budžeta). Turistička privreda je skup privrednih i neprivrednih usluga koje na direktan ili indirektan način učestvuju u zadovoljenju potreba turista (Žunić, 2018).

Iako treba razlikovati pojam „usluge“ od „infrastrukture“, jasno je da se *turistička infrastruktura* tiče svih objekata u kojima se pružaju usluge turistima, a neki od njih su općeg društvenog karaktera i nisu dizajnirani specijalno za turističku namjenu, tj. koristit će istovremeno i lokalcima u svakodnevnom životu, npr. PPT, javni transport i dr. (vidi Mohamed & Omar shemu)

Mohamed i Omar (2005) navode Davidsonovu definiciju: „*turistička infrastruktura je fizički element koji je kreiran ili napravljen da usluži posjetioce*“, a dalje pojašnjavaju da turistička infrastruktura kompresuje „soft“ (investirajuće komponente: trening, razvoj poslova, akreditacione sheme, industrijsko rukovodstvo) i „hard“ infrastrukturu (turistički uređaji: transportni uređaji i usluge, uređaji za informisanje, interpretacija pejzaža, kulture i prirode, environmentalna zaštita i unapređenje i pristup za pješake, jahače i bicikliste, uključujući i staze do planina, jezera i rijeka), mada se kao bazna turistička infrastruktura uzima prvenstveno: smještaj, turistički sadržaji i transportni servisi.



Shema 8. Zajednička infrastruktura turista i lokalaca

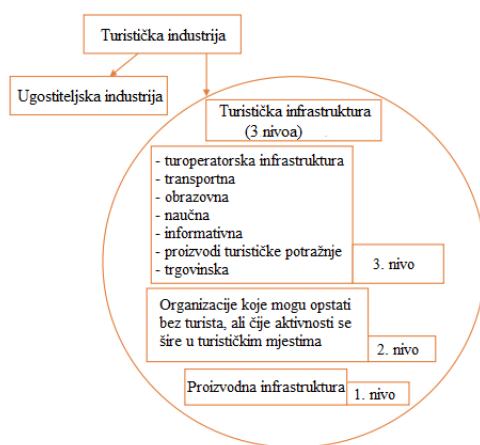
(Mohamed, Omar, 2005)

Sa centralnog dijela sheme se vide elementi društvene infrastrukture koje ponajviše „dijele“ lokalci i turisti, mada niti jedan od drugih prikazanih elemenata nije nepristupačan turistima, čak ni škole, jer ako uzmemo u obzir međunarodne programe razmjene, onda se i studenti i nastavnici na razmjeni pojavljuju istovremeno i u ulozi turista (posjetilaca), dok opet lokalci ponekad potražuju dodatne informacije u turističkim informativnim centrima, pogotovo ako žele posjetiti neka uređena izletišta i sl. Dakle, sve što služi lokalcima, može biti od koristi i turistima i obratno. Ipak, kao klasični elementi turističke infrastrukture označeni su: smještaj, putne i rent-a-car agencije, turistički informatori.

Bogdashev (2019) navodi kompleksnost turističke industrije i turističke infrastrukture, koja predstavlja njen sastavni ili integralni dio (komponentu turističke industrije). Turistička infrastruktura je kompleks postojećih uređaja i mreža za industrijsku, društvenu i rekreativnu svrhu, namijenjenu za funkcionisanje turističke industrije. Ona sadrži 2 elementa: „ugostiteljska industrija“ (strukture potrebne za visokokvalitetnu uslužnost gostiju) i „infrastrukturna komponenta“ kao 3-levelni sistem:

- 1) *produktivna infrastruktura* (uređaji, građevine, transportna mreža, komunikacije, energija, komunalije, finansije, bankarstvo, obezbijedenje);
- 2) *organizacije koje mogu funkcionisati bez turista, ali se rapidno šire u mjestima u kojima borave turisti* (rentalne kompanije/ iznajmljivanje, taxiji, kafane, restorani, sportski klubovi, muzeji, teatri i kina, izložbene vijećnice, cirkusi, kasina);
- 3) *turističke firme uključene u organizaciju i prodaju turističkih putovanja* (turooperatori; organizacije za transport turista; obrazovne institucije za produkciju kadrova i

specijalista u turističkoj industriji; informativni sistemi: prijave („booking“) i rezervacija, kao i informacije i obavještenja; turističke vlasti- državne agencije za upravljanje turističkim razvojem u zemlji i regijama; naučno-istraživačke organizacije za prikupljanje i obradu turističko-statističkih podataka, pripremu naučnih prognoza i istraživanja na polju ekonomike i sociologije turizma; firme koje proizvode dobra turističke potražnje; trgovine i prodavači dobara turističke potražnje).



Shema 9. Turistička infrastruktura kao dio turističke industrije
(Bogdashev et al., 2019)

Bogdashev naglašava da se 2. i 3. nivo turističke infrastrukture tiču firmi i organizacija koje su direktno uključene u turističke aktivnosti i formiranje turističkih proizvoda, za razliku od 1. nivoa, koji se zapravo poklapa sa Mohamed & Omar-ovim konceptom „centralnih“ zajedničkih elemenata infrastrukture za turiste i lokalce.

Jovanović i Ilić (2016) navode 4 grupe komponenata turističke infrastrukture:

- a) *Fizičke*: hoteli, moteli, restorani, komunikacije, transport, voda, struja;

- b) *Kulturne*: kultura, kulturni sajmovi i festivali, lokalna muzika i umjetnost, narodne nošnje i ples, jezik, hrana
- c) *Uslužne*: bankovni uređaji, putničke agencije, osiguravajuće agencije, turistički vodiči
- d) *Državne (zakonodavne)*: mašinerije zakona i reda, carine i imigracije

Leiper-ov i Ahmadov model turističkog sistema i koncepta turističke destinacije (sheme 3, 4), kao i turističko-geografski koncepti turističkog prostora ili turističke sredine (tab. 1, 2) također ukazuju na opipljive elemente turističke infrastrukture.

Uzevši u obzir prethodne elaboracije, jasno je da je turistička infrastruktura najkompleksniji pojam i noseća komponente turističke industrije, jer obuhvata većinu elemenata opće društvene infrastrukture, kao i tematske elemente specijalno i prioritarno dizajnirane za turističku svrhu. Turistička infrastruktura i ugostiteljstvo (uslužnost) su sastavni dio turističke industrije, jer se npr. usluge smještaja i boravka nude u okviru ugostiteljsko-smještajnih jedinica (hotela i dr.). Khan navodi da ugostiteljstvo i turizam čine integralni koncept zbog interaktivnosti usluga: smještaj, gostoprimstvo, prevoz, atrakcije, razne usluge, impresije (Žunić, 2016). Turistička infrastruktura su svi prepoznatljivi fizički (materijalni) objekti turističke sredine, pa i oni manje prepoznatljivi (općeg karaktera, javna lokalna dobra), u kojima se ostvaruju i nematerijalni efekti (kvalitet usluge- impresija- ne/zadovoljstvo posjetilaca).

Koliki je porast turističke infrastrukture u svijetu, najbolje se vidi preko makro-ekonomskih pokazatelja rasta globalne turističke industrije (*vidi poglavlje 2.2.*).

Porast turističke kompetitivnosti destinacija u direktnoj je zavisnosti od porasta turističke infrastrukture, kao jednog od bitnih stubova TTCI (tabela):

Tab.17. Postignuti nivo kompetitivnosti stuba- turistička infrastruktura u zemljama JI Evrope 2007-2013.

Country	Tourism infrastructure									
	2007		2008		2009		2011		2013	
	Score/Rank (124)	Score/Rank (130)	Score/Rank (133)	Score/Rank (139)	Score/Rank (140)					
Albania	2,40	76	2,53	86	2,17	85	3,35	77	3,67	76
Bosnia and Herzegovina	3,27	56	3,61	59	3,66	57	4,12	62	4,24	65
Bulgaria	4,40	25	5,42	22	5,84	18	6,82	6	6,72	4
Croatia	5,73	11	6,63	10	6,64	6	6,96	4	6,71	5
Hungary	4,15	34	4,89	27	4,88	27	5,15	30	5,20	30
Macedonia, FYR	3,10	63	3,55	61	3,44	63	3,82	69	4,27	64
Montenegro	-	-	4,81	31	3,37	64	5,67	25	5,89	19
Romania	3,55	50	4,42	38	4,46	34	4,99	38	5,07	34
Serbia	3,34	54	3,91	52	3,53	58	4,51	49	4,47	56
Slovenia	5,22	20	5,93	20	6,01	16	6,27	17	6,27	14

(Jovanović, Ilić, 2016)

Prema gornjoj tabeli je evidentan kontinuirani rast turističke infrastrukture u periodu 2007-2013. godine u svih 10 zemalja JI Evrope, kao i uporedni porast kompetitivnosti navedenih destinacija. Na primjeru Bosne i Hercegovine, vrijednost bodova TTCI³⁶ porasla je sa 3,27 na 4,24, što je (prema WEF-TTCR listi), svrstava u rang sa Poljskom, Mađarskom, Turskom, itd.

Inače, TTCI se mjeri preko čitavog sistema faktora i indikatora, koji odražavaju atraktivnost destinacije: *ambijentalna povoljnost* (poslovna, sigurnosna, zdravstveno-higijenska, humani resursi i tržište radne snage, ICT pismenost), *T&T politika i povoljnost uslova* (prioritetiziranje „travelinga“ i „turizma“, međunarodna otvorenost, konkurentnost cijena, održivost environmenta), *infrastruktura* (zračna transportna, topografska i vodena, turistička uslužna), *atrakcije* (prirodni i kulturni resursi, te poslovna putovanja). Na globalnom nivou, Španija je prepoznata kao top destinacija sa najvišim TTCI, što joj daje imidž turističke najspremnije zemlje za posjetioce „*the travel-ready country*“.

³⁶ TTCI (Travel and Tourism Competitiveness Index), index za mjerenje konkurentnosti faktora privlačnosti određene destinacije za razvoj turističke industrije; može iznositi 1-7.

„Smještaj“, kao jedan od baznih elemenata turističke infrastrukture, ima globalno pozitivnu tendenciju rasta, a najzastupljenija kategorija smještaja su „hoteli“, s tim da naročitu popularnost, modernost i inovativnost, i prepoznati brend imaju hotelski lanci, luksuzni hoteli i „green hoteli“, koji imaju konstantan rast u svijetu.

„Hotel“ (*franc. „la hote“*. *gost*; *eng. „hospitality“*: *gostoprinstvo*) je ugostiteljsko-smještajna poslovna jedinica.

Kategorizacija hotela (po veličini):

- a) mali hoteli (do 150 soba),
- b) srednji hoteli (151-400 soba),
- c) veliki hoteli (preko 400 soba).

Prema komforu (EU), hoteli mogu biti:

- a) luksuzni (4 i 5*)
- b) standardni/ srednji nivo (3*)
- c) skromna klasa (<3*)

mada zavisi i od zemlje (*npr. u Austriji luksuzni 5*, superior 4*, komfor 3*, standard 2*, turistički 1*, dok u nekim arapskim zemljama standard je puno niži i ono što je 3* kod njih, to je 2* u Evropi i dr.*)

Parametri komfora su:

- površina smještajnih kapaciteta (m²)
- apartmani
- pojedinačne i kolektivne sobe
- stanje namještaja
- inventar i sanitarije
- kvalitet prehrane
- pristup

- prizemljenost
- tehničke usluge
- telefon i internet
- TV
- frižider i mini-bar
- sigurnosni sef
- mogućnost osposobljavanja dr. usluga

Prema formi vlasništva: državni, privatni, personalni, kooperacijski, pridruženi, internacionalni.

Prema formi eksploatacije:

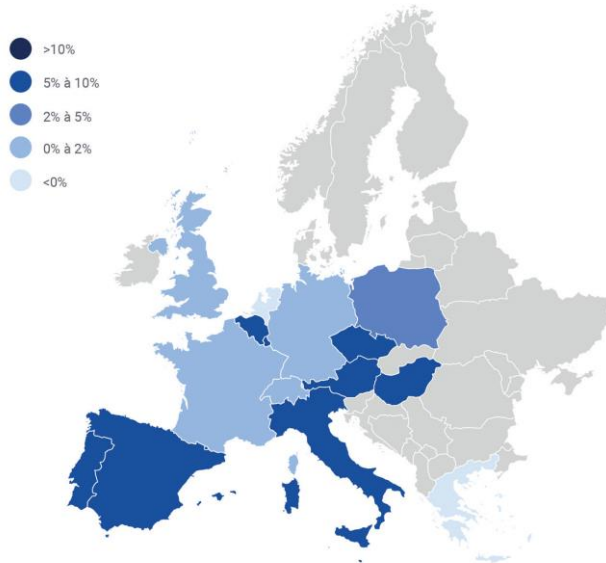
- a) individualni,
- b) grupacije,
- c) svjetski (međunarodni, internacionalni) hotelski lanci, tzv. „hotel chains“

U svijetu ima preko 53000 hotela, 756 hotelskih lanaca i 6000 hotela u nezavisnom vlasništvu, a najviše- preko 66% ih je skoncentrisano na područje Sjeverne Amerike (SAD i Kanada):



Karta 15. Hoteli u svijetu
(ABC Global Services)

Na karti ispod prikazane su stope decenijskog rasta hotelske industrije u Evropi (EU):



Karta 16. Decenija rasta hotelske industrije u Evropi, RevPAR 2019
(Hospitality On, Analysis, 2020)

Sa karte se uočavaju visoke vrijednosti RevPAR³⁷ i pozitivan trend u većem broju evropskih zemalja (za neke nisu dostupni podaci). Najviše stope imaju Austrija, Italija, Španija i dr., s tim da Austrija prednjači sa stopom +7,6%, zahvaljujući snažnoj aktivnosti Beča, glavnog grada, sa brojnim kulturnim i poslovnim manifestacijama.

Vodeće hotelske kompanije- hotelski lanci („hotel chains“) u svijetu sa najvećim brojem vlasništva su:

- *Wyndham hotels & resort* (9280),
- *Marriot International* (7484),
- *Choise Hotels International* (7118),

³⁷RevPAR (revenue per available room)- prihodi po dostupnoj sobi, parametar za izračunavanje iskorištenosti kapaciteta i hotelskog poslovanja

- *Hilton Worldwide* (6160),
- *Intercontinental hotels group* (5895) i dr. (Statista, 2020)

Prva četiri lanca (Wyndham, Marriot, Choise, Hilton) su američka (sjedište u SAD), a peti (Intercontinental) je britanski (Denham, Velika Britanija).

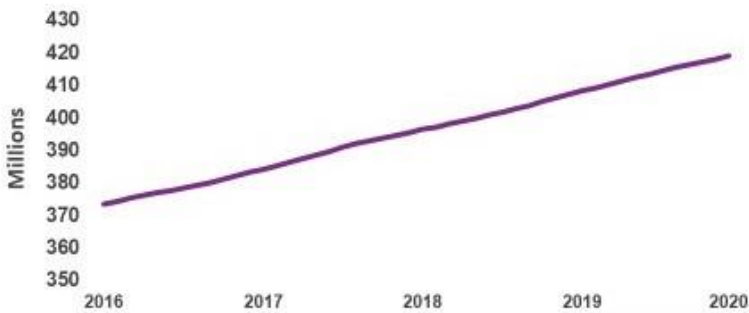
Tab.18. Glavni indikatori vodećih hotelskih lanaca

Hotel	RevPar (USD)	Broj					Neto prihod (milijon USD)
		Brend	Zemlje	Radnici	Smještaj		
					Objekti	Sobe	
Marriot	131.4	30	127	177.000	6.520	1.257.666	1.372
Intercont.	81.7	13	100	350.000	5.348	798.075	593
Wyndham	37.6	17	110	39.200	8.422	728.000	872
Hilton	109.3	14	105	163.000	5.284	856.115	1.264
Choice	52.3	14	40	/	6.800	500.000	115

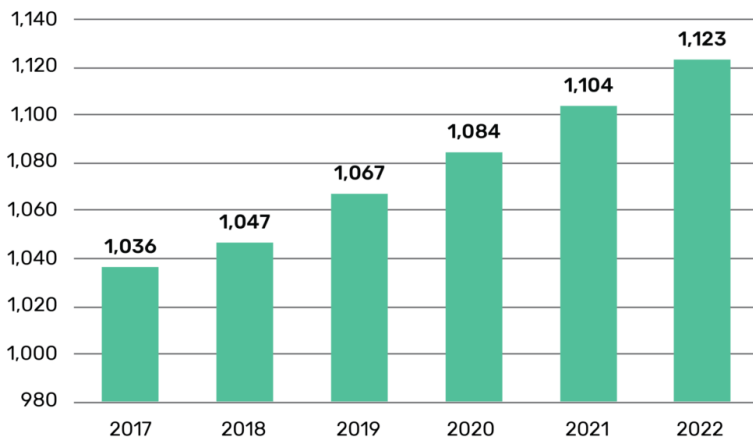
(Autor³⁸)

Hotelski lanci su najprestižniji lux hoteli u svijetu, a poznati su po brojnim kompetitivnim prednostima: jak prepoznatljiv brend, široka geografska pokrivenost (distribuirani u raznim dijelovima svijeta), moćna kapitalna baza, visokokvalifikovani kadar (menadžment i radnici), finansijska stabilnost i dostupnost, rad u prestižnom sektoru, cijenovna politika i konkurentnost, veliki diverzitet poslova, utemeljeno znanje, stabilno partnerstvo i veze, personalizacija i visoki kvalitet usluga, najnovije tehnologije (uključujući booking sistem), efektivan program lojalnosti, korporacijska kultura.

³⁸ Bazirano na Krupskyi et al., 2019- prilagođeno



Grafikon 6. Rast globalne luksuzne hotelske industrije 2016-2020
(View, ILTM)

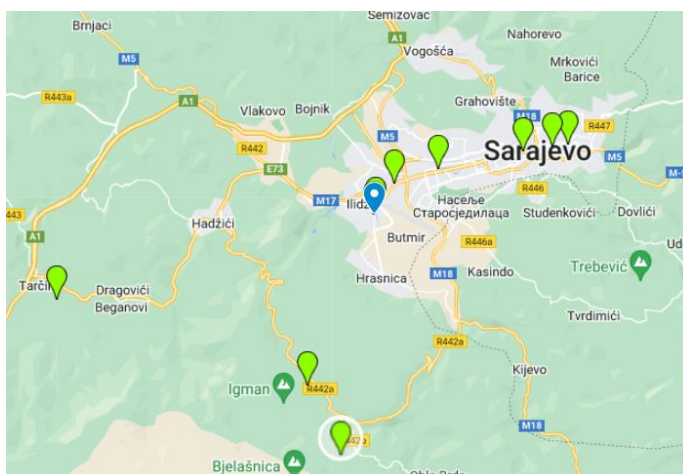


Grafikon 7. Rast luksuznih hotel u SAD 2017-2022
(Global Data, Travel & Tourism Intelligence Centre)

Sa grafikona se primjećuje konstantan porast luksuznih hotela u SAD u periodu 2017-2022., što pokazuje porast strane i domaće potražnje za luksuznijom hotelskom ponudom.

Inače, procijenjuje se da će vrijednost luksuznih hotela u svijetu porasti sa oko 120 milijardi USD (2021) na oko 240 milijardi USD (2028).

Na primjeru Sarajeva, FBiH, Bosna i Hercegovina, „turistički razvoj je inicirao progresivni trend rasta smještajnih kapaciteta oko 20%. Ukupni broj smještajnih jedinica iznosi 160 (2017), a hoteli zapremaju 50%, dok luksuzni hoteli 12% (Hills, Malak Regency, Swissotel, Evropa, Radon Plaza, Austria & Bosna). Hotelska industrija je napravila mnoge promjene u gradskom ambijentu. Neposredno nakon rata razvoj smještaja nije imao jasno utvrđen prostorno-planski concept razvoja, što je rezultiralo izgradnjom jednostavnih linearno lociranih hotela i motela (npr. uz putne komunikacije) ili u nekoj od napuštenih ranijih industrijskih zona. Međutim, luksuzni hoteli imaju finu i dobro isplaniranu lokaciju. Glavnina lux hotela 67% je locirana na JZ destinacije zbog blizine termomineralnih vodenih resursa, što je na udaljenosti oko 10-15 km od centra grada. Ovo je područje bogato pitkim vodama i visokim biodiverzitetom i u blizini je ZP (Prirodni spomenik Vrela Bosne)” (Žunić et al., 2019). Inače, Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti u Federaciji BiH je izvršena kategorizacija ugostiteljskih objekata: smještajni (hoteli, kampovi i sl.), ugostiteljski (restoran i bar), catering (pripremnice hrane i pića, kantine). Objekti iz skupine hoteli su: hotel baština, hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani, motel, pansion. Ocjena usluge smještaja prema mišljenju poslodavaca je “odličan” 60%, dok prema mišljenju turista “odličan” 47% i “dobar” 46% (Žunić, 2018).



Karta 17. Hoteli u Kantonu Sarajevo, FBiH, BiH
(Google My Maps)

Osim tipičnog hotelskog smještaja, turistički razvoj je inicirao rent-a-flat infrastrukturu. “Stanovanje– Rent-a-flat u Sarajevu u zadnje vrijeme sve više poprima turističku funkciju. Prisutan je opći trend proširivanja stambene i turističke komunalne infrastrukture, jer je Sarajevo gravitacioni centar sa stalnim prilivom stanovništva i turista, dok je prosječni standard stanovanja ispod evropskog prosjeka: 28 (u Evropi '39 m²/ stanovnik'). Prepoznate su 3 glavne faze izgradnje: a) dopuna postojećih stambenih zona (tamo gdje ima slobodnih čestica prostora), b) podizanje novih stambenih zona (naselja), i c) izgradnja smještajnih jedinica, te kolektivnih zgrada sa turističkom namjenom i turističkih naselja. Osnovni pravci angažovanja novih površina uslijedili su u Sarajevskom polju dolinom rijeke Bosne, te uz magistralni put Sarajevo-Mostar. Izgradnja rezidencijalnih naselja je naročita prisutna u gornjem dijelu na višim hipsometrijskim etažama (Centar: npr. Poljine i Šip) i u naturalnom planinskom okruženju (Hadžići: npr. turističko resort naselje Osenik, Tarčin). Trend izgradnje zgrada sa turističkom namjenom prepoznat u blizini turističkih atrakcija (Ilidža: npr. kod hotela "Hollywood" ili Centar: Marin Dvor u blizini SCC). Veliki poslovno-tržni centri (npr. SCC i BBI) imaju pod svojom

platformom stambeno krilo (javne i turističke namjene). Vrlo atraktivna zona gradskog jezgra će i u narednom periodu predstavljati fokus interesa privremenih stanovnika da iznajmljuju ili kupuju stanove i poslovne prostore za svoje potrebe. Strani investitori (Kuvajćani) grade privatni stambeni kompleks "Sarajevo Waves" (Ilidža: naselje Otes) u vrijednosti 50 miliona KM. Kompleks će imati stambeno-turističku i rekreativnu funkciju. Arapski turisti (Kuvajt, UAE, Katar, Saudijska Arabija...) generalno ostvaruju najduži boravak u našoj destinaciji do isteka turističke vize, tj. i do 3 mjeseca" (Žunić, 2018). U vezi prethodnog citata, npr. *Sarajevo Waves* je aktuelno popularan stambeno-poslovni kompleks u predivnom prirodnom okruženju sa konceptom turističkih apartmana. Dakle, postavljeni ciljevi u saradnji sa bogatim stranim investitorima se uglavnom brzo i uspješno realizuju.

❖ *Zelena hotelijerstvo (ugostiteljstvo), „green hospitality“* je započelo 1990-ih godina, inicirano od strane internacionalnih hotelskih lanaca i resorta. Među najvećim beneficijama su: monetarna (visoki prihodi) i kompetitivna (konkurentna) prednost, odanost klijenata (gostiju), prepoznatost, vrijednost brenda i stalno zaposlenje. Zeleni hotel je eko-frendli, njegovi menadžeri su posvećeni eko-programu radi zaštite environmenta, npr. praktikuje se zamjena posteljine i peškira isključivo po zahtjevu gosta, pa se tako smanjuje upotreba vode i struje, kao i deterdženata i otpadnih voda. Termin „zeleni hoteli“ opisuje da naklonjenost zaštiti životne sredine kroz efikasnu upotrebu energije, vode i materijala koji omogućavaju kvalitetnu uslugu. Zeleni hoteli promovišu i praktikuju efikasnost energetsku, konzervacijsku i reciklažu, a istovremeno omogućavaju gostu održiv, čist i zdrav proizvod. Koncept zelenih hotela ima 3 elementa: izgradnja i implementacija eko-opreme; eko-politika i procedura; zeleni marketing za interna i eksterna tržišta potražnje. Mnogi veliki gradovi imali su masivan rast hotela, pa su se fokusirali na zelene hotele, jer je tako etičnije. Inovativno hotelijerstvo treba da prepozna ovaj trend i adaptira

hotelsku zelenu praksu kao strategiju razvoja kako bi postiglo konkurentnu prednost. Gosti koji su ekološki osviješteni spremni su čak platiti više za zeleni product (Žunić, 2019).

Internacionalni eko-certifikacijski programi (npr. *The International Key Environmental Certification Program "Green Key"*) uključuju elemente infrastrukture: restorane, hotele, kampove i druge privremene objekte za smještaj, a najvažniji je hotelski sektor, jer je najveći izvor prihoda od turističke infrastrukture i relativno energetska konzument (kontribuiraju sa 21% u ukupnoj produkciji CO₂ u turističkoj industriji). Cilj je da se uvede eko-certifikacija hotela i drugih smještajnih objekata, kao i edukativne komponente kako bi se unaprijedila eko-kultura zaposlenih i ekoturista. Preko 3200 hotela u 65 zemalja u 2020. posjeduje „Green Key“ eko-certifikat, npr. *Blue Flag* (Plava zastava) na plaži je dio tog koncepta, a aktuelno je ima 4671 plaža u 47 zemalja širom svijeta. Primarni kriteriji eko-certifikacije su: eko-edukacija i pristup eko-informacijama; kvalitet morske vode; ekološko upravljanje; sigurnost i uslužnost (Kalaitan et al., 2021).



Karta 18. Certificirani "green hoteli" u Evropi 2020.
(Kalaitan et al., 2021)

Karta pokazuje veliku koncentraciju „zelenih hotela“ u Evropi, naročito Zapadna i Sjeverna, kao i jug Balkanskog poluostrva, te područje Male Azije (prije svega Turske).

Na primjeru Sarajeva, nije zvanično utemeljen i prepoznat GHP trend, ali su istraživanja vezano za lux hotele (Žunić, 2019) pokazala postojanost određenih eko-atributa, najviše na polju štednje energije, jer uglavnom imaju kompaktnu distribuciju oko termomineralnih izvora, kao i modernu eko-opremu vezano za osvijetljenje, zagrijavanje, štednju energije u sobama za vrijeme odsustva gosta („smart key card“), dok od ostalih slabije, mada vezano za štednju i održivost voda koriste uglavnom niskoprotočne lavaboe i filter sisteme, praktikuju sigurno odlaganje otpada, potenciraju higijenski „re-use“ program, itd. Kao pozitivan primjer održivog smještaja i zdravog boravka navodi se „*Tarčin Forest Resort & Spa*“, zeleno turističko naselje u planinskoj okolini izgrađeno u saradnji sa Kuvajtskim investitorima (hotel, preko stotinu vila i apartmana, kapaciteti za sport i rekreaciju i dr.).

„*Turooperatori*“ su turističke firme uključene u organizaciju i prodaju turističkih putovanja. „Turooperatori su kompanije koje prave aranžmane za put i boravak u nekom mjestu, obično nudeći smještaj i putovanje zajedno kao „*holiday*“ paket“ (Cambridge). Turooperatori su osoba ili kompanija koja osmišljava odmore, istražuje ideje, sve moguće aspekte odmora, planira svaki detalj, dizajnira *holiday* itinerere i sadržaj, ugovara usluge potrebne za odmor, smještaj, prevoz, vodiče, putne vođe i dr., a potom plasira na tržište rezultirajući paket. Oni prodaju pakete direktno kozumentima ili koriste uslužne putničke agencije da to učine. Turooperatori prodaju isključivo proizvode koje su sami kreirali (nikada tuđe), principijelni su i odgovorni za svoj proizvod, koji je (obično) osiguran kako bi se novac mogao vratiti kozumentu u slučaju da turooperator propadne ili nije u mogućnosti realizovati svoju aktivnost.

S druge strane, putničke agencije nude konzumentima široki spektar holiday paketa koji su dostavljeni putem turoperatora. U teoriji, oni ne plasiraju niti dizajniraju vlastiti paket, već prodaju puno različitih holiday paketa koji su im dostavljeni od strane različitih turoperatora, mada je danas tanka granica između turoperatora i turističke (putničke) agencije, jer mnoge od njih ipak kreiraju vlastite pakete, itd. Turističke/ putničke agencije („travel agencies“) su „most“ ili oblik posredovanja između potražnje i ponude; putničke agencije moraju da dobro poznaju sve elemente vezane za turističku potražnju i ponudu, kao i to da su u stanju da sadašnje i potencijalne turiste snabdiju neophodnim informacijama za poduzimanje kvalitetnih putovanja i boravaka u turističkim mjestima. Najvažnije aktivnosti putničkih agencija su:

- *kreiranje*: putničke agencije otkrivaju nova turistička područja, zemlje i mjesta i stimuliraju potencijalne turiste da ih posjećuju, i tako one kreiraju novu turističku potražnju i ponudu;
- *propaganda*: razvijaju interes kod potencijalnih turista za putovanja u određene pravce, na osnovu raznih oblika propagandnih materijala;
- *informiranje*: osiguravaju za potencijalne i sadašnje turiste sve vrste pismenih i usmenih informacija značajnih za poduzimanje konkretnih putovanja;
- *distribucija*: vrše prodaju organiziranih programa putovanja ili pojedinačnih usluga ostalih sudionika u turističkom prometu — hotela, prometnih poduzeća, ostalih putničkih agencija itd., i
- *realizacija vlastitih putovanja*: organiziraju individualna ili grupna putovanja na osnovu pružanja vlastitih usluga raznih vrsta ili usluga drugih; ili
- *posredovanje u realiziranju turističkih putovanja* u užem smislu, sa stajališta pribavljanja putnih isprava i osiguranja usluga vezanih za putovanje i boravak turista;

Razvoj turizma u svijetu je podstakao razvoj brojnih turoperatora i turističkih agencija koje djeluju širom svijeta. „Vrijednost tržišta u sektoru putničkih agencija (2021) iznosi 290 biliona USD, 196 hiljada poslovnih operatera i 1.6 miliona zaposlenika, dok je veličina tržišta u sektoru online travel agencija (2020) iznosila čak 432 biliona USD “ (Statista).

U tabeli ispod su prikazani glavni indikatori: *broj firmi, broj zaposlenih, promet*, vezano za prostornu distribuciju i značaj evropskih turoperatora i turističkih agencija:

Iz tabele se saznaje sljedeće:

- po broju turoperatora prednjače Italija, Španija, Francuska i druge (npr. Italija ih ima preko 15 hiljada), koje svakako i jesu najpopularnije (najposjećenije) turističke zemlje Evrope;
- po broju zaposlenih i po ostvarenom prometu prednjače Velika Britanija (UK), Njemačka i Španija, što znači da ove zemlje najozbiljnije shvataju značaj rada u sektoru turističkih agencija i drže do svog turističkog imidža, najprincipijelnije su i najetičnije, jer imaju dovoljan broj zaposlenih i ne forsiraju humane- radne resurse, a prve dvije imaju i veoma visok socio-ekonomski i životni standard (najviši u Evropi), pa su razumljive visoke vrijednosti ostvarenog prometa (npr. UK ima preko 96 hiljada zaposlenih u sektoru turističkih agencija, čiji promet iznosi čak oko 45 miliona EURA).

Tab.19. Ključni indikatori, putničke agencije, turoperator rezervacijske usluge i povezane aktivnosti

	Broj firmi	Broj zaposlenih	Promet
	(hiljade)		(milioni EURA)
EU-28	93.9	495.0	160 000.0
Belgium	1.6	9.0	5 601.4
Bulgaria	1.6	5.9	419.1
Czech Republic	6.1	12.2	1 845.8
Denmark	0.6	6.2	3 095.0
Germany	9.8	89.7	26 446.2
Estonia	0.3	1.5	187.8
Ireland	0.5	4.6	1 426.8
Greece	2.6	11.1	1 452.4
Spain	11.4	53.9	18 057.2
France	7.3	40.9	13 713.4
Croatia	1.7	5.5	513.9
Italy	15.3	46.5	11 431.2
Cyprus	0.5	2.0	88.9
Latvia	0.7	2.0	268.0
Lithuania	1.0	2.7	244.2
Luxembourg	0.1	:	:
Hungary	1.9	5.8	799.7
Malta	0.6	1.7	186.2
Netherlands	3.9	23.3	8 305.1
Austria	1.5	11.7	4 861.3
Poland	6.4	20.3	2 270.8
Portugal	2.3	9.6	1 888.3
Romania	2.6	10.1	791.8
Slovenia	0.7	1.9	404.5
Slovakia	1.1	2.7	471.5
Finland	1.5	4.8	1 655.0
Sweden	3.6	12.6	6 993.8
United Kingdom	6.7	96.3	44 892.2
Norway	1.8	5.7	5 252.9
Switzerland	1.0	14.7	6 561.6

(Autor³⁹)

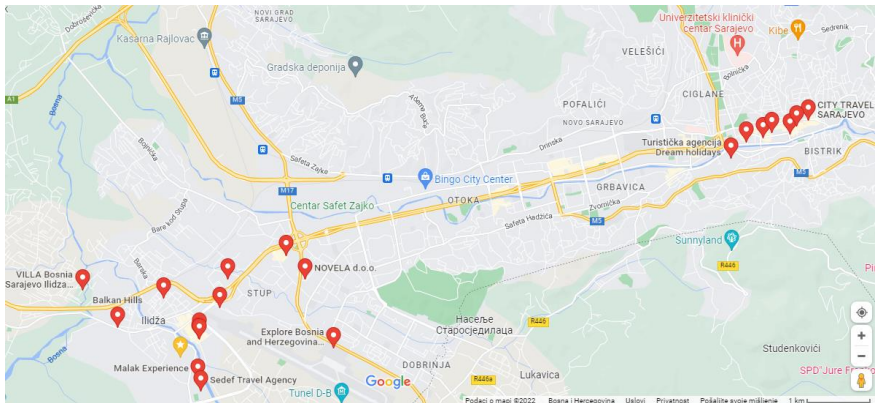
Najveće putničke kompanije u svijetu su:

- *Expedia Group,*
- *Booking Holdings,*
- *American Express Global Business Travel,*
- *BCD Travel,*
- *CWT,*
- *Fligh Centre Travel Group the Americas i dr.,*

³⁹ Bazirano na Eurostat, 2012- prilagođeno

koje su ostvarile prodaju u vrijednosti više milijardi USD (2018), kako konzumentima, tako i korporacijskim (poslovnim) putnicima diljem svijeta (npr. prva- „Expedia“ čak preko 100 biliona USD, itd.). Sve su skoro američke, osim CWT (Holandija).

Na području Bosne i Hercegovine, identifikovane su najveće turističke agencije prema prihodu u vrijednosti 2.5-5 miliona KM, a većina ih djeluje na području Sarajeva: Promo Tours, Eastwest Travel & Events, Relax Tours, BH Passport, dok iz drugih gradova Golden Tours (Tuzla), Happy Travel (Bijeljina), Buena Vista (Zenica), Unis Tours (Banja Luka).



Karta 19. Turističke agencije u Sarajevu
(Google Earth Maps)

Sa karte se uočava najgušća koncentracija putničkih agencija na „udarnim“ turističkim lokalitetima (najposjećeniji): centar, Stari Grad, Ilidža. Područje općine Ilidža je topografski ravno i prostrano, te razmještaj agencija ima prilično disperzivan karakter, dok je njihova frekvencija (gustoća) puno veća na području centra, a pogotovo Starog grada, koji je topografski „tijesan“ zbog okolnih uzvišenja (brdsko-planinska prigradska zona), što je uvjetovalo kompaktnu distribuciju (sa karte se slabije primjeti, jer je potraživan odziv za Ilidžu- 71210, koja ima drugi poštanski kod u odnosu na Sarajevo- 71000, iako je dio Sarajeva).

„*Turističko informisanje*“ je jedna od najvažnijih aktivnosti turoperatora i agencija, ali i drugih institucija u sektoru turizma, kao i bitna zadaća centralnih i lokalnih vlasti svake zemlje.

Turistički informativni centar je servis koji omogućuje informacije i savjete o tome šta vidjeti i šta raditi u određenom gradu, području ili zemlji. Turistički informativni centar je uključen i u čekiranje i rezervacije smještaja, kao i prodaju prepoznatljivih suvenira destinacije. Također su odgovorni za kreiranje određenih događaja (manifestacija) i generaciju marketinških mogućnosti. Turistički informatori trebaju imati sposobnost da unaprijede plan i predvide šta turista želi. Uloga turističkog informativnog centra (TIC) uključuje:

- Cijelodnevni pristup;
- Radni menadžment;
- Rekrutacija (prihodi i zapošljavanje);
- Umreženost;
- Planiranje događaja;
- Marketing“ (Žunić, 2018).

Izvori turističkog informisanja- komunikacijski mediji su: brošure, vodiči, lokalni turistički uredi, putnički vodiči, putničke agencije, magazini, novine, prijatelji i rođaci, lično iskustvo, kao i mediji (TV, radio), te internet (službeni portali turoperatora, turističkih zajednica, agencija, institucija, ministarstava, općina i dr.). U svijetu čak postoje monitoring organi koji prate kvalitet turističkog informisanja, npr. *World Travel Awards* navodi da je vodeći svjetski i nagrađeni turistički informator za 2020. godinu Grčko Ministarstvo turizma (GNTO).

Prema rezultatima istraživanja na području receptivne turističke destinacije Sarajevo (Žunić, 2018), turističko informisanje je slabo vrednovano prema mišljenja trećine turista. Pod turističkim informisanjem kod nas, turisti su uzeli u obzir sve oblike pružanja informacija: vodiči, hoteli, rezidenti, turistički punktovi

(informativni centri), pa i mediji. Primjedbe turista su: nedovoljan broj informatora, nedostatak navigacijskih i tematskih turističkih karata (slabo pokriveno područje), slabije poznavanje engleskog jezika kod rezidenata, te relativno slabija promocija destinacije. Ipak, dominantni zajednički stav turista i poslodava u sektoru turizma 56% je da je turističko informisanje „dobro“ (čak je veće zadovoljstvo kod turista, jer ih se 67% tako izjasnilo), što je razumljivo jer je riječ o glavnom gradu, koji je dobro pokriven mrežom putničkih agencija i turističkih info punktova naročito na najvažnijim lokalitetima u centru i Starom gradu.

4.2.2. Obrazovanje, etika i duhovnost

➤ *Obrazovanje, razvoj vještina i trening*

Edukacija/ obrazovanje je proces podučavanja, vježbanja i učenja, naročito u školama, na koledžima ili fakultetima, kako bi se unaprijedilo znanje i razvile vještine, dok je učenje sticanje znanja i vještina kroz studiranje/ proučavanje, iz iskustva, podukom, itd. (Oxford).

Humani resursi predstavljaju glavni kapacitet destinacije. Radna aktivna snaga, prije svega kvalifikovan kadar u oblasti turizma i ekologije, kao i volja i interesi rezidenata, vlasti i institucija za razvoj turizma i zaštitu životne sredine, su glavni stimulatori turističkog i ekološkog razvoja. Impakti obrazovanja i treninga mogu se mjeriti u povećanju školovanog kadra i smanjenju nezaposlenosti.

Razvoj turizma nalaže potrebu za dodatnim, tematskim i specijalističkim obrazovanjem turističkog kadra. Šečibović (2012) navodi da savremeni turizam vastiti razvoj sve intenzivnije usmjerava prema društveno-humanističkoj, kulturološkoj i obrazovnoj sferi. Znanje postaje središte privrednog bogatstva, te problematika obrazovanja stručnih kadrova u turizmu i njihova

profesionalna orijentacija postaje značajnim faktorom razvoja turizma. U obrazovnim sistemima evropskih zemalja prevladavaju turistički kadrovski profili ekonomske orijentacije, ali se u svijetu i Evropi uočava tendencija obrazovanja geografskih profilskih kadrova u turizmu.

Na primjeru Bosne i Hercegovine, ubrzan turistički razvoj s početka 21.st., inicirao je značajne obrazovne reforme, koje su rezultirale osnivanjem novih studijskih programa iz oblasti turizma, kao i otvaranjem dodatnih privatnih fakulteta za turizam (*tab.-fakulteti turizma u BiH*).

Npr. na Odsjeku za geografiju Prirodno-matematičkog fakulteta Univerziteta u Sarajevu, *bolonjska reforma 2005.*, donijela je promjene u strukturi i organizaciji studija, kada su zvanično utemeljena 3 smjera na dodiplomskom studiju:

- „Nastavnički“ (koji postojao od ranije 1950. FF UNSA, a od 1960. na PMF UNSA)
- „Regionalno i prostorno planiranje“ (2005)
- „Turizam i zaštita životne sredine“ (2005) (ranije bio samo „nastavnički“).

Pored toga, određeni broj turističkih predmeta je inkorporiran u kurikulum sva 3 studijska programa. Najpopularniji (sa najvećim brojem upisanih) od 3 navedena smjera je upravo studij „turizma i zaštite životne sredine“.

Akademsko osoblje navedenog *Odsjeka* (nastavnici i saradnici) rado prihvata angažman na predmetima iz oblasti turizma (iako nekima nije uža naučna oblast za koju su birani), upravo zato da bili „konkurentni“ prilikom prijave projekata iz oblasti turizma ispred nadležnih institucija (zavoda, ministarstava i dr.), a koji su često međunarodnog karaktera i sufinansirani iz EU fondova i sl.

Pored visokoškolskih ustanova i stručnih škola za turizam, postoje i drugi mehanizmi sticanja znanja i vještina, koji

omogućavaju legalni certifikat za rad u sektoru turizma, pa su tako Vlada i ministarstva nadležna za turizam u BiH (*npr. Federalno ministarstvo turizma i okoliša i dr.*) uveli *npr.* „kurs za turističke vodiče“.

Osim specijalističkog obrazovanja i produkcije kvalifikovanog kadra u turizmu, razvoj turizma podstiče obrazovanje i u širem kontekstu: učenje stranih jezika, kulture ophođenja sa strancima, upoznavanje kulture turista i/ ili lokalaca, geografsko snalaženje u prostoru, upoznavanje drugih dijelova svijeta, razumijevanje i prihvatanje različitih kultura, toleranciju i dr.

„Turistički poslovi mogu biti mjesto i prilika za razvoj i sticanje drugih vještina *npr.* poljoprivredne, tehnologije za proizvodnju energije, higijena hrane, mehaničke i dr. praktične vještine koje se mogu širiti kroz zajednicu. Trening vještina i razvoj kroz turizam važni su i mogu se koristiti u budućem zaposlenju i služe da ojačaju turistički kadar“ (IUCN, 2015).

„Ponekad, turistički menadžeri omogućavaju zaposlenicima kurseve jezika, pismenosti i brojne treninge, koji podižu nivo obrazovanosti lokalne zajednice. Ovo su prenosive vještine koje mogu biti aplicirane u široj zajednici“ (IUCN, 2015).

Turizam u zavisnosti od svojih karakteristika (struktura turista po dolascima i dr.), usmjerava dalji tok obrazovanja i usavršavanja prije svega turističkih radnika i dr.

Komunikacijske vještine su jedan od najvažnijih alata u sektoru turizma, a podrazumijevaju: *govor/ razgovor, slušanje i poznavanje stranih jezika*. Što je državna nacija pismenija, obrazovanija i jezički kompetentnija (prioritetno poznavanje i aktivno korištenje engleskog kao svjetskog jezika i dr.), to je viši nivo turističke kulture i destinacija je uspješnija.

Poznavanje engleskog jezika je preduslov za rad u turizmu, ali i uspjeh destinacije. Međutim, neke destinacije, zavisno od dominantne strukture turista, vrlo brzo prilagođavaju svoj koncept usluga na jezik svojih najčešćih posjetilaca, npr. *Turska* ima veliki broj turista iz Rusije, pa većina osoblja govori ruski (prije nego li engleski), pa su i naslovi u destinaciji (putokazi, informativne table, smještajno-ugostiteljski kapaciteti, meniji i dr.) uglavnom na ruskom jeziku i/ili turski, ruski i engleski.

S druge strane, svjetski popularne destinacije, npr. *Egipat* koji prima turiste iz raznih područja svijeta, iako je „zemlja u razvoju“, ima zavidan nivo poznavanja engleskog jezika, kako kod turističkog osoblja, tako i kod lokalaca, što je od velike važnosti za uspjeh turističke destinacije, jer umnogome olakšava turistički boravak i podiže zadovoljstvo posjetilaca, naročito onih koji preferiraju samostalno istraživati destinaciju (bez oslanjanja na vodiče i sl.).

Žunić (2018) navodi da su turistički menadžeri i radnici u destinaciji Sarajevo, FBiH, BiH, iako preko 90% njih uspješno koristi engleski u svom poslovanju, izrazili potrebu za dodatnim educiranjem i učenjem stranih jezika (86%), prije svega *arapskog* i *turskog*, zbog velikog broja posjetilaca iz zemalja Bliskog Istoka i Turske.

Turizam ima izrazit uticaj na razvoj obrazovanja i podsticanje saradnje sa institucijama i mrežama u kojima se „znanje uči“, kao i na razvoj događaja koji imaju obrazovno-naučni karakter. Razvojem turizma i ekologije, te obrazovanjem kadrova u tim oblastima, podstiče se razvoj međunarodne saradnje, kako na nivou škola i fakulteta, tako kroz organizaciju naučnih skupova (konferencija i dr.) radi razmjene iskustava, učenja i sticanja novih znanja i aktuelnih praksi, mogućnosti primjene uspješnih modela i dr. Programi razmjene mogu biti djelomično ili u potpunosti stipendirani i sl.

„U posljednjoj deceniji, broj studenata koji studiraju u inostranstvu je porastao širom svijeta, sa značajnim ishodom za „host“⁴⁰ univerzitete i zemlje, kao i za same studente. Prema UNESCO, internacionalni mobilni student je pojedinac koji je fizički prešao međunarodnu granicu između dvije zemlje koje participiraju i obrazovnim aktivnostima u destinacijskoj zemlji, gdje je destinacijska zemlja drugačija od njegove/ njene zemlje porijekla (stalnog boravišta). Prednosti studijskih programa u inostranstvu pridonose „host“ zemlji, kao i studentu. S jedne strane, domaćinske zemlje beneficiraju od internacionalne studentske potrošnje za smještaj, hranu i piće, zabavu i rekreativne aktivnosti, ali i za neke programe, školarinu, kao i neizbježne taxe, sa pozitivnim impaktima na ekonomiju. S druge strane, studenti beneficiraju ne samo od njihovih studija, već i od interakcije sa lokalcima i stranim ljudima, te bogate iskustva koja jačaju personalni i profesionalni rast. Prema tome, internacionalni studenti su turisti, koji nastoje da iskoriste pogodnosti i mogućnosti da posjete lokalne atrakcije ili da putuju u druga područja host zemlje, sami ili sa prijateljima i rođacima. Iskustveno učenje je dio studiranja u inostranstvu, i turizam je dio cijelovitog iskustva. To je transformativna kombinacija učenja i osobnog rasta, koja kreira kompletno sociološko (društveno) iskustvo. Najčešći motivi studiranja u inostranstvu jesu kvalitet ponuđenog obrazovanja i atraktivnost destinacije. Studiranje van svoje zemlje i univerzitetska razmjena studenata, koja je u posljednjoj deceniji u porastu, dodijelila je univerzitetima novu misiju- da jačaju lokalnu ekonomiju! Fakulteti preuzimaju angažman u mjestu, iniciraju multi-stekholder⁴¹ partnerstva, vrše građansku holističku misiju, involviranjem studenata u obrazovne aktivnosti sa LZ, stvaraju mogućnosti da se praktikuje aktivno građanstvo, sticanje znanja i unparenje njihove zapošljivosti. Na ovaj način, univerziteti i njihova lokalna područja također benefituju kada talentovani

⁴⁰ Host- domaćinski, receptivni, prihvatni, onaj koji prima goste

⁴¹Stekholderi u turističkoj destinaciji su: lok. rezidenti, lok. kompanije, mediji, zaposlenici, Vlada, vlasti, kompetitori, turisti, poslovna udruženja, aktivisti i turistički developeri

internacionalni studenti biraju boravak i rad u receptivnoj zemlji, aplicirajući vještine koje su stekli tamo; ovo može podržati proces inoviranja i razvoja proizvodnih sistema, omogućavajući vješte radnike za budućnost lokalnog područja. Dalje, internacionalne naučne ko-operativne mreže i njegovanje međunarodne razmjene, kreira beneficije za receptivne univerzitete, destinaciju i same studente“ (Tomasi et al., 2020). Npr. programi razmjene na Univerzitetu u Sarajevu: Erasmus+, Erasmus Mundus, Tempus, CEEPUS, uveliko su doprinijeli internacionalizaciji univerziteta, te provedbi reformi u skladu sa bolonjskim principima. Učešće u programu Erasmus+ doprinijelo je učvršćivanju međunarodne pozicije Univerziteta u Sarajevu u evropskom prostoru visokog obrazovanja (EHEA). U proteklim godinama najveći se broj međunarodnih aktivnosti studenata, nastavnika i saradnika odnosio na učešće na međunarodnim konferencijama i ljetnim školama, kao i na realizaciju mobilnosti posredstvom sporazuma o bilateralnoj saradnji. Mobilnost u okviru Erasmus+ programa (kreditna mobilnost) pokriva najveći dio međunarodne mobilnosti (čak 38%). Povod za ove odlaske su mogućnosti akademske i administrativne razmjene sa partnerskim univerzitetima iz „programskih“ zemalja. Zatim slijede mobilnosti u okviru programa Erasmus Mundus i CEEPUS. Realizovani su i brojni naučni projekti u partnerstvu sa brojnim zemljama: Austrija, Belgija, Holandija, Hrvatska, Albanija, Srbija i dr. Na primjeru *Odsjeka za geografiju PMF UNSA*, najveća saradnja akademskog osoblja i studenata (u kontekstu domaćina) je na relaciji sa srodnim fakultetima iz Turske i zemalja regije, naročito Hrvatska, Slovenija i Srbija, dok naši studenti odlaze na studije u Češku ili Sloveniju, a zadnjih godina je najveći interes studenata za *Palacki Univerzitet* u Olomocu (Češka), zbog pozitivnih iskustava (ugodan boravak, pohvalno akademsko osoblje i omladina, atraktivna destinacija).

Kako su ZP „rudnici“ prirodnih i kulturnih resursa, a često brojnih misterija i nedovoljno razotkrivenih bogatstava i fenomena, tako su važne tačke- lokaliteti permanentnog učenja i naučnog

istraživanja. Zbog toga su često organizovano posjećivana od domaćih i stranih škola i fakulteta, naučnih instituta i dr.

Uzajamno se podstiču „obrazovanje“ i „konzervacija“, te razvoj npr. ekoturizma. „Obrazovanje predstavlja sociološku beneficiju turizma koja indirektno podržava konzervaciju. Edukacija o temama zaštite u i oko određenih ZP, direktno usmjerena na posjetioce i lokalne rezidente, može povećati njihovu podršku konzervacije. Za posjetioce i lokalce, uključenost u turističke aktivnosti može povećati svijest i brigu o lokalnoj ugroženosti, temama zaštite i rješenjima upravljanja. Turoperatori i vodiči imaju snažnu ulogu u ponudi i oblikovanju turističkog iskustva koje podržava konzervaciju (zaštitu) kroz gajenje povećanja znanja, izražavanje saportivnih stavova spram tema zaštite i ohrabrivanje eko-frendli ponašanja i filantropske podrške. Kombinacija socioloških i ekonomskih beneficija turizma može podstaći odluku o dodatnim zaštićenim područjima i povećati ili unaprijediti upravljanje postojećim ZP. Ovi efekti su demonstrirani u Keniji, Kanadi i Australiji, kao i privatnim zaštićenim rezervatima generalno“ (IUCN, 2018). Npr. *UNESCO Globalni Geopark „Azores“* (Azorska ostrva) kombinuje zaštitu i promociju geološkog nasljeđa sa održivim razvojem lokalnih zajednica sa fokusom upravo na edukacione faktore. Edukacija o životnoj sredini i aktivnosti koje podižu svijest fokusirane su na vulkansko porijeklo ostrva, geografski pejzaž i geološke procese u bliskoj saradnji sa regionalnom mrežom „Ecotecas“. Upućeno je više inicijativa školama, lokalnom stanovništvu i posjetiocima parka, te je kroz učenje, istraživanje i pronalaska omogućeno sticanje znanja. Osim toga, organizovane su desetine konferencija evropskih i svjetskih geoparkova (Evropa, Australija, Brazil, Kanada, Kina, Kolumbija, Ekvador, SAD, Iran, Japan i Meksiko), brojni službeni sastanci diljem Evrope (Velika Britanija, Portugal i dr.) s ciljem umrežavanja i sl. Uspostavljeni su edukacioni programi na teme: geokonzervacija, održivi razvoj, redukcija rizika od katastrofa.

Na Balkanu, dobar je primjer uspostavljene školske mreže u zaštićenim područjima (WWF Adria, 2019). Od 2016. WWF⁴² Adria je implementirala projekat „ZP za prirodu i ljude“, kako bi se uspostavila komunikacija između ZP i LZ, i bolje uključila lokalna zajednica u upravljanje ZP, te kako bi se razvili obrazovni programi za djecu i turističke ponude koje će unaprijediti iskustvo posjetilaca i ubrzati razvoj ZP. Primjer eko-obrazovnog programa je „WWF Nature Academy“ koji je konduktovan u saradnji sa 5 ZP u Srbiji, 23 posvećena nastavnika i oko 300 djece iz osnovnih i srednjih škola. WWF Adria i *partner Park Dinarids* razvili su regionalni edukativni projekat na području Bosne i Hercegovine, Montenegro i Srbije, s ciljem da se ojača saradnja između zajednica i vlasti ZP kroz utemeljenje „*School Networks in the Protected Areas*“. Nastoji se ostvariti dugoročno i efikasno partnerstvo između lokalnih škola i ZP kako bi zaštita lokalnog i kulturnog nasljeđa osigurala beneficije za lokalce. Ključni elementi uspješnog „outdoor“ programa su: kreirati dobru atmosferu u grupi, iskusiti prirodu sa svim osjetilima: vizuelno, čulno, mirisno, dodirno, opservacije u prirodi, traženje i prepoznavanje određenih vrsta (npr. drveća) i sl. Beneficije školske mreže su: unapređenje učenja; znanje, poštivanje i zaštita lokalnog nasljeđa; beneficije od boravka u prirodi; beneficije za ZP; beneficije za LZ; partnerstvo između škola i ZP (saradnja, finansije, misija, umrežavanje); važnost za prirodno i kulturno nasljeđe. Projekti mogu biti bazirani na realnim situacijama koje pogađaju LZ i ZP: poplave (značaj, upravljanje, prevencija), šume (vrste, veza s drugim bićima, upotreba, turistički značaj), ili poduka u vezi sa izgradnjom skloništa za životinje, upravljanje lokalnim vrtom i dr. S druge strane, ZP ostvaruju prihode od posjeta, oblikuju ekološki osviještene generacije, podstiču koheziju djece, roditelja, nastavnika i dr., te omogućavaju zdrav boravak, avanturu i dr. Glavni elementi saradnje (kooperativnosti) su: povjerenje, iskustvo, nezavisnost, reputacija, evaluacija, zajednička misija, recipročnost, ekonomska situacija.

⁴² WWF- World Wildlife Fund, World Wide Fund for Nature (Svjetski fond za prirodu i divljinu)

➤ *Obrazovno iskustvo u interakciji sa posjetiocima*

Žunić (2018) navodi da se u turizmu razlikuju: „kultura turista“ (gosta, posjetioca), „lokalna kultura“ (domaćina) i „kultura turizma“.

„Kultura turizma“ je najkompleksniji fenomen, jer referiše ponašanje svih učesnika turističkog procesa: turista, turoperatora, lokalaca, podstiče interakcije i rezultat je mješavine raznih turista i domaćina, odnosno rezidencijalne kulture.

Kultura ophođenja je dio interakcije turista i „hosta“ tj. domaćina (turistički radnici, ugostiteljski, trgovinski, bankarski i dr., lokalno stanovništvo) na 2 relacije: „komunikacija“ i „sadržaj“. Interakcija *komunikacije* se ogleda u nekoliko elemenata:

- a) Upoznavanje na mjestu turističkih atrakcija
- b) Razmjena ideja i informacija
- c) Turisti kupuju dobra i usluge od domaćina

Interakcija *sa aspekta sadržaja* je:

- a) Destinacija
- b) Dužina boravka
- c) Turisti kupuju dobra komunikacije (sposobnost da razumiju jezički i neverbalno)
- d) Kultura (kulturene razlike, percepcije, razmjena iskustava)

Od kulture ophođenja „domaćina“ tj. receptivne turističke destinacije, uveliko zavisi turističko zadovoljstvo, ali i njen ukupni kulturni i turistički imidž. „Faktori koji utiču na kulturu ophođenja su:

- stručna sprema,
- kompetentne kvalifikacije- adekvatno zanimanje,
- opći nivo kulture,

- karakteristike i tip ličnosti,
- psiho-fizičko i zdravstveno stanje čovjeka, te dob
- komunikacijske vještine i poznavanje stranog jezika,
- empatičnost i prepoznavanje želja i potreba kod gosta,
- praksa i osposobljenost za rad u ugostiteljsko-turističkom sektoru,
- zadovoljstvo poslom koji obavljaju – ljubav prema poslu,
- dobra plaćenost turističkih radnika – zadovoljstvo platom,
- regulisan radni staž i stalno zaposlenje,
- stav, podrška i zahtjevnost poslodavca“ (Žunić, 2018).

Jovičić ističe da je kultura ophođenja određeni kulturni nivo i stepen općeg obrazovanja, dok je turističko obrazovanje sastavni dio turističke kulture u cijelini, pa je najviši nivo kulture i ljubaznosti očekivan upravo u sektoru turizma i destinaciji koja baštini koncept receptivnog turizma.

Galičić i Laškarin (2016) navode da se „kulturno-obrazovna funkcija turizma“ manifestuje kroz nekoliko aspekata:

- Upoznavanje ljudi, kulture i običaja
- Upoznavanje mjesta i atrakcija
- Duhovno oplemenjivanje
- Porast opće kulturno-obrazovne crte kod turista i lokalnih stanovnika (receptivnog stanovništva)
- Turistička kultura
- Interkulturalna komunikacija

Kulturna funkcija turizma ne odražava se samo na turiste već ostavlja i izvanredno jake tragove na stanovništvo turističkih mjesta, tj. receptivnih područja. To proizilazi iz susreta stanovnika „domaćina“ s turistom „došljakom“ (gostom), susreta ljudi različite kulturne razine, raznih nacija, navika, standarda i kupovne moći. Upravo te razlike imaju presudnu ulogu na međusobne uticaje, a među pozitivne se ubraja: uticaj turista na rast opće kulture, pa i odgoja stanovništva, što ima zapravo recipročno djelovanje.

Izdvojeno treba prikazati uticaj na kulturu ponašanja, stanovanja, održavanja higijenskih uslova, opremanje kuća najsavremenijim tehničkim pomagalima u domaćinstvu, te na estetski način uređenja stana, gradnje i uređenja kuća, ukrašavanja balkona i okoliša cvijećem i zelenilom. Sve je to rezultat uticaja i prihvatanja navika i običaja turista, koji su te svoje navike donijeli iz sredina svog stalnog boravka. Činjenica je da turistička mjesta imaju i bogatiji sportski, kulturni i zabavni život, naročito za vrijeme turističke sezone. Imaju i specijaliziranu izdavačku djelatnost, izdavanjem raznih pisanih tekstova o mjestu (monografije, vodiči, informativni bilteni, prospekti i dr.) u kojima se izdanjima objavljuju činjenice o prirodnim i kulturno–historijskim vrijednostima, pa se time i mještani detaljnije i stručnije upoznaju s prirodnim vrijednostima i historijatom svoga mjesta. Svi ti sadržaji utiču na povećanje „opće kulturno-obrazovne razine“ lokalnog stanovništva.

Glavni ciljevi turističke kulture su:

- a) spoznati turizam kao pojavu, koja se razvija kao društveno kretanje i privredna aktivnost, koja je potrebna za razvoj nekog područja;
- b) upoznavanje s osnovama za razvoj turizma u vlastitom užem i širem kraju i državi,
- c) spoznaja i vrednovanje prirodne, društvene, privredne i političke osnove za razvoj turizma vlastitog zavičaja, te za razvitak države s naglaskom na kulturnu i prirodnu baštinu,
- d) sticanje nacionalne svijesti i ponosa,
- e) otkrivanje i vrednovanje različitih karakteristika življenja u domaćem kraju i regiji, koja će obogatiti goste, kao i domicilno stanovništvo,
- f) uključivanje u turistički život domaćeg kraja i pri tome upoznavanje ljudi i ustanova, koje se bave turizmom i od njega žive,
- g) upoznavanje turističkih zanimanja i mogućnosti zapošljavanja u turističkoj djelatnosti, te razvijanje sposobnosti za rad u najraznovrsnijim oblastima turizma,

- h) upoznavanje načina prikupljanja i širenja informacija u turizmu i o turizmu,
- i) upoznavanje turističke društvene aktivnosti i pripremanje za sudjelovanje u društvu koje se bavi turizmom i živi od turizma,
- j) razvijanje sposobnosti kulturnog komuniciranja i javnog istupanja (Galičić, Laškarin, 2016).

Turisti koji dobro poznaju strane jezike, naročito engleski, koji isto tako, po pravilu, predstavlja osnovu svake uspješne receptivne turističke destinacije, imaju daleko bolje mogućnosti da uspostave dijalog kako sa turističkim i hotelskim osobljem, tako i sa lokalcima, kao i na drugim prijemnim lokalitetima (kulturnim ustanovama, ZP i dr.). Uvijek su u prednosti pojedinci koji mogu uspostaviti jezičku sponu i razumijevanje umjesto da se npr. oslanjaju na svoje vodiče, jer su neke „priče“ ustaljene i prethodno iskoordinirane sa predstavnicima vlasti i turoperatora i sl. (zavisno od strogosti politike zemlje), a i raspoloživost vodiča je ograničena (uglavnom se sve svodi na osnovne informacije o destinaciji i kulturi, koje se prezentuju pred grupom). Čovjek puno toga može da nauči u govornoj interakciji sa domaćim stanovništvom, jer se kroz neki dublji razgovor mogu razotkriti detalji i pobliže razumjeti kultura, stavovi, mentalitet, način ponašanja i djelovanja, te obrazac života rezidenata. Osim toga, razgovor sa lokalcima omogućava da se bolje upozna geografski prostor, jer zahvaljujući njihovim uputama, smjernicama i preporukama (pod uslovom da su afabilni⁴³), turisti oponašaju lokalce u korištenju javnog prevoza i prečica do određenih turističkih atrakcija, šoping u najjeftinijim prodavnicama, prehrana u ugostiteljskim objektima koji su favorizirani od lokalaca i dr.

Kulturni doprinos turističkog fenomena pojavljuje se u dvostrukom obliku:

⁴³ *Afabilan- ljubazan, susretljiv, pristupačan, prijateljski nastrojen, nagodan*

- a) *direktni uticaj*- “akulturacija” (potiče od samog fenomena i odnosi se na prikupljanje vrijednosti drugih civilizacija ili čak civilizacije naroda kome turista pripada)- jedna kultura preuzima elemente druge dmnt. kulture ili mješanje kultura, fenomen spajanja i konvergencije kultura (transkulturaciona);
- b) *indirektni uticaj*- “inkulturacija” (sve ono što prethodi putovanju i tiče se turističkoga, tj. kulturnog obrazovanja turista kako bi mu se omogućilo da na efikasan način izvuče koristi od putovanja).

Moguće je pretpostaviti da su organizovana putovanja bosanskohercegovačkog stanovništva u „arapske zemlje“ (Egipat, Tunis i dr.) preko određenih turističkih agencija (Relax Tours, Elite Travel i dr.), kao rezultat „iskustvenog turizma“, dovela do poprimanja navika ljudi iz tih područja svijeta, kao što je npr. redovita konzumacija crnog čaja, hurmi, te „šiša“ (nargile). U zadnje vrijeme u Sarajevu je izrazito aktuelan trend uvođenja nargile u brojne kafiće kao nekakve „posebne atrakcije“ (tzv. „ćejfa“- ugođaja i užitka), dok je prodaja hurmi i crnog čaja sve više prisutna na lokalnom tržištu (ranije je bila ograničena samo na rijetke specijalizirane radnjice sa orijentanim produktima, npr. butik „Badem“, dok ih sada nude i moderni trgovački centri BBI, SCC i dr.).

S druge strane, zahvaljujući turoperatorima i agencijama koje lokalnom stanovništvu u BiH uglavnom nameću odlaske u Tursku, Egipat i Tunis, te eventualno Hrvatsku i Crnu Goru, podstiču lokalce da uče i istražuju o navedenim destinacijama i njihovim atrakcijama, kako bi što produktivnije iskoristili svoj boravak (kako samostalno, tako i putem dostupnih promotivno-informativnih kataloga i fakultativnih izleta koje nude agencije).

- ***Socijalna kohezija LZ: solidarnost, razumijevanje i tolerancija***

Socijalna (društvena) kohezija predstavlja povezanost i solidarnost između grupa u društvu. Identifikuje 2 glavne dimenzije: *osjećaj pripadnosti zajednici* i *vezu između članova same zajednice*. Proizilazi iz demokratskih napora da se utemelji društveni balans, ekonomski dinamizam i nacionalni identitet, sa ciljem formiranja sistema jednakosti, susprezanja impulsivnog nekontrolisanog ekonomskog rasta i izbjegavanje društvenih fraktura. Socijalna kohezija je društveni proces koji nastoji da konsolidira mnoštvo građanstva tako da reducira nejednakosti i socio-ekonomske disparitete i frakture u društvu. Reflektuje potrebe ljudi i za personalni razvoj i osjećaj pripadanja, te povezuje zajedno individualnu slobodu i društvenu pravdu, ekonomsku dovoljnost i „fer“ (poštenu, pravednu) raspodjelu resursa, i pluralizam⁴⁴ i zajednička pravila za rješavanje svih konflikata (Manca, 2014).

„Socijalna funkcija turizma“ podrazumijeva društveni aspekt, upoznavanje i druženje, smanjenje socijalnih, kulturnih i dr. razlika među ljudima (Galičić, Laškarin, 2016). Kako je masovni turizam omogućio kretanje i putovanja širokih masa bez obzira na klasu, dostupnost smještaja i cijena i sl., tako je podstakao procese globalizacije i kulturnih promjena u svijetu. Veliki broj ljudi na Zemlji ima priliku upoznavati drugačije krajeve svijeta i na taj način proširiti svoje spoznaje i vidike, obogatiti iskustva, oplemeniti duh i dr.

Npr. *odlazak u Afriku* kao mjesto sa drugačijim geografskim prilikama, nižim socio-ekonomskim standardom i beduinskim stilom života u pustinji i sl., podstiče kod pojedinca humanost i empatiju za ljude koji žive u jednom tako nazadnom i u prirodno-geografskom smislu neprijemčivom ambijentu. Boravak tamo podstiče radoznalost posjetilaca i nastojanje da shvate kako ljudi tu žive. Neka prva zapažanja pomažu da shvatimo da su upravo primitivni oblici života i privređivanja najbolji primjer socijalne

⁴⁴ Pluralizam- sistem u kome dvije ili više grupa koegzistira

kohezije, jer u surovim environmentalnim uslovima, ljudi se najprije povezuju i djeluju zajedničkim snagama. Posjetioci razvijaju brojne emocije: iznenađenost, suosjećanje, ali i divljenje i poštovanje prema upornosti i istrajnosti lokalaca, te razumijevanje njihovog stila života „iz prve ruke“. Učenje na licu mjesta, pa još uključivanje u određene tradicionalne aktivnosti (npr. boravak u beduinskim šatorima, jahanje kamila- tzv. „pustinjska lađa“, crpljenje vode iz bunara, priprema pljesnivog hljeba i sl.), omogućavaju da shvatimo kako izgleda beduinski život.



Sl. (4) 16-19. Beduinsko selo u Arapskoj pustinji, Hurgada, Egipat
(Autor)

Uvidjevši sreću na licu „domaćina“ (jer znaju da će kontribuirati prihode od turističkih posjeta- npr. egipatska Vlada izdvaja subvencije za beduine kako bi sačuvali autentičnost takvog stila života), posjetioci su zadivljeni vedrim licima i osmijesima dobrodošlice (*Afrika- „dom osmijeha“*), što podstiče dobru stranu čovjeka i humano djelovanje, solidarnost i težnju da im se pomogne kroz određene donacije, priloge i sl. Lokalci su uz to

pretežno naviknuti na darežljivost gostiju, jer vodiči redovito skrenu pažnju grupi da im se pomogne s nešto „bakšiša“ i sl.

Humanitarne aktivnosti oplemenjuju i hrane ljudski duh, jer je u prirodi čovjeka da se osjeća bolje nakon što je učinio dobro djelo, pomogao i razveselio drugu osobu. U konačnici, ovakva iskustva podižu našu svijest i zahvalnost na vlastitom domu i kulturi.

Isto tako, veliki broj područja u svijetu (*turističkih destinacija*) ima mogućnost prijema, prihvata i boravka posjetioca, a upravo veliki turistički promet i razmjena ljudi različitih kultura na jednom mjestu, predstavlja idealnu priliku za interkulturalnu komunikaciju, učenje i razumijevanje. „Turizam dovodi do kulturnih kontakata, koji i kakvi se nikad dosad nisu ostvarivali. Ljudi iz najrazličitijih krajeva svijeta, najrazličitijih navika i mentaliteta sada se susreću u svakodnevnom kontaktu, u formalnim i neformalnim dodirima, u raznolikim životnim i društvenim situacijama. A sve to na njih obostrano utiče, jer međusobno sudjeluju u interkulturalnoj komunikaciji, odnosno u komunikaciji između ljudi različitih kultura, kojoj je glavni sadržaj u međusobnom učenju, širenju spoznaja, vršenju uticaja, igri, pomoći i dr.“ (Galičić, Laškarin, 2016). Npr. nevjerovatan je prizor platoa Giza u Kairu, na koji se zbog popularnog svjetskog čuda- *egipatskih piramida i sfingi* obruši stotine autobusa s različitom zastavom i preko 3,7 miliona posjetilaca iz raznih krajeva svijeta:



*Sl.20. Giza piramide, Kairo, Egipat
(Autor)*

Upravo svjetski turistički događaji i susret različitih kultura na jednoj tački na Zemlji radi kvalitetnog odmora i upoznavanja drugačijeg, viđenja nesvakidašnjeg, direktnog učenja na terenu kroz opservacije, kontakte sa turističkim radnicima i kustosima, lokalcima i drugim gostima, naglašavaju „političko-ideološku“ funkciju turizma kao vjerodostojnog „pasoša mira“, jer turizam uistinu podstiče mir i razumijevanje nacija, te upoznavanje društveno-političkog sistema zemlje (politička uređenost, socio-ekonomski standard, bogatsvo zemlje).

Svaka zemlja, prevashodno demokratski uređena, teži da postane politički stabilna i sigurna (bezbjedna) destinacija, kako bi osigurala mogućnost turističkih dolazaka i posjeta, jer se od njih ostvaruju dodatni prihodi i podstiče socio-ekonomski razvoj.

Turizam podstiče koncept „ksenofilije“- *simpatije prema strancima* za razliku od „ksenofobije“ (strah od stranaca), mada je politika stranih dolazaka (uključujući pogodnosti administrativne procedure vezano za ulazak u zemlju, tj. vizu i sl.), vrlo često odraz političkih veza koje određena država njeguje, što se značajno reflektuje na strukturu turista po dolascima. Npr. „u strukturi noćenja stranih turista u Bosni i Hercegovini (2019) najviše noćenja ostvarili su turisti iz Hrvatske (28,4%), Srbije (13,3%), Slovenije (8,3%), Njemačke (5,2%), te Austrije i Italije sa po (3,7%), što je ukupno 62,6%, dok su najveću dužinu boravka ostvarili: Iran sa prosječnim zadržavanjem 7,7 noći, Rumunija sa 4,2 noći, Kipar sa 4,0 noći, Kuvajt 3,8 noći, Katar sa 3,2 noći, te Bahrein, Egipat i Ujedinjeni Arapski Emirati sa po 3,0 noći“ (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine). Na primjeru destinacije Kanton Sarajevo (Federacija Bosne i Hercegovine, Bosna i Hercegovina), u strukturi stranih noćenja (2019) najviše su zastupljeni: Hrvatska 26%, Slovenija 6%, Njemačka, Turska i Ujedinjeni Arapski Emirati 5% i dr. (Zavod za statistiku Kantona Sarajevo). Međutim, neki izvori navode drugačije za istu godinu:

„u strukturi noćenja stranih turista u Sarajevu (2019) najviše noćenja su ostvarili turisti iz Saudijske Arabije (9,1%), Hrvatske (7,8%), Turske (7,4%), Kine (6,8%), Ujedinjenih Arapskih Emirata (6,5%), SAD-a, Njemačke, Slovenije, Srbije i Italije“ (FENA), što je čak očekivano u odnosu na generalnu sliku koja se stiče na terenu (jer doslovce grad „vrvi“ od Arapa, Turaka i Kineza, itd.). Izvjesne razlike u turističkim podacima za cijelu BiH i s druge strane samo za Sarajevo (FBiH), uzrokovane su određenim disparitetima u interesima i načinu vođenja turističke politike po entitetima (FBiH i RS).

Turizam podstiče razvoj etičnosti, najviših moralnih principa i standarda u svijetu, njegovanje i čuvanje vlastite kulture i njene autentičnosti, kao i poštivanje drugih kultura i različitosti. Međutim, pošto su kulture u svijetu različite, Svjetska turistička organizacija je uvela tzv. *GCET*⁴⁵, koji poistovjećuje političke, ekonomske, environmentalne, društvene i kulturne principe koje moraju poštivati turistički promovatori i organizatori u skladu sa poslovnom etikom. Na ovaj način, turistička kultura je opće prihvaćena u svijetu, ali je njena glavna deviza kvalitet usluge i kako navodi Brotherton: „učiniti da se gost osjeća kao kod kuće“ (Žunić, 2016). Jezik koji svi razumiju je ljubaznost, koju prepoznamo kroz ključne elemente: „vedro lice“, „osmijeh dobrodošlice“ i „susretljivost“ (spremnost da nam se pomogne na najbolji način na naše zadovoljstvo). Galičić i Laškarin navode „etički turizam“ (solidarni, zeleni), čije karakteristike su:

- a) *Odgovornost* (transparentno upravljanje destinacijom na principima održivog razvoja; odgovornost hotelijera da isplaćuju plate svojim radnicima i dobavljačima, nude zdravu hranu i sl.);
- b) *Zaštita okoliša* (briga za zaštitu okoliša i provođenje odgovornih metoda u ciklusu proizvodnje, pripreme i pružanja usluga);

⁴⁵ *GCET- univerzalni kodeks etičkog ponašanja u turizmu i turističkim destinacijama*

- c) *Jednakost spolova* (jednako vrednovanje i nagrađivanje rada žena i muškaraca);
- d) *Zdravi uslovi rada* (zdrava i sigurna radna sredina za svakog pojedinca; djeca ne smiju sudjelovati u procesu rada, jer to narušava njihovu sigurnost, zdravlje, a i zabranjeno je Konvencijom Ujedinjenih naroda o zaštiti prava djece);
- e) *Stvaranje prilika* (hoteli trebaju omogućiti konzumaciju autohtono proizvedene hrane, pa tako jačati domaću privredu i društvo, podstaći stvaranje prilika za domicilne proizvodne strategije usmjerene na suzbijanje siromaštva i jačanje razvoja; stvarati priliku za domaće proizvođače, koji su ekonomski ugroženi i marginalizirani zbog globalnog sistema trgovanja: prekomjerni i nametnuti uvoz, monopol velikih trgovinskih lanaca i dr.) (Galičić, Laškarin, 2016).

„Etički turisti“ su gosti koji žive u lokalnoj zajednici i uče od domaćina, to su moderni i često imućniji turisti koji su bolje obrazovani i visoko ekološki osviješteni. Za njih je karakteristično da ne žele ići u zemlje u kojima vlada politička diktatura ili u kojima ima „robovske“ radne snage, preferiraju „green hotele“ koji imaju visoku poslovnu etiku, ponudu autohtone domaće hrane i naplatu donacije za karbon-offset, jer žele da njihov boravak u destinaciji pridonese održivom razvoju.

➤ *Unapređenje osjećaja za državni i lokalni ponos*

Timothy navodi psihološke beneficije turizma za lokalno stanovništvo: raste samopouzdanje zbog vanjskog prepoznavanja unikatnosti i vrijednosti njihove kulture, prirodnih resursa, i tradicionalnog znanja. Porast povjerenja u zajednici podstiče predstavnike na dodatnu edukaciju i trening prilike. Pristup poslovima i novcu podstiče rast statusa obično za nisko-statusne lokalce, kao što su žene i mladi. U tom smislu, na području Sarajeva, prepoznata su određena kulturno-umjetnička društva

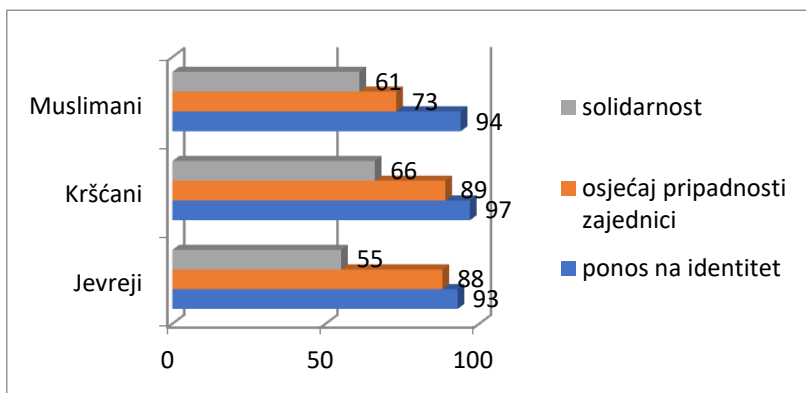
homogenog spolnog sastava, koja okupljaju žensku radnu snagu, npr. udruženje žena „Zlatne ruke“- *Udruženje za unaprijeđenje i razvoj kulturne baštine u BiH*, koje radi na očuvanju tradicije i starih zanata, tkanje, vez, pletenje, izrada nošnji, nakita, organskih sapuna i dr. Izložbe njihovih radova organizuju se u kulturnim centrima u gradu (npr. Dom sindikata), ali i širom zemlje i regije, u saradnji sa drugim KUD i sl.

Zhuang et al. (2019) navodi da turizam podstiče duhovnost lokalnog stanovništva tako što unapređuje osjećaj za nacionalni (državni) i lokalni ponos. Kao demonstrativne primjere navodi zemlje: Izrael, Nigeriju i Indoneziju.

Istraživanja *Pew Research Centre* pokazala su da Jevreji u Izraelu imaju snažan osjećaj pripadnosti jevrejskom narodu (88%) i da su ponosni na svoj jevrejski identitet (93%), radije prvo kažu da su Jevreji, pa tek onda da su Izraelćani, mada ih većina (55%) smatra da je biti Jevrej stvar porijekla i kulture. Osim toga, većina izraelskih Jevreja smatra da ima odgovornost da brine o Jevrejima širom svijeta i da pomogne onima koji su u potrebi (55%). Kao najvažnije ponuđene atribute bitne za Jevrejski identitet, izdvojili su: Holokaust (65%), moralan život (47%), pobožnost i pokornost jevrejskim zakonima tzv. „halakha“ (35%), živjeti u Izraelu (33%) ili raditi za pravdu i jednakost u društvu (27%), tradicionalna jevrejska hrana (18%), intelektualna radoznalost (16%), dobar smisao za humor (9%). Međutim, kao glavne parametre identifikacije „biti Jevrej u Izraelu“ naveli su: obezbijediti jevrejsko obrazovanje i podijeliti tradiciju sa svojom djecom (53%), slijediti religijsku tradiciju (45%), imati osjećaj pripadnosti Jevrejskoj zajednici (32%), imati znanje o vlastitoj historiji i korijenima (21%), bliskost sa porodicom (20%), podržavati Izrael (19%), govoriti hebrejski i participirati u hebrejskoj kulturi (14%), itd. (Pew Research Centre, 2016).

Iako je Izrael prvenstveno dom Jevreja (74%), tu žive i Arapi (21%) i dr. etničke zajednice. Religijska struktura zemlje ima

obilježja: judaizam (74%), islam (18%), kršćanstvo (1,9%), Druzi (1,6%) i dr. Istraživanja vezano za osjećaj pripadnosti narodu, ponos na svoj identitet i odgovornost za pomaganje istom narodu bilo gdje u svijetu- solidarisanje, pokazala su visoke vrijednosti i kod kršćana i muslimana, kao i kod jevreja:



*Grafikon 8. Socijalna kohezija na primjeru Izraela
(Autor⁴⁶)*

Pored ovih navoda, potrebno je uzeti u obzir i druge činjenice zbog kojih je Izrael (naročito Jevreji) ponosni na sebe:

- Izrael (zajedno sa Palestinom) je dom Jerusalema kao glavnog svetišta sve tri monoteističke religije (judaizam, kršćanstvo, islam);
- Jerusalem „Sveti grad“, objedinjuje najvažnije historijsko-religijske događaje jevreja, kršćana i muslimana, a najvažnija svetišta su: „Western Wall“/ Zid plača (jevreji), „the Sepulchre“/ Bazilika Svetoga groba Isusova (kršćani), džamija Al-Aqsa (muslimani);
- Jerusalem, pa tako i Izrael, ima ogromnu kulturnu, religijsku i turističku vrijednost, što dokazuju podaci o

⁴⁶ Prema podacima istraživanja Pew Research Centre

godišnjoj turističkoj posjećenosti preko 4,5 miliona turista iz raznih područja svijeta (2019);

- judaizam je najstarija monoteistička religija;
- teška i bolna historija Jevreja (egipatsko ropstvo, Holokaust);
- mali broj Jevreja u svijetu, svega oko 0,2% svjetske populacije (2021), što povećava njihovu socijalnu koheziju i težnju da sačuvaju autentičnost svoje kulture i tradicije (vrlo su „zatvorena“ zajednica i rijetko se mješaju s drugima, njeguju unutarne familijarne i društvene odnose, sklapanje braka mora biti isključivo sa istom vjerom);
- Jevreji su tzv. „start-up nacija“, jer su poznati kao svjetski vrijedni „umovi“ i izumitelji brojnih inovacija od globalnog značaja (atomska energija i nuklearno oružje, laser, genetički inženjering, kapitalizam, Google i dr.), itd.

4.2.3. Partnerstva i institucionalni mehanizmi podrške

➤ Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince

Za razumijevanju razvoja kapaciteta pojedinaca i organizacija može poslužiti primjer inicijative *The IUCN WCPA Capacity Development Initiative*, koja unapređuje kapacitet pojedinaca i organizacija uključenih u upravljanje i rukovodstvo zaštićenim područjima. Ciljevi su:

- a) Omogućiti ljudima koji žive i rade u ZP da razviju i koriste kompetencije relevantne za njihov posao i tako graditi pojedinačni kapacitet;
- b) Uspostaviti i povezati tijela odgovorna za ZP i ljude koji rade za izgradnju zajedničkog organizacionog kapaciteta;
- c) Kada su pojedinci i organizacije efektivniji, upravljanje ZP je efektivnije i efikasnije

Implementacija strateškog okvira za razvoj kapaciteta u ZP i drugim šticećenim teritorijama *IUCN/WCPA Strategic Framework*

for Capacity Development in Protected Areas and Other Conserved Territories (SFCD) podrazumijeva bogatstvo dobre prakse širom svijeta za definiranje četiri programa, koji će pomoći da se identifikuju kapacitetni izazovi ZP u narednoj deceniji:

- 1) *Promocija profesionalizma* (globalne tehnike, materijali i inicijative za podršku adaptacije profesionalnih standarda u vezi sa upravljanjem ZP);
- 2) *Podrška autohtonim ljudima i LZ* (razvoj kapaciteta među njima kroz set vještina i tehnika, uključujući aplikativna i glavna tradicionalna znanja, kao i sistem upravljanja zasnovan na relevantnim znanjima);
- 3) *Omogućiti razvoj kapaciteta* (razvoj resursa, materijala i mogućnosti kako bi se omogućio širi i bolji pristup za učenje svih onih koji su uključeni u upravljanje ZP);
- 4) *Mjerenje i procjena impakata* (procjena uticaja različitih razvojnih programa kapaciteta i razumijevanje najboljeg pristupa)

Efektivne vlasti na globalnom, regionalnom, nacionalnom i lokalnom nivou su temeljne za implementaciju održivog razvoja, jer definišu ciljeve i prioritete i naprednu saradnju na svim nivoima. Vlada uključuje institucije kroz koje se sprovode javne politike, kao i određene “kodove” za privatne poslove i partnerstva između vlada, intervladine organizacije, poslove, građansko društvo i profesionalne asocijacije (udruženja). Ovo uključuje brojne i različite aranžmane, ali je suštinski element da mobiliziraju diverzitetne konstitucije kako bi se dogovorili zajednički ciljevi i pomogli da se realiziraju. Ako su ispoštovani svi slojevi društva, uključujući siromašne, onda će ishodi biti pravedniji i kontribuirati u alevijaciji (ublažavanju) siromaštva. Efektivna državna vlada radi na izgradnji međunarodnih odnosa, pa tako i lokalne vlasti uzimaju učešće i postižu rezultate na lokalnom nivou, jer se u zadnje vrijeme podstiče devolucija (prenos) ovlaštenja na lokalni nivo. Npr. IUCN iskusio je vrijednosti participacije i partnerstva u radu

sa lokalnim zajednicama i aktivno ohrabruje razmatranje upotrebe lokalno zasnovanih pristupa životnoj sredini i upravljanju prirodnim resursima. Učinkovita vlada zahtjeva da se prenos vlasti sprovodi u okvirima održivog razvoja, koji jasno definira uloge i odgovornosti, preferirano kroz legalni okvir, i osigurava fundiranje tj. određena sredstva potrebna za uključenje, transparentnost i uračunljivost. Prenos vlasti mora odražavati balans između lokalnog, nacionalnog i internacionalnog nivoa koji adekvatno odgovara na probleme i pogođene ekosisteme. Ključni atributi učinkovitih vlasti su:

- a) Demokratske institucije koje odgovaraju na potrebe ljudi
- b) Postupanje u skladu sa zakonom
- c) Participacija, transparentnost i uračunljivost (odgovornost)
- d) Adekvatna devolucija (prenos) vlasti
- e) Anti-korupcija i efektivne usaglašene mjere
- f) Mehanizmi rješavanja konflikata i nastalih sporova

Na primjeru *Johanesburg inicijative*, koja bi se trebala fokusirati na izgradnju kapaciteta u vezi sa efektivnom vladom na nacionalnom nivou i sa internacionalnim institucijama i partnerstvima koje podržavaju i omogućavaju državne akcije, ali tako i druge zemlje, potrebno je:

- a) Jačati statistiku i analitičke kapacitete na polju nauke, tehnike, prava i socio-ekonomije, a kako bi se integrisale „ multi-sektoralne procjene;
- b) Tehnički instrumenti i finansijski resursi za podršku implementacije i integracije pristupa;
- c) Snažniji kapaciteti upravljanja kroz legalne i mjere politike i administrativne strukture, koje mogu promovisati i vršiti monitoring integrisanih pristupa za održivi razvoj, uključujući implementaciju internacionalne saradnje;
- d) Usmjeren održivi razvoj u nacionalnim razvojnim planovima i strategijama i postavljanje prioriteta;

- e) Osigurati adekvatnu participaciju i konsultacije, uključujući lokalce i lokalni nivo;
- f) Generalizirati uspješne primjere u zajednici i projektirati aktivnosti kroz određene sektore i u čitavoj zemlji.

Razvoj pragmatičnih programa koji podrazumijevaju participaciju i jačaju veze između institucija podstiče procese unapređenja na svim nivoima (lok., nacionalni i internac.). U tom smislu je primjer „*tematska područja i vodeni resursi*“, gdje dobro upravljanje vodenim resursima podrazumijeva i integraciju sa upravljanjem riječnim slivovima i efektivno upravljanje vodenom infrastrukturom, od čega skupa zavisi kvalitet vode. Vlada ima dužnost da dostavi sigurnu vodu za piće, što znači da mora saradivati sa relevantnim institucijama i izgraditi kapacitete za upravljanje vodama na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou. Ovo zahtjeva multidisciplinarne analize, kako bi se omogućila optimalna upotreba, participacija raznih tijela i pojedinaca koji posjeduju sociološke i ekonomske vještine, i dostupnost socioloških, ekonomskih i ekoloških podataka i informacija kroz istraživanja i monitoring. Kapacitet izgradnje za vlasti, tehničke institucije i stekholderske grupe treba da podrži implementaciju komprehensivnih (opsežnih, sveobuhvatnih) struktura vlasti.

Tematska područja mogu biti ZP u kojima se štite vodena blaga, ali i koriste za turističke rekreativne aktivnosti i dr. Da bi se rijeke mogle koristiti za npr. rafting i dr., potrebna je konsultacije eksperata koji će ispitati morfologiju korita, struje i dr. potamološke karakteristike, pa ih procijeniti u skladu sa modelima turističke valorizacije za određenu namjenu. Kako bi upravljanje ZP bilo na principima održivog razvoja, moraju se isplanirati posjete, rute i vrijeme zadržavanja, te dozvoljeni broj ljudi na određenom lokalitetu, itd. Sve ovo se mora iskomunicirati sa naučnicima, brojnim institucijama, turoperatorima, vodičima, gostima, pojedincima i dr. Dakle, turizam podstiče uvezani rad

brojnih subjekata i aktera, kako bi se mogle uopšte realizovati turističke aktivnosti i sl.

U svijetu su formirana određena „tijela“ ili međunarodne institucije, koje aktivno djeluju na polju prezervacije (očuvanja) prirodne i kulturne baštine, kreiraju pravila i kriterije, podstiču projekte, vrše monitoring i dr. Tako npr. IUCN, ICOMOS⁴⁷ i ICCROM⁴⁸ rade zajedno od 2010. godine radi jačanja veza između kulturnog i prirodnog nasljeđa pod Konvencijom svjetske baštine. IUCN je međunarodni savez ili organizacija za očuvanje prirode i održivo iskorištavanje prirodnih bogatstava. Ima urede u preko 50 zemalja svijeta, članice organizacije i države članice u preko 160 zemalja i mrežu sa preko 18.000 volontera naučnika i eksperata širom svijeta. ICCROM je međuvladina organizacija posvećena očuvanju kulturne baštine širom svijeta kroz programe obuke, informisanja, istraživanja, saradnje i zagovaranja. ICOMOS je profesionalno udruženje koje radi na očuvanju i zaštiti mjesta kulturne baštine širom svijeta.

Glavni cilj partnerstva IUCN, ICOMOS I ICCROM je unaprijediti internacionalne i regionalne kapacitete prirodne baštine kroz radionice, čija je svrha:

- a) ažurirati i informisati profesionalce za kulturno i prirodno nasljeđe (baštinu) kroz savjetodavno tijelo o aktivnostima i procesima koji podržavaju implementaciju Konvencije Svjetskog nasljeđa;
- b) izgraditi i unaprijediti kapacitet profesionalaca i jačanje tehničke mreže savjetodavnih tijela, kako bi se podržala identifikacija, evaluacija i konzervacija resursa svjetske baštine;

⁴⁷ ICOMOS (International Council on Monuments and Sites)- Internacionalno vijeće za spomenike i znamenitosti

⁴⁸ ICCROM (International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property)- Međunarodni centar za proučavanje očuvanja i restauracije kulturnih dobara

- c) unaprijediti komunikaciju i kolaboraciju između profesionalaca kulturne i prirodne baštine kroz savjetodavnu institucionalnu mrežu, kako bi se podržala efektivnija implementacija konvencija svjetske baštine.

Navedene organizacije bave se prikupljanjem podataka i analizama, istraživanjima, terenskim projektima, legislativom i edukacijom. Misija je influensirati, ohrabriti i pomoći društvima u svijetu da konzerviraju prirodu i osigurati da upotreba prirodnih resursa bude uravnotežena i ekološki održiva.

Međunarodne organizacije pripremaju publikacije koje mogu biti od koristi za upravljanje turističkim razvojem u destinaciji. Tako se u partnerstvu navedenih organizacija i UNESCO, realizovala i tema „*Održivi turizam na lokalitetima svjetskog nasljeđa- serije vodiča*“. UNESCO je razvio seriju vodiča za upravljanje destinacijom, koje će koristiti ljudim i institucijama koje se bave upravljanjem svjetkom baštinom turističke destinacije i stekholderima. Objedinjuju najbolja praktična znanja iz zajednice svjetske baštine, tako da menadžeri i profesionalci u sektoru turizma i konzervacije, kao i zajednice širom svijeta mogu napraviti pozitivne promjene, tako da pro-aktivno upravljaju turizmom. Smjernice podrazumijevaju:

- Mjerenje kapaciteta
- Razvoj efektivne strategije turističkog razvoja
- Izgradnja partnerstva sa odredištem svjetske baštine
- Razviti proizvode iz vlastitih unikatnih historijskih priča
- Plasirati svoje odredište svjetske baštine radi najbolje učinkovitosti
- Ispričati Svjetskoj baštini priču izvanredne univerzalne vrijednosti radi najboljeg efekta
- Razviti sistem fundiranja i projekte za fundiranje
- Upravljanje posjetama radi efektivnosti

➤ *Inicijative lokalnih vlasti i saportivnih institucija*

Lokalne vlasti na polju turizma i konzervacije prirodnih i kulturnih resursa, te razvoja održivih oblika turizma, saraduju sa državnim vlastim i relevantnim institucijama, ali i sa svjetskim organizacijama. Turizam pokreće lavinu inicijativa i događaja, kao i saradnju na svim mogućim nivoima, i u različitim sektorima.

Masovni turizam doveo je brojnih negativnih impakata na geografsku i životnu sredinu, pa je uveden pojam turističkog kapaciteta nosivosti „TCC (*Tourism Carrying Capacity*)-maksimalni broj ljudi koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, bez uzrokovanja destrukcije na fizički (prirodni), ekonomski i socio-kulturni environment i neprihvatljivi pad u kvaliteti“ (UNWTO). Parametri mjerenja TCC su:

- Analiza karakteristika sistema
- Analiza turističkog razvoja
- Implikacije turističkog razvoja za svaku od tri komponente
- Identifikacija pokretačkih snaga- uzroci
- Procjena stanja svake komponente. Identifikacija impakata, problema, rizika, konflikata, itd.
- Definiranje TCC za svaku komponentu. Identifikacija barijera i ograničenja. Selekcija indikatora (inicijalna lista) za definiranje praga tolerancije
- Elaboracija alternative turističkih razvojnih opcija i alternativnih kurseva akcija, analiza impakata, selekcija preferirane opcije, elaboracija strategije
- Definiranje TCC za sistem na bazi preferirajućih opcija
- Implementacija TCC (zavisno od prostornih karakteristika, uloge aktera, integracije u proces planiranja i institucionalni kontekst, evaluacija i monitoring). Selekcija finalne liste indikatora (University of the Aegean).

Evropske zemlje su godinama primarne destinacije turista, koje primaju 60% internacionalnih dolazaka (WTO). Francuska,

Španija, Italija, UK i Austrija su među 10 najpopularnijih turističkih destinacija. Turistički razvoj je naročito važan za Mediteransku i Alpsku regiju. Obalska područja, ostrva, ZP, ruralna područja, planinski resorti i historijska naselja su među najpopularnijim destinacijama. Pošto turizam raste, svako od navedenih područja se suočava sa određenim problemima:

- *Obalska područja* su povezana sa masovnim turizmom, velikom izgradnjom i infrastrukturom, intenzivnom upotrebom zemljišta i ekstenzivnom urbanizacijom, prevalentni model u većini Mediteranskih destinacija. TCC bazira se na mjerenju turističke gustoće, upotreba plaža i turističke infrastrukture, kongestija kapaciteta, polucija mora, itd.
- *Ostrva*: ostrvski turizam, ako nije masovni, onda je selektivni sa malom i srednjom skalom smještaja obično oko naselja, ruralna lokalna društva, male zajednice, itd. TCC fokusira se na vezu turizma sa lokalno kulturom, učinkovitost lokalnih proizvodnih sistema i privreda kvalitet života, impakti na resurse: vodu i energiju, upravljanje otpadom, itd.
- *ZP*: ekoturizam, poštivanje i opservacije prirode, pejazaža i obrazovanje, minimalna infrastruktura i mala skala intervencija, te restriktivne mjere. TCC fokusira se na broj turista, protoko turista i prostornu koncentraciju/ disperziju dobara i funkcionisanje ekosistema, kao i kvalitet iskustva posjetilaca
- *Ruralna područja*: razne motivacije dolaska pretežno posebna ljepota, niski intenzitet aktivnosti, ali široko rasprostranjene. TCC se fokusira na protok turista, impakte na lokalno društvo i kulturu, ruralnu privredu, prostorna obilježja turističkih posjeta
- *Planinski resorti*: masivni turizam centriran oko zimskih sportova, intenzivan razvoj. TCC se fokusira na ekološke impakte, kao što su uticaj infrastrukture ili cesta na prirodne

ekosisteme, mikroklimatske promjene, artifikalni snjeg, gubitak vegetacijskog pokrova and erozija tla, deterioracija pejzaža, ali i kongestija kapaciteta i upravljanje otpadom

- *Historijska naselja i gradići*: historijsko-kulturno nasljeđe, urbane usluge, stil života i kulturne tradicije, kulturni eventi, itd. Dmmt. tip turizma je masivni oko spomenika, muzeja, itd. sa kratkim boravkom (čak jednodnevne posjete). TCC se fokusira na kongestiju lokaliteta, saobraćaj, urbana upotreba zemljišta, otpad, itd. može biti i selektivni turizam sa malim brojem posjetilaca, manji pritisci razvoja kada je TCC usmjeren an urbane fabričke promjene (University of the Aegean i Evropska Komisija).

TCC konsideracije uključuju tri komponente/ ili dimenzije:

- a) *Prirodno-ekološku* (pejzaži, klima, ekološki kapacitet)
- b) *Socio-demografsku* (dostupni HR, nivo obrazovanosti, kulturni identitet, turističko iskustvo, apsorptivni kapacitet)
- c) *Političko-ekonomsku* (lokalni resursi, populacijska baza, ekonomske strukture, kulturno i lokalno nasljeđe) (Prasad Sati, 2018)

Zato u zadnje vrijeme međunarodne institucije pokreću inicijative da zemlje preispitaju kapacitete fizičke nosivosti turističkih destinacija i da se preko fakulteta i naučnih instituta uključe u javne pozive sa projektima koji se finansiraju iz EU fondova i dr. Sve se više okreće selektivnim i alternativnim oblicima turizma, kako bi se ublažili negativni impakti na geografsku i životnu sredinu. Ranije su pomenuti projekti u BiH koje finansira EU, OECD i dr., koji su usmjereni na ruralni razvoj kroz razvoj turizma i dr.

Moguće je navesti i primjer aktuelne UNWTO inicijative „*Best Tourism Villages*“, čiji ciljevi su:

- Reducirati regionalne nejednakosti u prihodima i razvoju
- Boriti se protiv ruralne depopulacije

- Podstaći jednakost spolova i ojačati status žena i mladih
- Poboljšati obrazovanje i razvoj vještina
- Promovisati ruralnu transformaciju i jačati zajednički (kohezivni) kapacitet
- Osnažiti multi-level-vlasti, partnerstva i aktivno uključivanje zajednica
- Unaprijediti povezanost, infrastrukturu, pristup finansijama i investicije
- Napredne inovacije i digitalizacija
- Inovacije u razvoju proizvoda i vrijednosti lančanog povezivanja
- Promovirati vezu između održivog, etičnog i otpornog prehrambenog sistema i turizma
- Unaprijediti konzervaciju prirodnih i kulturnih resursa
- Promovisati održive prakse za efikasniju upotrebu resursa i redukciju emisija i otpada

Inicijativa nameće turizam kao pokretač ruralnog razvoja. Unaprijediti ulogu turizma u vrednovanju i sigurnom očuvanju ruralnih sela zajedno sa njihovim pejzažima, sistemima znanja, bioloških i kulturnim diverzitetom, lokalnim vrijednostima i aktivnostima. Promovisati inovatine i transformativne pristupe za razvoj turizma u ruralnim destinacijama koje učestvuju u tri stuba održivog razvoja: ekonomski, društveni i ekološki.

U saradnji gore spomenutih tijela: IUCN, ICOMOS i ICCROM, većeg broja zemalja i lokalnih vlasti, pokrenute su brojne inicijative i aktivnosti:

- *Sastanak Latino-američkih menadžera svjetskog nasljeđa-arheološki lok. umjetnosti na stijenama „Rock Art Sites“*

Učestvovalo je 25 profesionalaca iz 5 različitih zemalja: Argentina, Brazil, Meksiko, Peru i Španija. Navedeni sajtovi treba da omoguće identifikaciju veze sa pejzažom, lokalnom autohtonom i ne-autohtonom zajednicom, kao i sponu sa savremenom kulturom.

Glavni ciljevi su: kreiranje mreže svjetskog nasljeđa vezano za znamenitosti stijenske umjetnosti; podizanje svijesti kod vlasti i građana o značaju konzervacije; državne vlasti treba da podijele kompetencije sa lokalnim vlastima, institucijama i agencijama relevantnim za navedeni tip znamenitosti, kao i da uključe lokalno stanovništvo, kako bi se unaprijedio životni standard; izrada plana upravljanja koji bi podrazumijevao: istraživanje arheoloških lokaliteta, karte rizika, sanacijske mjere, kao i oblike saradnje sa LZ i agencijama, podizanje kapaciteta i upotrebe resursa, te monitoring i evaluacija; učešće kuratora i menadžera u kreiranju tematskih kulturnih proizvoda kao turističke atrakcije; priprema dokumentacije za svaki sajt po konceptu: informacije o lokaciji, status/ vlasništvo; deskripcija; kategorija zaštite; rizici; istraživački prospekti; interes za javnost i pristupačnost, kao i prateći grafički materijali (fotografije, karte/ plan, grafikoni)

➤ *Svjetsko nasljeđe i održivi razvoj- projekti i izazovi*

The C2 Centre Torino je implementirao inicijative vezano za nasljeđe i održivi razvoj- internacionalne master programe i kulturne projekte sa učešćem studenata iz cijelog svijeta (Kanada, Kina, Kolumbija, Finska, Indija, Namibija, Saudijska Arabija, Sejšeli, Tanzanija, Turska i SAD). Organizovana su predavanja, učenje na daljinu, seminari, tematski projekti, internacionalne teme vezane za lokalnu kulturu i pojedinačni projekti sa učešćem univerziteta (npr. University Barcelona).

➤ *Jačanje svjetskog nasljeđa- konzervacija u Uzbekistanu;*

Kontribucija (učešće) Uzbekistana u prezervaciji spomenika kroz UNESCO, ali sa malo pažnje posvećene urbanim cijelinama- podstaknuta tendencija da se renoviraju i demoliraju tradicionalne kuće u historijske centre, međutim postoje barijere: slaba svijest javnosti i bez interesa LZ, slaba znanja specijalista vezano za tradicionalnu građevinsku tehniku i dr.

- *Analize efektivnosti nominacije svjetskog nasljeđa- trening program za anglofonsku Afriku;*

podstaknute inicijative izgradnje kapaciteta u saradnji sa AWF i CHDA, te fundirano od Nordic WHF i Vlada Španije- sticanje vještina vezano za nominaciju za UNESCO i IUCN, priprema tenativne liste, poznavanje kriterija i sl.

- *Šta bi svjetsko nasljeđe donijelo autohtonim i ne-autohtonim ljudima?*

Australijska istraživanja (*University of Queensland*) sa cilje jačanja kapaciteta autohtonih i neautohtonih ljudi da rade zajedno na upravljanju resursima, ali sa fokusom na beneficije za domoroce.

- *Revitalizacija zajednice i domaćinstava na sajtovima svjetskog nasljeđa u Borobuduru kroz kulturnu industriju i turizam baštine*

UNESCO u saradnji sa vlastima Indonezije (2011) rade na projektu revitalizacije lokalnih domaćinstava u kreativnoj industriji i turizmu baštine (prirodni i kulturni resursi). Borobodur područje obuhvatilo je 20 sela i preko 150 članova LZ, a ciljevi su: razvoj kreativnih poslova i izrada visokokvalitetnih rukotvorina, podići svijest o potencijalima kulturne industrije, povećati posjete, formirati mrežu između stekholdera oko Borobudura i članova LZ, lokalnih i državne vlasti, upravljanje parkom i dr. Široki je rang aktivnosti kreativne industrije: tradicionalne kafane, radionica i prodavnica izrađenih rukotvorina, kuhinjska laboratorija za proizvodnju lokalnog voćnog džema, izrada suvenira od lokalnih sirovina (materijala) uz primjenu tradicionalne vještine, obilježja i tema na inovativan način, kako bi se povećala diverzifikacija lokalne tradicije i vještina, zatim visokokvalitetni keramički proizvodi, jer su po tome dobro poznati zahvaljujući bogatom vulkanskom zemljištu oko Borobudura i dr.



*Sl.21. Proizvodnja keramike u lokalnoj sredini- Borobudur
(World Heritage Capacity Building, Newsletter 5, IUCN)*

- ***Jačanje LZ kroz partnerstva- saradnju (s vlastima, strukturama i upravama: turističko planiranje, ekološke akcije, promocija, finansije i marketing, obrazovanje)***

Turističko planiranje je tematski oblik prostornog planiranja, a predstavlja „proces identifikacije objekata i definiranja i evaluacije metoda kojima se to postiže, pri čemu podrazumijeva sve turističke resurse, organizaciju, tržište, i programe u datom području, a uključuje i ekonomski, okolišni, društveni, i institucionalni aspekt turističkog razvoja“ (Michigan State University).

Definiciji treba dodati i *geografski aspekt* turističkog planiranja, koji je najkompleksniji iz razloga što se turizam odvija u geografskom prostoru i predstavlja prostorni fenomen. Geografski prostor ima svoje fizičko-geografske i društveno geografske komponente, a to su prirodni i društveni objekti, procesi i pojave na Zemlji. Geografski objekti predstavljaju osnovu turističkog planiranja ukoliko posjeduju prepoznatu potencijalnu turističku vrijednost. Zbog toga je uloga geografa da vrše identifikaciju i valorizaciju prirodnih i antropogenih turističkih resursa i potencijala prema utvrđenim kriterijima, a neki od glavnih su: lokacija i dostupnost, povezanost, turističko-geografska atributivna svojstva: unikatnost, estetičnost, ambijetalnost, itd., ocjena

pojedinačnih parametara koji mogu imati primjenu u turizmu: klima, vode, reljef, kulturno-historijsko naslijeđe, pojedinačni morfološki parametri, nagibi, ekspozicije, nadmorska visina i fizičko-hemijska svojstva vode kao što su temperatura, mineralni sastav, čistoća i slično ili recimo temperatura zraka, visina sniježnog pokrivača itd. Turističko-geografski položaj sagledava poziciju mjesta u odnosu na turističke pravce u Evropi i svijetu koji se donekle poklapaju sa glavnim saobraćajnim koridorima, putem kojih se najfrekventnije odvija turistički promet, naročito tokom ljetne sezone (uz napomenu da su turistički pravci širi pojam zbog zračnih poveznica različitih dijelova svijeta). Npr. *Sarajevo* leži na značajnom evropskom turističkom koridoru koji povezuje dijelove zapadne i centralnu Evropu sa Mediteranom. Geografske analize predstavljaju fundament za izradu aplikativnih studija u vezi sa turističkim planiranjem i turističkom namjenom nekog mjesta ili lokaliteta. Razvoj turizma u svijetu je toliko promijenio geografske karakteristike određenih područja da su nastale čitave turističko-geografske regije npr. Alpska ili Mediteranska turistička regija, koje imaju dmnt. izražen turističko-geografski sadržaj i funkciju. Primjenom GIS-a omogućeno je utvrđivanje rute kretanja, turistički planski obilasci (itinereri), distribucija turističkih objekata, planiranje turističke signalizacije i izrada tematskog kartografskog materijala: turističke karte, planovi i sl. Geografski aspekt planiranja omogućava kompleksne analize i sintezno sagledavanje slike geografskog područja za turističku namjenu.

Planiranje turističkog razvoja provodi se na različitim nivoima:

- internacionalni,
- međuregionalni i/ili međudržavni,
- nacionalni,
- regionalni,
- lokalni.

Na nivou samog mjesta, mogu se dodati specifične vrste planskih postupaka i to:

- planiranje na nivou pojedinih lokaliteta, turističkih zona tzv. „facility site planning“;
- planiranje izgleda objekata.

Internacionalno planiranje se provodi na nivou pojedinih međunarodnih organizacija, npr. WTO, OECD, IUCN, UNESCO, itd. Ova vrsta planiranja nema sve elemente "pravog" planiranja, jer nema čvrstu strukturu, kao ni modalitete realizacije. Uglavnom se daju smjernice koje služe vladama država članica institucije (kako je ranije pojašnjeno na primjerima Uzbekistana, Australije, Anglofonske Afrike, Latinske Amerike i dr. ili npr. rad KONS⁴⁹ u Bosni i Hercegovini i priprema kulturnih dobara za tentativnu listu po utvrđenim kriterijima, na kojoj je nominirano Sarajevo kao otvoreni multikulturalni grad tzv. „Evropski Jerusalem“).

Međuregionalno/međudržavno planiranje redovito uključuje dvije ili više država koje graniče, odnosno koje u pojedinim (graničnim) regijama imaju slična, odnosno ista obilježja (prirodna, historijska, itd.). Naglasak se najčešće stavlja na planiranje pojedinih aspekata, odnosno elemenata, a ne na integralni razvoj u ranije definiranom smislu. Radi se najčešće o:

- planiranju zajedničkih marketinških i promotivnih nastupa, kako bi se snažnije predstavio regionalni imidž involviranih zemalja,
- zajedničkom planiranju projekata usmjerenih na ekološki orijentirano iskorištavanje prirodnih resursa općenito, a posebno onih u službi turizma,
- planiranje međunarodnih prometnih usluga (npr. IATA-International Air Transport Association, Tourism Committee of the OECD, World Tourism Organisation...).

⁴⁹ KONS- Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika

Nacionalno turističko planiranje uvijek je u funkciji realizacije širih nacionalnih (općih i turističkih) razvojnih ciljeva, pa se planovi na državnom nivou mogu odnositi direktno i isključivo na turizam, npr. nacionalni turistički razvojni plan ili Master plan, strateški marketinški razvojni plan turizma i sl., ali isto tako turizam može biti i posredno uključen u razne razvojne planove na nacionalnoj razini npr. generalni razvojni plan, nacionalni plan razvoja infrastrukture, itd. Turističko planiranje na razini države kao destinacije obuhvata mjere turističke politike, fizički/prostorni plan koji uključuje identifikaciju glavnih turističkih atrakcija, označavanje turističkih razvojnih regija, međunarodne prometne mreže i objekte itd., važne infrastrukturne objekte, ukupan broj, vrstu i kvalitetu objekata za smještaj te ostalih turističkih objekata i usluga, glavne turističke rute u zemlji i njihove regionalne veze, turističku organizacijsku strukturu, planove i programe školovanja i obuke kadrova, potencijalne sociokulturne, ekološke i ekonomske implikacije i utjecaje turističkog razvoja te tehnike implementacije na nacionalnoj razini uključujući kratkoročne razvojne strategije i projekte. Na primjeru Bosne i Hercegovine, ne postoji master plan turizma na državnom nivou, već samo strategije turističkog razvoja na nivou entiteta (FBiH i RS), dok se izrada master planova planira za određene turističke lokalitete (npr. Vlačić)...

Regionalno turističko planiranje u većini zemalja uključuje zajedničku akciju turističkih organa na državnom nivou i turističkih organa pri administrativnim jedinicama na nižem teritorijalnom (regionalnom) nivou. Usmjerenost je na iste elemente kao i nacionalno, mogu se primjenjivati različite vrste razvojnih strategija, npr. strategija disperzije turističkih aktivnosti u prostoru kako bi se izbjegli pritisci na samo jednu tačku ili suprotno, strategija koncentracije turističkih aktivnosti, kojom se favorizira smještaj svih aktivnosti na točno određenom lokalitetu i to u okruženju koje ima visok prag izdržljivosti, tj. nosivosti kapaciteta.

Lokalno turističko planiranje je možda najkonfliktnije, jer razvoj u konačnici i polazi odatle. Osim toga, lokalna zajednica predstavlja i žarište destinacijske zone. Lokalno planiranje razvoja turizma mora uvažavati sljedeće elemente:

- transport, veze među mjestima te prilaze mjestu /mjestima,
- komunalnu infrastrukturu u funkciji lokalnog stanovništva i turističkih sadržaja
- atrakcije i atrakcijske komplekse, kao i smještajne komplekse te prilaze istima.

Lokalno planiranje zavisi od mnogih faktora, prije svega o vrsti naselja, površini i broju stanovnika, geoprometnom položaju, stupnju razvijenosti privrede, a prevashodno turizma, itd.

Planiranje razvoja turizma u velikoj urbanoj sredini suočava se s drugačijim problemima nego u malom gradskom naselju ili seoskoj zajednici, iako svi mogu razvijati masovne oblike turizma, pa se time suočavaju s brojnim ekološkim i sociološkim problemima. Da bi se izbjegle takve opasnosti, turizam se u lokalnoj zajednici mora razvijati uz saradnju lokalnog stanovništva, njegov razvoj treba uskladiti s ostalim planovima, te svakako treba uvažavati nosive kapacitete lokacije (Petrič, 2007).

Na primjeru Sarajeva, kao i Bosne i Hercegovine, „općina“ je teritorijalna jedinica u kojoj građani ostvaruju lokalnu samoupravu, što obuhvata pravo građana da preko neposredno izabраниh organa učestvuju u vođenju javnih poslova, osiguranju uslova za život i rad, zaštitu i unapređenje njihovih zajedničkih interesa. U vršenju nadležnosti, općina vodi brigu o turističkim resursima, urbano-stambenoj politici, ekologiji i dr., a građani mogu neposredno sudjelovati: odlučivanjem na referendumu, putem zbora građana raspravljati o svim pitanjima i predlagati donošenje općeg akta, građanskom inicijativom i dr. Npr. općina *Novi Grad Sarajevo* je pozitivan primjer transparentnog rada sa LZ, lokalci su upoznati sa svim aktivnostima, u a uz to se veliki broj ideja i informacija

razmijenjuje dodatno putem društvenih mreža sa zainteresiranim i odgovornim građanima. Ponekad se preko gradskih bilborda oglašavaju recentno realizovane aktivnosti u vezi sa izgradnjom određenih sportsko-rekreativnih centara i sl. (*kao elementa turističke infrastrukture*), kako bi se naglasila vrijednost takvih sadržaja za život lokalnog stanovništva, kao i posjetilaca (npr. *Centar za edukaciju, sport i rekreaciju*- park „Safet Zajko“).

Lokalno stanovništvo (LZ) treba da bude umreženo, odnosno predstavnici lokalne vlasti trebaju biti povezani sa centralnim i drugim nivoima vlasti u zemlji. Uvažavajući principe „demokratičnosti“ i „transparentnosti“ u turističkom planiranju, turistički projekti se trebaju predstaviti lokalnim vlastima, jer lokalno stanovništvo ima pravo da odlučuje želi li promjene u svojoj životnoj sredini, koje će inicirati turizam (fizionomski i ambijentalno, funkcionalno, kolektivno ili individualno). Obično lokalci rado daju svoju saglasnost, nakon što im se predstave ukupni pozitivni impakti turizma na njihovu životnu sredinu (socio-kulturni, ekonomski, ekološki).

Ljudi trebaju biti upoznati sa namjerama turističkog planiranja, jer treba da ostvare određene beneficije. Bitna je podrška javnosti, jer nacionalni i regionalni turistički planovi trebaju biti poznati i predstavljeni javnosti. Lokalna zajednica (po pravilu) je ta koja prihvata ili odbija (mada to u praksi ne mora biti tako, jer zavisi od tipa društva, oblika vladavine i levela demokratičnosti u nekoj zemlji). Planerske studije, projekti iz oblasti turizma, trebaju biti reprezentativne. Zavisno od cilja i namjene, uključuju se privatni sektor, javni, lokalna zajednica, religijske i druge relevantne institucije. Podstiče se saradnja i ostvaruju zajednički interesi. Organizuju se javne tribine, diskusije, razmjene iskustava i preporuke, a kod većih nacionalnih i regionalnih planova, projektna dokumentacija se podnosi centralnim vlastima i opet uz učešće javnosti.

Upoznatost sa određenim turističkim planom ili planom posebne namjene (stavljanje u funkciju ZP, izgradnja turističkog resort naselja ili određenih elemenata turističke infrastrukture npr. žičare, zaštita kulturnog dobra i dr.), kako izgleda projekcija budućeg razvoja njihovog mjesta u korelaciji sa turističkim i ekološkim razvojem, kakve rezultate i beneficije očekivati, postoji li mogućnost inkluzije lokalnog stanovništva u turističke projekte (lokalni eksperti, potencijalni interesanti za vodiče, rendžere u ZP i dr.), bitni su elementi kohezije zajednice i vlasti, pa tako i održivog turističkog razvoja.

„Turizam podstiče saradnju lokalnog stanovništva, vlasti i struktura kroz zajednički akcioni plan i upravljanje resursima. LZ pokreće inicijative da se uključi u geoekološke poduhvate upotrebe zemljišta ili marina, npr. umjesto rudarstva i intenzivne poljoprivrede, možda to mjesto može promovisati konzervaciju prirodnih resursa za buduće generacije“ (IUCN). Dakle, uvijek je potrebno preispitati mogućnosti razvoja turizma i procijeniti hoće li beneficije od turizma biti isplativije od nekih drugih oblika djelatnosti koji značajno ugrožavaju životnu sredinu. Npr. seoska mjesta mogu se okrenuti razvoju ruralnog i agroturizma na principima održivog razvoja (organska proizvodnja, lokalna radinost i umjetnost, tradicija i zanati, itd.). Cilj je da se zadrži stanovništvo i reduciraju migracije na relaciji selo-grad, te očuvaju seoska domaćinstva i porodice na okupu.

Timothy navodi da turizam osigurava za lokalnu zajednicu „ekvilibrijum“ (ravnotežu, balans). Kohezija zajednice je unaprijeđena pošto pojedinci i porodice kooperiraju (sarađuju) kako bi izgradili uspješnu industriju. Neki fondovi koriste se za lokalne razvojne inicijative kao što su obrazovanje i ceste (komunikacije). Pored toga, lokalna politička struktura omogućava reprezentacijski forum putem kojeg ljudi mogu razmijenjivati pitanja i sugestije u vezi turističkih inicijativa. Agencije iniciraju ili implementiraju turističke poduhvate kako bi tražili mišljenje lokalnih grupa i pojedinačnih članova zajednice, i omogućili šanse

za njih da budu predstavljeni u izvršnim tijelima. Turizam donosi dugoročne finansijske benefite lokalnoj zajednici destinacije. Novac se raspodjeljuje kroz zajednicu. Postoje upečatljivi pomaci u lokalnim uslugama i infrastrukturi (Petrič, 2007). U IUCN dokumentima (2015, 2018) se navodi da razvoj npr. ekoturizma doprinosi raspodjeli beneficija kroz zajedničke poduhvate, naknade ili subvencije za zajednicu. Ne mora biti isključivo ekoturizam, jer ukoliko je turizam generalno jedna od strateških grana razvoja, lokalne vlasti (npr. općina) mogu sufinansirati poduzetnike u ugostiteljstvu i hotelijerstvu i sl. Ponovo se može uzeti primjer sarajevskih općina, koje posljednjih godina praktikuje dodjelu određenih subvencija lokalcima koji žele pokrenuti vlastiti biznis, a naročito ako ima veze sa turizmom i sl., što opet zavisi od lokalnih potencijala i strategije razvoja općine (ako je turizam prioritet, onda su takvi poduhvati češći). LZ ostvaruje direktne beneficije kroz zaposlenost u turizmu, redovne plate i čuvanje domaćinstava, ako je riječ o uspješnom razvoju ruralnog turizma, kao što je ranije spomenuto na primjeru austrijskih alpskih sela i sl. (mada se i danas suočavaju sa problemima održivosti).

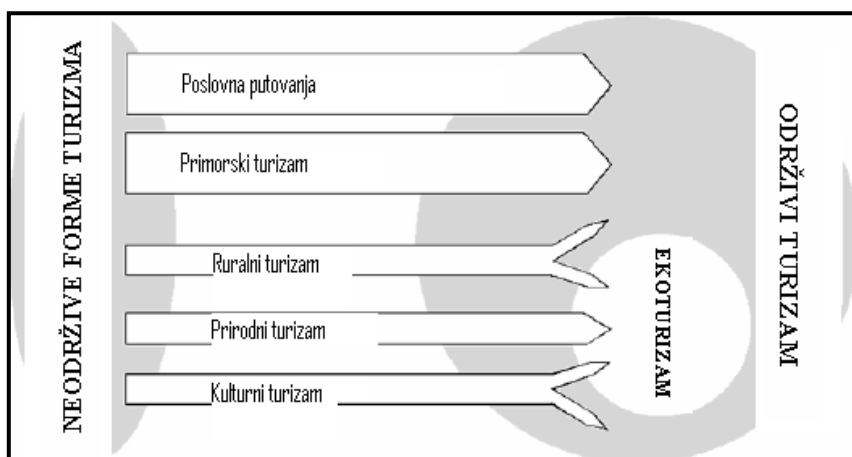
Turistička partnerstva privatnog sektora ili zajednička ulaganja s lokalnim stanovništvom mogu omogućiti članovima LZ važne poslovne vještine i mogu služiti za unapređenje vlasti u komunalnim strukturama. Turistički poduzetnici obično sklapaju partnerstvo sa postojećim neprofitnim organizacijama, ili kreiraju nove, čija svrha je oformiti fondove za podršku projektima lokalne zajednice (pristup čistoj vodi, poljoprivredna praksa, izgradnja komunalnih centara, prikupljanje donacija od turista i drugih dijelova svijeta radi obezbijevanja osnovnih materijala i potreba lokalnim školama, djeci i porodicama u potrebi).

Može se navesti pozitivni primjer saradnje Bosne i Hercegovine i EU, jer Evropska unija izdvaja ogromna sredstva kao finansijsku podršku investicijama u ruralni turizam u Bosni i Hercegovini, s ciljem razvoja ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima,

stvaranja novih i očuvanja postojećih radnih mjesta, te očuvanja prirodne i kulturne baštine, odgovarajući ujedno i na potrebe za oporavkom od krize prouzrokovane COVID-19 pandemijom. Tako u sklopu projekta EU4AGRI, EU pruža podršku jačanju konkurentnosti poljoprivrede i ruralnom razvoju u BiH. Kroz EU4AGRI-Recovery, EU pruža podršku Bosni i Hercegovini u ublažavanju ekonomskih efekata pandemije COVID-19 na poljoprivredno-prehrambena preduzeća i operatere ruralnog turizma, te osiguranje kontinuiteta njihovog poslovanja, dok se kroz EU4BusinessRecovery utiče na smanjenje posljedica izazvanih pandemijom na poljoprivredna i turistička preduzeća, mikro, mala i srednja preduzeća. Za sva tri projekta Europska unija izdvojila je 38 miliona eura.

„Povećanjem prihoda novca koji LZ ostvaruje kroz upotrebu lokalnog smještaja, zaposlenost lokalnog stanovništva i podrška lokalnih usluga, ekoturizam može fundirati lokalne projekte i inicijative koje podržavaju lokalni razvoj. Ekoturizam može pomoći da se konzervišu i podigne svijest o ZP, promociju razvoja kulturnog ponosa i samopouzdanja u LZ, investiranje u održive razvojne konstrukcione projekte i edukaciju, i kontribucija ukupnih pozitivnih efekata na njihovo okruženje“ (IUCN, 2018).

Ruralni turizam predstavlja oblik održivog turizma i najaktuelniji trend u Evropi, gdje je ruralni turizam zajednički element ukupne turističke ponude i turističkog proizvoda, ali i razvoja ruralnih prostora:



Shema 10. Bauer-ov model održivog turizma uključuje i ruralni turizam (Žunić, 2012)

Koncept razvoja ruralnog turizma je od velike važnosti za zemlje u razvoju sa preko 50% stanovništva u selima, a Bosna i Hercegovina ima 51% udio ruralne populacije, pa se nastoji voditi pozitivnim trendovima i uspješnim modelima vezano za evropski ruralni turizam. U tom kontekstu je prepoznato „partnerstvo“ BiH i EU po pitanju finansiranja projekata koji su usmjereni na ruralno-turistički razvoj i sl.



Sl.22. Etno-selo Stanišići kod Bijeljine

(Autor)

Kada je ispravno planiranje i dizajniranje turističkih operativa u mjestu, moguće je očekivati pozitivne efekte. IUCN podstiče razvoj ekoturizma, jer doprinosi:

- upravljanje i unapređenje životnom standardu i kvaliteti života LZ (kroz brojne inicijative, unapređenje infrastrukture i telekomunikacija, obrazovanje, trening, zdravstvena zaštita);
- održivi lokalni razvoj zbog jačanja vrijednosti lokalne kulture i umjetnosti, kao i značaj lokalnih eko-sajtova i prirode (divljine), koji učestvuju u inherentnim kvalitetima i motivatorima koji generišu turizam u području;
- podrška i jačanje LZ kroz razvoj vještina i unaprijeđene vlasti;
- izgradnja zdravstvene i druge društvene infrastrukture.

Da bi destinacija bila uspješna, mora biti pristupačna i imati adekvatnu infrastrukturu (voda i kanalizacija, otpad, ceste, transport od-do ZP, komunikacione mreže npr. fiksna telefonija, stubovi za mobitele i pristup internetu). Ovi uređaji omogućavaju potrebnu virtualnu i fizičku konekciju sa turistima, LZ, ZP i vanjskim svijetom. Ponekad turistički poslodavci omogućavaju radnicima kurseve jezika, osnovne pismenosti i računanja, što podiže obrazovni nivo LZ. Ovo su prenosive vještine koje mogu biti primjenjene širom zajednice i korištene u budućem zaposlenju.

Turizam podstiče razvoj partnerstava po pitanju finansija (investicije) i marketinga. Kada se radi o izdvajanju sredstava za turističku propagandu i promociju (putem interneta, medija, kataloga i sl.), ostvaruje se određeni vid saradnje turoperatora i vlasti, koje izdvajaju sredstva za ovaj vid aktivnosti. Obzirom da turizam uključuje puno subjekata: agencije, hoteli, šoping centri, zanatske radnje, ZP i dr., svi oni udružuju svoje snage, pa se

uzajamno „sponzorišu“ i sl. Pozitivna strana jeste da turisti sa pozitivnim iskustvima i sami postavljaju „promotivne“ video-materijale sa određene destinacije i sl., ili djeluju preporukom („živa riječ“). Treba navesti primjer rada institucija u sektoru prostornog planiranja, jer se priprema određena dokumentacija ispred Zavoda za planiranje razvoja KS, kao što je „*Kanton Sarajevo- vodič za investiciona ulaganja*“ i sl., koja ima podsticajno dejstvo na razvoj turizma i obrnuto. Nastoji se prikazati Sarajevo kao turistička i poslovna destinacija u razvoju sa brojnim atributima: odlična geolokacija, veliki turistički potencijal i prosperitetno područje sigurnog ulaganja. Naime, razvoj turizma otvara vrata i stvara brojne prilike za strane investitore i mega bogataše (velike kompanije, hotelske lance i dr.) da se uključe u turističke tokove i da „donesu“ svoje sadržaje u naš prostor. Tako smo svjedoci podizanja modernih poslovno-tržnih centara (BBI, SCC, Alta i dr.), o kojima je ranije bilo govora, kao i ubrzane gradnje hotela, koja u zadnje vrijeme vodi računa o kvaliteti hotelijerstva i uvodi trend saradnje sa najpoznatijim svjetskim hotelskim lancima (Marriot, Swissotel, Malak Regency, Bosmal by Rottana, u planu je i Hilton, itd.). Osim toga, na glavnim turističkim lokalitetima otvorene su firme za nekretnine, koje putem informatičko-internetskih komunikacionih kanala, ali i reklamnih plakata, prodaju određene zemljišne cijeline na području KS (uglavnom u planinskoj zoni) za potencijalnu izgradnju turističko-rekreativnih naselja (npr. figurativno rečeno „ilidžanski oglasi“, gdje su primjećeni, jer je upravo na toj lokaciji najveći promet bogatih turista s Bliskog Istoka).

Turizam podstiče i rad određenih udruženja kako bi se unaprijedio privredni, pa tako i turistički razvoj, npr. *Obrtnička komora Kantona Sarajevo*, koja omogućava pogodnosti za obrtnike kroz saradnju i sporazume sa brojnim privrednim subjektima. Vlada Federacije Bosne i Hercegovine finansirala je 60 miliona KM, kako bi se potpomogle kooperacijske aktivnosti na nacionalnom, regionalnom i međunarodnom nivou, kao i razvoj

poduzetničkih djelatnosti na području KS. Poenta je da se saradnja ostvaruje i kroz određeni vidovi „turističkih kretanja“ i „posjeta“ sajmovima, na kojima se mogu izložiti produkti tradicionalnog zanatstva, organski proizvodi i dr., te uspostaviti kontakti i dublje veze saradnje uz mogućnosti razmjene i sl.

Kako turizam podstiče obrazovanje i razvoj novih studija, naročito iz oblasti turizma, raznih vještina (tradicionalni zanati i dr.), kurseve jezika, školu u prirodi, itd., ranije je pojašnjeno, uključujući i primjere međunarodne saradnje i razmjene kako na nivou škola i fakulteta, naučnih instituta, nevladinih organizacija i sl., tako konkretno na polju ekoturizma i uspostavljanje saradnje regionalnih mreža WWF Adria i škola na Balkanu i dr. Primjer „*bolonjske reforme*“ u visokom obrazovanju na UNSA i na Odsjeku za geografiju PMF UNSA, također odražava međunarodne oblike saradnje i sufinansiranje ovakvih projekata iz fondova EU i dr. Osim toga, moguće je spomenuti i određene kulinarske kurseve koji se realizuju širom svijeta, pa tako mnogi svjetski kuhari putuju po raznim zemljama i tamo uče o pripremi tradicionalne hrane i pića zemlje „domaćina“ (npr. *Jamie Oliver i dr.*). Obično se radi o zajedničkom interesu, jer domaćinska zemlja često „ugosti“ poznate svjetske kuhare, kako bi dobila priliku da putem njihovih *show programa* promoviše svoju tradicionalnu kuhinju (jer se emituju širom Evrope i svijeta) i sl. Nije rijetkost ni da se vrši kulturna razmjena i posjete između zemalja sa sličnom kulturom, kako bi se sačuvala znanja u vezi tradicijskih esnafa- zanata, npr. u Bosni i Hercegovini i Turskoj i dr.

4.2.4. Kulturni imidž

➤ *Promocija kulture i izložbe*

Kulturni turizam je skup turističkih aktivnosti u kojima je glavni motiv posjete učenje, otkriće, iskustvo i korištenje materijalnih i nematerijalnih kulturnih atrakcija/ proizvoda u turističkoj destinaciji. Ove atrakcije/ proizvodi su povezani sa setom

karakterističnih materijala, intelektualnim, duhovnim i emotivnim obilježjima društva koja objedinuju umjetnost i arhitekturu, historijsko i kulturno nasljeđe, kulinarsko, literaturu, muziku, kreativne industrije i živuće kulture sa njihovim životnim stilom, sistemom vrijednosti, vjerovanjima i tradicijama (UNWTO). Svjetske turistička organizacija omogućava podršku svojim članovima u jačanju kulturne turističke legislative, strategija i razvoja proizvoda. Također omogućava upute za turistički sektor po pitanju adaptacije politika i državnih modela od kojih beneficiraju stekholderi, dok promovišu i prezerviraju kulturne elemente.

Kulturni turizam kao koncept dobio je na snazi tokom 1990-ih kada su se pojavili određeni podsektori, uključujući turizam baštine, umjetnički turizam, gastronomski turizam, filmski turizam i kreativni turizam (UNESCO).

Kulturni turizam je dio nacionalnih i regionalnih strategija za očuvanje tradicionalnih kultura, privlačenje talenata, razvoj novih kulturnih resursa i proizvoda, stvaranje kreativnih klastera i jačanje kulturnih i kreativnih industrija (UNESCO).

Richards i Raymond (2000) navode da kreativni turizam podrazumijeva dostupnost kreativnih turističkih proizvoda i usluga. UNCTAD kategoriše kreativne industrije na 4 područja:

- 1) *Naslijeđe/ baština*- tradicionalne kulturne izložbe i kulturni sajtovi
- 2) *Umjetnosti*- vizuelna i izvedbena
- 3) *Mediji (bez savremenih)*- medijske i audio-vizuelne publikacije
- 4) *Funkcionalne kreacije*- dizajniranje novih medija i kreativnih usluga (digitalno kulturno nasljeđe)

Jun et al. (2004) navodi da se baštinski turizam/ *Heritage tourism* kategoriše u 3 grupe:

- 1) *Prirodni* (pejzaži; ruralne ambijentalne cijeline; flora i fauna)
- 2) *Kulturni* (festivali; umjetnost i rukotvorine; tradicionalne prakse)
- 3) *Građevine* (historijske, spomenici, industrijski)

Vrste baštinskog turizma su:

- a) Književni (npr. putovanje u mjesto rođenja velikog pisca)
- b) Naslijeđeni (potraživanje predaka)
- c) Historijski (restauracija)
- d) Mračni (smrt, katastrofe)
- e) Industrijski (nekorišteni industrijski sajtovi)

Tipovi kulturnog nasljeđa su:

- 1) *materijalno* (monumenti, arheološki sajtovi, pokretne kolekcije baštine, historijska urbana područja, autohtono nasljeđe, kulturni pejzaži), i
- 2) *nematerijalno* (usmena predanja, umjetnička i pisana djela, jezici, način života, mitovi, vjerovanja i rituali, sistem vrijednosti, tradicionalna znanja i vještine)

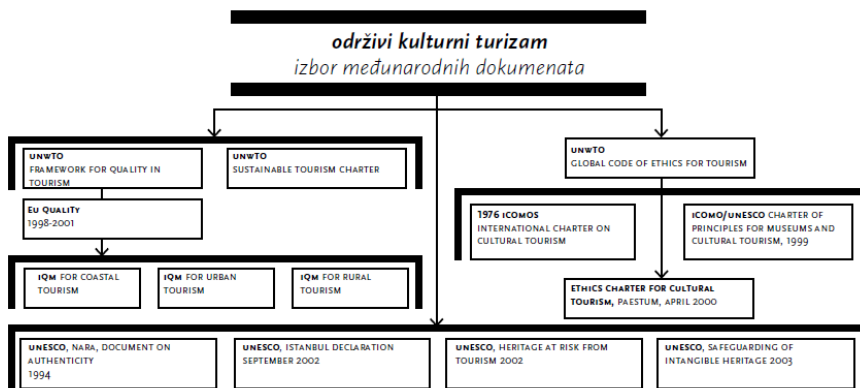
Vrste učesnika u kulturnom turizmu su: edukativne institucije, konzervatorski departmani, baštinska udruženja, agencije, muzeji, nacionalno-etnička društva, religijske institucije i dr., i turoperator, turističke agencije, vodiči i dr., a njihovi zajednički interesi su:

- Konzervacija i prezentacija resursa
- Interpretacija usklađena sa kulturnim standardima zajednice
- Uvažavanje uloga sponzora i volontera
- Poštivanje prostornih kapaciteta i standarda zaštite, te nosivog kapaciteta baštinskog objekta
- Skladna kooperacija učesnika
- Sporazum sa upravljačkim tijelom da se resurs prezentuje posjetiocima

- Svijest o mogućim uticajima turizma
- Vlasništvo i pitanje autorstva
- Predanost konzervaciji resursa
- Dizajniranje i marketing kulturnog proizvoda na adekvatan način
- Cijena konsultacije sa učesnicima

U 2015. gotovo dvije trećine (63%) stanovništva EU u dobi 16+ uzelo je učešće u barem jednoj kulturnoj aktivnosti, jedna trećina (34%) praktikuje umjetničku aktivnost, a stariji ljudi (65-74) radije posjećuju kulturne sajtove nego žive performanse (izvedbe uživo) ili idivo u kino (Eurostat).

Kako je ranije istaknuto, kulturni turizam je forma drživog turizma, koji je na svjetskom nivou regulisan kroz brojne dokumente, sporazume i konvencije:



Shema 11. Međunarodni dokumenti u sektoru održivog kulturnog turizma prema Klariću (2006)

(Muzej savremene umjetnosti, Zagreb)

Veliki broj svjetskih organizacija (UNESCO i dr.) su pomenute ranije, a u tabeli ispod prikazani su integrisani interesi razvoja održivog kulturnog turizma i baštinskih ustanova, koji uglavnom imaju za cilj stvaranje prepoznatljive kulturno-turističke destinacije

kako bi se zadovoljile potrebe turista- posjetilaca i tako ostvario održivi razvoj:

Tab.20. Zajednički interesi razvoja održivog kulturnog turizma i baštinskih ustanova prema Klariću (2001)

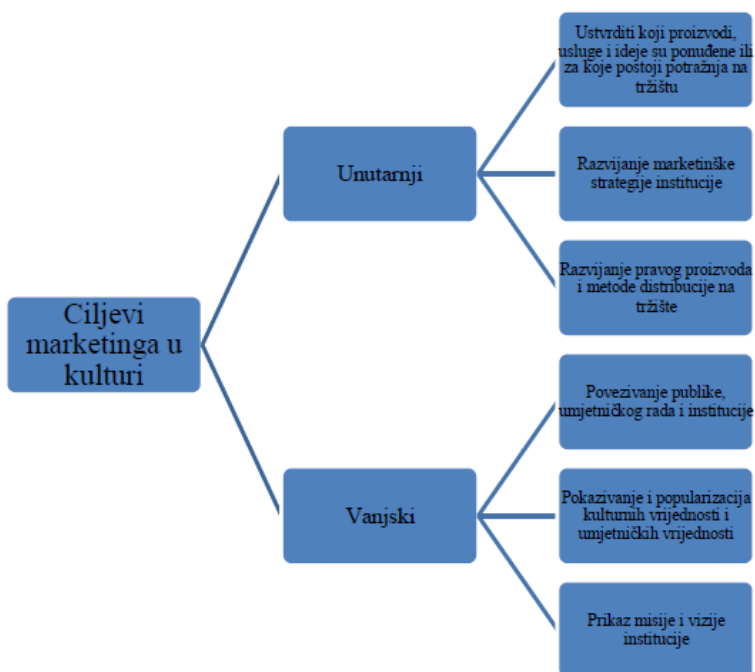
održivi kulturni turizam	<i>zajednički ciljevi:</i>		baštinske institucije
	<i>okrenutost posjetitelju</i>		
	ZAŠTITA PRIRODNOG I KULTURNOG OKOLIŠA	ZAŠTITA BAŠTINE	
	PROUČAVANJE I ISTRAŽIVANJE KULTURA	PROUČAVANJE I ISTRAŽIVANJE BAŠTINE	
	PRIKUPLJANJE ISKUSTAVA, DOŽIVLJAJA I SPOZNAJA	PRIKUPLJANJE I INVENTARIZACIJA BAŠTINE	
KULTURNOTURISTIČKA DESTINACIJA			

(Muzej savremene umjetnosti, Zagreb)

Partnerstvo kulture i turizma je nužno da bi se određeni kulturni proizvod kvalitetno razvio i prezentovao, pa se praktikuje objedinjavanje pojedinačnih programa u jedinstven kulturno-turistički produkt, kao i umrežavanje kulturnih institucija i komunikaciona platforma. Tako u pripremi jednog turističko-kulturnog internacionalnog eventa npr. „*Sarajevskog festivala turizma*“ (Centar Skenderija) učestvuju kao pokrovitelji manifestacije Ministarstvo privrede Kantona Sarajevo, Turistička zajednica Kantona Sarajevo i Grad Sarajevo, dok su partneri pri organizaciji programskih sadržaja manifestacije: Prirodno matematički fakultet Univerziteta u Sarajevo, Odsjek za geografiju i Udruženje kuhara u BiH, a učesnici na sajmu su oko 70 izlagača-turističkih zajednica, hotela, turističkih agencija, parkova prirode, prevoznika, restorana, proizvođača i trgovaca ugostiteljskom opremom, privrednih udruženja, stručnih časopisa i dr. iz raznih zemalja (BiH, Hrvatska, Srbija, Crna Gora i Turska i dr.).

Rocco navodi da savremeni marketing podrazumijeva tržišnu aktivnost privrednog subjekta (pojedince, poduzeća, korporacije)

koja povezuje proizvodnju (materijalnu, uslužnu ili intelektualnu) s potrošnjom tako da se maksimalno zadovolje potrebe i želje društvenih subjekata (pojedinaца, kolektiviteta, poduzeća ili državnih institucija), koja se na tržištu javljaju u obliku potražnje, i to na profitabilan način. Bennett određuje marketing kao proces kojim se planira i provodi stvaranje ideja, robe i usluga, određivanje njihovih cijena, promocija i distribucija da bi se ostvarila razmjena koja će zadovoljiti pojedinca i organizacija. Dibb et al. navode da se marketing sastoji od aktivnosti pojedinaca i organizacija koje omogućuju i ubrzavaju razmjenu u dinamičnom okruženju pomoću stvaranja, distribucije, promocije i određivanja cijena robe, usluga, ali i ideja.



Shema 12. Marketinški ciljevi u kulturi prema Buljubašić et al. (2016) (Ćosić, 2019)

Kotler navodi da se marketinški koncept sastoji od četiri osnovna dijela:

- a) ciljano tržište,
- b) potrebe potrošača,
- c) integrirani marketing, i
- d) profitabilnost,

kako bi kompanije bile efektivnije od svojih konkurenata u stvaranju, prenosu i komunikaciji vrijednosti korisnika na odabranim ciljanim tržištima (Ćosić, 2019).

Tab.21. Načini marketinške komunikacije prema Kotleru

Oglašavanje	Unapređenje prodaje	Odnosi s javnosti	Osobna prodaja	Izravni marketing
Tiskovine, emitiranje, online oglasi	Natjecanja, igre, nagradne igre, lutrija	Tiskovne konferencije	Prodajne prezentacije	Katalozi
Pakiranje	Nagrade, pokloni	Video izdanja vijesti	Poslovni/prodajni sastanci	Slanje pošte
Video	Isprobavanje	Govori	Inicijativni programi	Prodaja i reklamiranje preko telefona
Brošure, knjižice	Sajmovi	Seminari	Sajmovi	Elektronska kupovina
Katalozi	Prezentacije	Godišnja izvješća		TV kupovina
Billboard plakati	Kuponi	Dobrotvorne donacije		Faks
Video reklame	Popusti	Sponzorstva		E-mail
Mjesta za kupovinu	Financiranje s niskim kamata	Publikacije		Glasovna pošta
Audiovizualni materijali	Trgovinske naknade	Odnosi sa zajednicom		
Simboli i logotipi	Kontinuirani programi	Lobiranje		
Internetske stranice i baneri	Udruživanja	Identitet medija, posebni događaji		

(Ćosić, 2019)

U promociji kulture neke zemlje, regije ili grada putem različitih kulturnih institucija, muzeji imaju veliku turističku vrijednost. „Kulturni turizam, posebice kroz muzeje, može podržati obrazovanje o kulturi“ (UNESCO). Kako je ranije pokazano, turizam značajno podstiče razvoj i rad muzeja, koji su obavezni dio turističke ponude i adresa turističkih posjeta. „Muzeji rade sa turističkom industrijom na brojne načine: podsticajna saradnja sa drugim kulturnim institucijama, rekreativna područja i distrikti, i podrška lokalnim festivalima. Muzeji su kulturni proizvodi koji privlače turiste. Kultura je postala ključni faktor u nadmetanju gradova da privuku turiste, i ujedno važan dio tercijarnog sektora. Muzeji imaju unikatna obilježja, bogati sadržaj, fleksibilnu dostupnost, raznovrsne izložbe, prodavnice i restorane koji su idealno mjesto da zadovolje različite potrebe posjetioca“ (Tien, 2009). Muzeji imaju jaku vezu sa turizmom, jer su turisti dio publike i za neke muzeje najveći udio ukupnih posjetioca. Iako je teško definisati kulturni turizam zbog kulturnog diverziteta, moguće se složiti da svaka turistička aktivnost ima određene kulturne elemente, počev od posjete specifičnim kulturnim sajtovima, muzejima, umjetničkim galerijama, katedralama, do iskusiti atmosferu noćnog života u gradu. Kulturni turizam predstavlja „visoku kulturu“, pa savremena značenja kulturnog i baštinskog turizma pokrivaju materijalne i nematerijalne aspekte kulture. Generalna uloga većine muzeja je da obrazuju posjetitelje o historiji, kulturnom i prirodnom nasljeđu grada, regije ili zemlje ili o određenoj tematici, dok istovremeno prezerviraju ove elemente za buduće generacije. Pekarik navodi da je glavna uloga muzeja da zaštite kulturno nasljeđe i privuku više turista. Kulturni i baštinski turizam zahtjevaju više od zaštite, a to je posvećenost posjetiocima i omogućavanje bogate spoznaje o prezentovanom sadržaju (Perera, 2013)

Dizajniranje i interpretacija kulturno-turističkog proizvoda prema potrebama posjetioca- principi interpretacije baštine prema ICOMOS-ovoj Povelji za interpretaciju kulturne baštine:

- a) Pristupačnost i razumijevanje (poznavanje strukture posjetioca, kvalitetna interpretacija baštine, emotivni aspekt i dr.)
- b) Odnos prema korisniku (interaktivni pristup- uključiti posjetioce, podstaći radoznalost, objasniti detalje i dr.)
- c) Izvori informacija (usmeni, pisani dok., materijalni ostaci, tradicija, vjerodostojna vizuelna rekonstrukcija i sl.)
- d) Kontekst (prirodni, kulturni, historijski, društveni, ekonomski, bez subjektivizma i favoriziranja određenog perioda, grupe i sl.)
- e) Autentičnost (autentična interpretacija tradicije i poštivanje kulture)
- f) Održivost (prostorna, ekonomska i tehnička, kvalitetna interpretacija i scenografska izvedba i sl.)
- g) Uključivost (svih učesnika kulturnog turizma i LZ, transparentnost, zajednički ekonomski, kulturni i obrazovni ciljevi)
- h) Istraživanje, evaluacija i trening (procjena impakta interpretacije- impresije, usavršavanje iste kroz dodatna istraživanja i dokaze, unapređenje kadra, međunarodna razmjena iskustava)

Tab.22. Najposjećeniji muzeji u svijetu s preko 5 miliona posjetilaca godišnje

Rank	Museum	City	Country	Number of visitors
1	Louvre Museum	Paris	France	9,334,000
2	National Museum of Natural History	Washington, D.C.	United States	8,000,000
3	National Museum of China	Beijing	China	7,450,000
4	National Air and Space Museum	Washington, D.C.	United States	6,970,000
5	British Museum	London	United Kingdom	6,701,000
6	The Metropolitan Museum of Art	New York City	United States	6,280,000
7	National Gallery	London	United Kingdom	6,031,000
8	Vatican Museums	Vatican City (Rome)	Vatican City	5,459,000
9	Natural History Museum	London	United Kingdom	5,250,000
10	American Museum of Natural History	New York City	United States	5,000,000

❖ *Louvre* (Pariz) je očito najposjećeniji muzej od svih s više od 9 miliona posjetilaca godišnje, znatizeljnih da vide Afroditu, poznatu kao „Miloska Venera“/ “Venus de Milo”; dijamant „Regent“; Zakonik Hamurabija, kralja Babilona; portret Luja XIV; Leonardo da Vinci’jeva “Mona Lisa”; Portret žene, poznat kao „L’Européenne“ i druga remek-djela. Navedeno dobro je bilo srednjovjekovna tvrđava i palata kraljeva Francuske prije nego je postalo muzej 2 stoljeća ranije. Naknadno je dodana I. M. Pei’s piramida (1989) kod glavnog ulaza, integrišući disparitetne (različite) elemente palate. Muzejske kolekcije od antikviteta do prve polovine 19.st. su među najvažnijim u svijetu.

„Muzeji podržavaju 726.000 poslova u SAD i direktno upošljavaju 372.100 ljudi, više nego duplo od profesionalne sportske industrije i sl. Na svakih 100 USD privredne aktivnosti kreirane od muzeja, ostvari se dodatna vrijednost od 220 USD u drugim sektorima američke privrede kao rezultat uvezane ponude i uticaja potrošnje zaposlenika. Ovi impakti znače da muzeji kontribuiraju oko 50 milijardi USD američkoj privredi godišnje. Muzeji generišu preko 12 milijardi USD godišnje od taxi na federalnom, državnom i lokalnom nivou, a najveći uticaj muzeja je na turističku industriju oko 17 milijardi USD. Muzeji omogućavaju snažan ekonomski impakt na svaku saveznu državu, a najveći ekonomski uticaj muzejskog sektora imaju Kalifornija, Nju Jork i Teksas. Amerikanci shvataju muzeje kroz njihovu obrazovnu i ekonomsku vrijednost, kao i kroz ekonomsku podršku LZ“ (The American Alliance of Museums).

Aktuelne umjetničke izložbe u Evropi (2022) su: *Donatello, The Renaissance* (Fondazione Palazzo Strozzi & Museo Nazionale del Bargello, Florence); *Francis Bacon: Man and Beast* (Royal Academy, London); *Edvard Munch In Dialogue* (Albertina

Museum, Vienna); *Hyperreal. The Art of Trompe l'Oeil* (Thyssen-Bornemisza National Museum, Madrid); *Charles Ray* (Bourse de Commerce, Paris); *Opening of the National Museum of Art, Architecture and Design* (Oslo), itd., pa se da primjetiti da se naročito ističu i uglavnom prednjače evropske metropole iz Britanije, Italije, Francuske, a zatim Španije, Norveške, itd.

Turizam u ZP osigurava razvoj lokalne zajednice jačanjem vrijednosti lokalne umjetnosti i kulture, kao i kroz značaj lokalnih zaštićenih sajtova i prirode, koji zajedno predstavljaju inicijalne motivatore koji generišu turizam u određenom području. Ekoturizam podržava razvoj vještina i društvene infrastrukture (škole, biblioteke, itd.). Omogućava poslove, zaposlenje lokalnog stanovništva i prihode. Promoviše kulturu i kulturne aktivnosti kao bitne nematerijalne beneficije. Djeluje kao katalizator po pitanju zajedničkih aktivnosti u vezi sa upravljanjem resursima. Turistička „urbanizacija“ područja podstiče kulturni život i pristup školovanju, poslu i dr., pa smanjuje migracije na relaciji selo-grad. Turizam ohrabruje razvoj lokalne kulture, rukotvorina i umjetnosti kroz dostupnost i nabavku sirovina i materijala koji su potrebni za njihovu izradu, memorizuje i dokumentira kulturne tradicije, i obezbijeduje kulturno obrazovanje, kako bi se omogućio neinvazivni način interakcije lokalaca i posjetioca, što unapređuje interkulturalno razumijevanju i pomaže da se očuva lokalni kulturni identitet za buduće generacije. Održivi turizam može generisati kulturne vrijednosti i obnoviti lokalni identitet u vezi sa upravljanjem i zaštitom kulturnih pejzaža. Ovo uključuje tradicionalne građevinske tehnike, dizajniranje staza predaka, upotrebu lokalnog zemljišta i bio-poljoozivrednu (organski uzgoj). Ekoturizam može pomoći konzervaciju i podići svijest o ZP, promovisati kulturni ponos i samopouzdanje lokalne zajednice, investicije u održivi razvoj građevinskih projekata i obrazovanja i doprinos ukupnih pozitivnih efekata na okruženje (IUCN, 2018).

Na primjeru Kostarike, kulturalna promocija stimuliše rad ljudi na polju kulture kroz stipendije, deklaracije, nagrade, tehnološke

platforme i društveno-obrazovne procese, koji vode do prepoznavanja i promocije izložbi njenog kulturnog diverziteta. „*Department of Cultural Promotion, Directorate of Culture*“ organizuje stipendirane treninge radi jačanja i zaštite mnoštva i kulturne različitosti i omogućava učešće svih društvenih sektora u procesima na relaciji sa kulturnim, umjetničkim i rekreativnim razvojem bez obzira na spol, etničnost ili geografsku lokaciju, otvarajući prostore i mogućnosti za revitalizaciju tradicionalnih i kulturnih izložbi, kao i umjetničkog stvaranja i doprinosa na različitim manifestacijama. Ima odgovornost i za dodjelu nagrada („*the National Cultural Awards*“), koji su godišnji podsticaji izvrsnosti, razvoju i doprinosu kulturnom razvoju Kostarike. "Puntos de Cultura" je novi program dizajniran da ohrabri kulturne organizacije da preuzmu jaču ulogu u promociji kulturnog diverziteta (UNESCO).

Ranije su navedeni određeni primjeri lokalne radinosti unutar ZP (Bodobudur, Indonezija i dr.), zatim promocija baštine unutar muzeja u destinaciji (svijet, Evropa, BiH i Sarajevo) ili kroz tematske muzeje unutar ZP (npr. Yellowstone i dr.), itd. Ne treba zaboraviti ni rad nevladinih organizacija, npr. „*Sarajevo Meeting of Cultures*“ (2012), čiji cilj je organiziranje različitih projekata i aktivnosti s namjerom promocije kulture i umjetnosti u gradu Sarajevu, BiH i regiji zapadnog Balkana, uspostavljanje veza sa sličnim organizacijama iz Evrope i svijeta radi razmjene najboljih praksi i iskustava. Osnova osnivanja NVO je projekt pod nazivom “Sarajevski susret kultura” kao prostor u kojem se susreću tolerancija, mir i različite kulture. Sukladno tome, sudjeluje u promociji kulturnog naslijeđa Bosne i Hercegovine i prikuplja povijesne strukture vrijednosti zemlje i dr.

➤ *Kulturne razmjene*

Kulturni sektor u cijelosti uveliko zavisi od turističke industrije. Kulturni turizam- definiran prema UNWTO kao turizam orijentisan

na kulturne atrakcije i proizvode- je jedan od najbrže rastućih segmenata turističke industrije, i procjenjuje se da čini 40% ukupnog svjetskog turizma (UNESCO). Evropa je ključna kulturna turistička destinacija zahvaljujući neuporedivom kulturnom nasljeđu koje uključuje muzeje, pozorišta, arheološke sajtove, historijske gradove, industrijske sajtove, kao i muziku i gastronomiju. Procjenjuje se da kulturni turizam zaračunava 40% evropskog turizma, 4 od 10 turista izabere destinaciju baziranu na kulturnoj ponudi (European Commission).

Kulturni turizam ima poveznicu sa nasljeđem i religijskim sajtovima, zanatima, umjetnosti, gastronomijom, festivalima i specijalnim događajima (manifestacijama) i dr. Zemlje širom svijeta uprežu svoj unikatni mix materijalnog i nematerijalnog nasljeđa i savremene kulture, kako bi podstakle ekonomski rast i održivi razvoj kroz kulturni turizam, koji može voditi do kreiranja poslova (naročito za mlade), regeneracije ruralnih i urbanih područja, i zaštite prirodnog i kulturnog nasljeđa. Kulturni turizam je podsektor koji se kontinuirano razvija, koji se nastavlja transformirati promjenom stilova života, rastućim oblicima kulture i kreativnosti te tradicionalnim i digitalnim inovacijama. Također je postao rastući kompleksni fenomen, zauzimajući veliku političku, ekonomsku, društvenu, obrazovnu i ekološku dimenziju (UNESCO).

Kulturni turizam generiše 40% svjetskih turističkih prihoda. Kulturni turizam se prožima cijelim kulturnim ekosistemom, održavajući zaposlenost oko kulturnih i prirodnih lokaliteta i muzeja, uključujući radove na restauraciji i održavanju, kao i kroz različite kulturne domene- osobito zanatstvo (obrtništvo), gastronomiju i izvedbene umjetnosti, i dodatno podstaknut festivalima i kulturnim događajima.

Osim kulturnih poslova, kulturni turizam također podstiče zapošljavanje u globalnim, nacionalnim i lokalnim privredama s obzirom na interakciju sektora kulturnog turizma s mnogim drugim

privrednim sektorima u uslugama i industriji, posebice pomoćnim uslugama kao što su ugostiteljstvo, hrana i sektori za slobodno vrijeme, kao i u sektoru građevinarstva, posebice vezano uz obnovu i održavanje kulturnih znamenitosti (UNESCO).

Historijski gledano, važne su bile kulturne razmjene u Britaniji i Evropi od 16-19.st. Plemići su bili utjecani idealima klasičnog antikviteta i Italijanske i Francuske renesanse, što se održavalo u kiparstvu i umjetnosti, dok je Britansko kulturno nasljeđe, srednjovjekovni svijet gotike, bilo povezano sa izolacijom od glavnih evropskih postignuća, jer su putovanja kroz Britaniju bila rijetka nego u inostranstvo. Za rane britanske turiste bilo je jedinstveno i uzbuđujuće iskustvo posjetiti Veneciju ili Florencu, gdje su mogli pronaći društvo sofitsiranije nego bilo gdje u vlastitoj zemlji. Podsjetnik na „Grand tour“ kao aristokratka kulturna kretanja i kulturnu razmjenu između evropskih zemalja: Britanija, Francuska, Italija i Grčka je važan, jer ova putovanja doprinose kulturnom profilisanju, kako trudom i dejstvom domaćina, koji nastoje svoju zemlju i kulturu predstaviti u najboljem svijetlu, tako i doprinosom gosta, posjetioca, gdje se kroz kulturni dijalog uči i razmjenjuju iskustva i ideje.

UNESCO navodi primjer „Put svile“ u Centralnom Azijskom regionu, na kome treba razvijati turizam kulturnog nasljeđa, kao prosperitetni oblik turizma i ključni pokretač ekonomskog razvoja navedene regije. *Put svile* je najveća ruta u povijesti čovječanstva, koja nije samo trgovinska, već i kulturološka razmjena, a kao rezultat su brojni historijski i kulturni sajtovi duž mreže čuvenih puteva, kao izvanredne mogućnosti za razvoj turizma i revitalizaciju lokalnih poslova.

Jedan od naročito važnih evropskih programa kulturnih istraživanja, kulturne promocije i kulturne razmjene jesu „*Kulturne rute Evrope*“ (Vijeće Evrope; 1987), čiji cilj je obogaćivanje turističkih ponuda i korištenje putovanja, kroz prostor i vrijeme, da se pokaže na koji način baština različitih zemalja i kultura Evrope

pridonosi zajedničkoj kulturnoj baštini. „U Evropi ima 48 kulturnih ruta različitih tema, koje ilustruju evropska sjećanja, historiju i baštinu, i doprinose interpretaciji diverziteta savremene Evrope“ (COE-Council of Europe- Vijeće Evrope, 2022), a za zemlje JI Evrope su prikazane u tabeli ispod, odakle se vidi da su u Bosni i Hercegovini utemeljene 3: „Evropska ruta Jevrejskog nasljeđa“, „Evropska ruta groblja- stećaka“ i „Željezno doba Dunav rute“ (naša zemlja je članica ovog programa od 2016.).

Tab.23. Kulturne rute u zemljama JI Evrope

SSE zemlje	Naziv kulturne rute	Broj ruta
Rumunija	European Route of Jewish Heritage, TRANSROMANICA, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, ATRIUM, Réseau Art Nouveau Network, Roman Emperors and Danube Wine Route	7
Hrvatska	Phoenicians' Route, European Route of Jewish Heritage, St. Martin of Tours Route, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, European Route of Historic Thermal Towns, ATRIUM, Roman Emperors and Danube Wine Route, Destination Napoleon, Impressionisms Routes, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail, Iron Age Danube Route	14
Grčka	Phoenicians' Route, European Mozart Ways, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, European Route of Historic Thermal Towns, Destination Napoleon, Impressionisms Routes, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail, European Route of Historic Gardens, Cyril and Methodius Route, Aeneas Route	13
Srbija	European Route of Jewish Heritage, TRANSROMANICA, European Cemeteries Route, Réseau Art Nouveau Network, Roman Emperors and Danube Wine Route, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail	7
Bugarska	ATRIUM, Roman Emperors and Danube Wine Route, European Route of Industrial Heritage, Cyril and Methodius Route	4
Bosna i Hercegovina	European Route of Jewish Heritage, European Cemeteries Route, Iron Age Danube Route	3
Kipar	Phoenicians' Route, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route	3
Albanija	Routes of the Olive Tree, Phoenicians' Route, ATRIUM, Aeneas Route	4
Makedonija	Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route	2
Moldavija	Iter Vitis Route	1

(Autor- prema podacima COE, 2022)

Razvoj programa Rute kulture i uspostavljanje novih pod direktnim je nadzorom Instituta iz Luksemburga (EICR), a ima za cilj ojačati postojeće potencijale za saradnju, održivi razvoj i socijalnu koheziju, s posebnim naglaskom na teme simboličke važnosti za

evropsko jedinstvo, historiju i kulturu, kao i otkrivanje manje poznatih destinacija. Pomaže jačanju demokratske dimenzije kulturne razmjene i turizma kroz uključivanje različitih mreža i udruženja, lokalnih i regionalnih vlasti, univerziteta i profesionalnih organizacija. Rute kulture doprinose očuvanju raznolikosti zajedničke baštine i kroz zajedničku obradu određenih tema, kao i iniciranjem alternativnih turističkih maršruta i posebnih projekata, i ima veliki potencijal za saradnju s programima EU i UNESCO. Uključuju mnogobrojne gradove, veća i manja mjesta, povezuju različite narode kao i povjesne epohe. Rute kulture predstavljaju sredstvo koje omogućava ljudima da bolje spoznaju i vrednuju vlastitu kulturu, historijat i baštinu i podijele tu spoznaju sa svojim susjedima širom kontinenta. One su u isto vrijeme i praktično sredstvo za provođenje temeljnih načela ljudskih prava i vrijednosti demokratije na lokalnom nivou. Omogućavaju pristup kulturi i kulturnoj raznolikosti za sve građane, promoviraju interkulturni dijalog i stimuliraju propitivanja i preispitivanja vlastitih spoznaja o bogatoj i složenoj evropskoj historiji i kulturi.



Karta 20. Prostorni razmještaj sjedišta „Kulturnih ruta Vijeća Evrope“
(Terzić, Bjeljac, 2016)

Da bi neka turistička ruta mogla biti evropska kulturna ruta, mora imati:

- a) fokus na temi koja predstavlja evropske vrijednosti i zajednička je za nekoliko evropskih država (najmanje 3);
- b) slijediti određene historijske rute ili, u slučaju kulturnog turizma, da se radi o novonastalim rutama;
- c) voditi ka dugoročnim multilateralnim projektima saradnje u prioritarnim područjima (naučna istraživanja, očuvanje baštine, kulturne i obrazovne razmjene među mladim Evropljanima, savremene kulturne i umjetničke prakse, kulturni turizam i održivi razvoj).

Program Rute kulture već se etablirao kao jedan od vodećih trendova u kulturnom turizmu u Evropi. Karakteristične su po jedinstvenim kulturno-turističkim proizvodima koji tematski povezuju više atrakcija i zanimljivih destinacija u jednoj ili više država. Na taj način stvaraju prepoznatljiv brend i olakšavaju pozicioniranje na sve zahtjevnijem turističkom tržištu. Rute kulture su jako bliske tzv. kreativnom turizmu koji posjetiocima daje mogućnost da ispolje i razviju kreativnost učestvujući na radionicama karakterističnim za određenu destinaciju. Kroz ovu formu turizma do izražaja dolazi materijalna i posebno nematerijalna baština. Turisti razmjenjuju znanja i vještine s domaćinima: plešu, pjevaju, slikaju, uče vještine starih zanata, upoznaju sa specifičnim kulinarskim specijalitetima određenog kraja, itd. Program naglašava važnost lokalnih građana i njihove povezanosti sa svojom regijom kao ključnim za razumijevanje i ponovno otkrivanje kulturnog identiteta konkretnih lokacija i privlačenje novih aktivnosti, podstičući uvezivanje kulturne baštine i turističkog sektora u cilju bolje ekonomske iskorištenosti, ali na način koji ne ugrožava samu kulturnu baštinu.

Razlozi za pristupanje jedne zemlje ovom parcijalnom sporazumu su višestruki i ogledaju se u:

- osiguranju povezanosti širokog spektra profesionalnih organizacija u oblasti naslijeđa i turizma na europskoj razini;
- stvaranju strateškog partnerstva s europskim institucijama i vladama;
- uvećavanju sredstava za pružanje intenzivnije i sveobuhvatne obuke;
- stručnoj pomoći za razvoj, održivost i promocija vlastitih kulturnih i turističkih potencijala u okviru postojećih ili novih Ruta kulture;
- socijalnom i ekonomskom uticaju;
- unapređenju kvaliteta projekata i usluga;

- uvezivanju operatera Ruta kulture i institucija vlasti i obezbjeđivanje podrške s nacionalne razine (domaćih izvora);
- povezivanju pojedinačnih kulturnih projekata koji se realiziraju u okviru programa Rute kulture s evropskim strategijama kulturnih politika u cilju bolje vidljivosti na evropskom nivou;
- uključivanju vlastite kulturne ponude i sadržaja u sheme evropskog turizma i na taj način dosegnuti novu dimenziju evropske kulturne saradnje.

Ministarstvo civilnih poslova Bosne i Hercegovine u saradnji sa nadležnim ministarstvima i RCC, kao i uz podršku fondova Evropske unije, stavilo je fokus djelovanja na razvoj programa i projekata u oblasti turizma i kulturne razmjene. Cilj je uraditi analizu potencijala i pozitivnih praksi u području kulturnog turizma u zemlji, pružiti jaču potporu institucijama i organizacijama koje rade na promociji kulturnog turizma, poduzeti sve neophodne aktivnosti s ciljem većeg sudjelovanja u evropskim programima, projektima i mrežama (Jadransko jonska strategija, Dunavska strategija, Kulturne rute Vijeća Evrope, EU programi Kreativna Europa, Horizont 2020, Europa za građane itd). Planira se priprema projektne dokumentacije za obnovu i restauraciju objekata kulturnog nasljeđa na relaciji sa potencijalnim donatorima (MCP BIH).

Ranije su pomenuti brojni oblici kulturne i turističke razmjene na globalnom nivou posredstvom rada međunarodnih organizacija koje baštine koncept održivog razvoja (UNESCO, IUCN, UNWTO, ICOMOS i dr.) i brojnih zemalja članica, koje uvažavaju međunarodne standarde i nastoje „certificirati“ svoj turistički proizvod. Međunarodne organizacije za zaštitu baštine značajno doprinose kulturnoj razmjeni zemalja kroz brojne edukativne, kulturne i konzervatorske programe. Navedeni su brojni primjeri

svjetskih samita, konferencija, sajmovi i dr. oblika razmjene ideje i iskustava.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) svake godine organizuje međunarodne susrete povodom Svjetskog dana turizma (od 1980.) i priprema tematske programe u skladu sa aktuelnim dešavanjima, modernim trendovima u turizmu i ključnim problemima u sektoru turističke industrije, a svake godine se odredi koja će zemlja biti domaćin ovog svečanog eventa (npr. planiran je Bali za 2022). Vlasti i nadležne institucije (Ministarstvo turizma i dr.) brojnih zemalja koje drže do turističke industrije ulažu napore da se obilježi ovaj dan na prigodan način kroz razne programe koji uključuju putovanja, promociju i upoznavanje baštine, povećanje turističkih potencijala i poslova u turizmu i sl.

Jo-Ansie van Wyk (2018): OECD „*The impact of culture on tourism, 2009*“ stavio je u fokus pažnju usmjerenu na atraktivnost destinacije kroz kulturne resurse, iskustva i edukaciju. Kao primjer kulturne razmjene, kulturni turizam ima značajan ekonomski i razvojni potencijal. Prepoznavajući značaj turizma i kulturne razmjene, IORA (*Indian Ocean Rim Association*) akcionim planom 2017-2021. utvrđeni su turizam i kulturna razmjena unutar Indijske okeanske regije kao strateški prioritet. Tako je 21 od 36 priobalskih zemalja navedene regije članica organizacije IORA, koja ujedinjuje Australiju, Bangladeš, Komori (Istočna Afrika), Indija, Indonezija, Sejšeli, Somalija, Iran, Kenija, Madagaskar, Malezija, Mauricijus, Mozambik, Oman, Singapur, Šri Lanka, Južna Afrika, Tanzanija, Tajland, UAE i Jemen. Pored ovih članica, IORA ima nekoliko komunikacionih partnera, Kina, Egipat, Francuska, Japan i UK. Nadzorni organi navedene organizacije su IORG (*Indian Ocean Research Group*) i IOTA (*Indian Ocean Tourism Association*). Svaka članica ima unikatno historijsko iskustvo i savremene značajke i izazove.

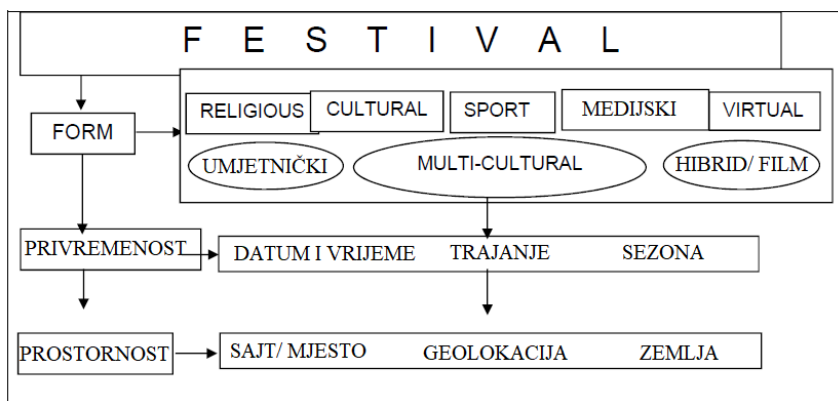
Posebno je izdvojen rad fakulteta i škola unutar kojih se također realizuju programi međunarodne razmjene učenja, kulture i

turizma, kao i programi čuvanja vlastite kulture i identiteta kroz sjećanje i posjetu memorijalnim centrima, npr. škole sa područja FBiH po programu rada su obavezne realizovati posjetu u Srebrenicu- *mjesto genocida i agresije na BiH* (potvrđeno od strane Međunarodnog suda pravde u Hagu i dr.).

Spomenut je rad i saradnja brojnih kulturnih institucija, udruženja i društava, koja aktivno djeluju po pitanju rada, promocije, konzervacije i prezervacije kulture i tradicije, te aktivno sudjeluju u turističkim kretanjima, odnosno nastoje da se maksimalno angažuju po pitanju sudjelovanja u svim bitnim događajima od turističkog značaja, naročito kada treba predstaviti svoju baštinu stranim posjetiocima i sl. Može se uzeti i primjer kulturnih centara (KC Kralj Fahd, Istanbulski centar, Iranski i dr.) i religijskih fakulteta (Franjevačka teologija, Fakultet islamskih nauka i dr.), ili religijskih institucija (Rijaset IZ BiH i dr.), koji ostvaruju važne veze sa Turskom, Egiptom i Malezijom, odnosno Hrvatskom, Italijom i Vatikanom, i dr., pa na ovaj način vrše promociju i unapređenje kulture, vjere i tradicije.

U svijetu se održavaju brojne manifestacije, eventi i festivali koji podstiču turistička kretanja, a mogu imati lokalni, regionalni, nacionalni, interregionalni („*major*“) i međunarodni („*mega*“) karakter. Postoje razne vrste festivala: kulturni, praznički, muzički, religijski, sportski i dr. Treba imati u vidu da postoji razlika u pojmovnom određenju „festival“ i „sajam“, jer su festivali slave praznike ili neke druge specijalne prilike, dok su sajmovi privredni događaji- veliko višednevno tržište, dok su „manifestacije/ event/ događaji“ širi pojam i generalno označavaju aktivnost pokazivanja- prezentacije nečega. Prema tome, sajmovi mogu biti kategorisani prema privrednim sektorima: poljoprivredni, industrijski, građevinski, sajam turizma i ugostiteljstva, obrazovni- knjiga i učila, itd.

Shema 13. Tipologija festivala prema Jago & McArdle (1999)



(UNESCO Institute for Statistics)

Festivali kao važni turistički događaji podstiču kulturni, urbani i ekonomski razvoj destinacije. Mega-festivali su turistička globalna atrakcija i imaju veliki impakt na životnu sredinu, jer se ostvaruje značajan broj posjeta i generiše moćan dio prihoda. „Svjetsko prvenstvo u fudbalu“ održano 1994. u SAD (*The 1994 FIFA World Cup, US*) zabilježilo je rekordnu ukupnu posjećenost u posljednoj deceniji oko 3,6 miliona i prosječnu posjećenost 68.626, te ostvareni prihod preko 600 miliona USD. Međutim, prihodi od ove manifestacije znatno su veći u skorije vrijeme, npr. u 2018. (*Rusija-domaćin*) iznosili su čak preko 5 milijardi USD, ukupna posjećenost oko 3 miliona i prosječna 47.371, zavisno od strukture posjetilaca, socio-ekonomskog standarda i inflacije cijena, itd. Za velike manifestacije, destinacija mora biti infrastrukturno i kapacitetno opremljena. Npr. *FIFA Svjetsko prvenstvo* (mega-event) održano je 21 put u 16 različitih zemalja od 1930., iako u mnogo više gradova unutar svake zemlje domaćina, jer neke nemaju uslove za prijem i izvedbu takvog događaja. Zato mnoge zemlje nastavljaju ulagati u resurse potrebne za licitiranje i potencijalno domaćinstvo ovih mega-događaja, kao neko ko može pružiti razmjerne povrate.

Uvidom u kalendar sajмова i manifestacija u Bosni u 2022. (Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine), utvrđeno je da ih je planirano ukupno 58, od čega 86% na teritoriji entiteta

Federacije BiH, dmnt. su zastupljeni privredni sajmovi preko 90%, pa tako iz oblasti turizma oko 10%, kulturne manifestacije 8% i dr. Međutim, posebno se rade programi kulturnih manifestacija, pa je tako npr. „Ministarstvo civilnih poslova“ identifikovalo preko stotinu (134) međunarodnih kulturnih manifestacija u 2019. godini, od kojih je najpopularniji *Sarajevo film festival* (SFF) i dr.



*Sl.23. SFF „crveni tepih“ ispred Narodnog pozorišta, Sarajevo
(Autor)*

Prema rezultatima nezavisne studije o socio-kulturnom i ekonomskom uticaju SFF (*britanska konsultantska kuća Olsberg SPI*), festival je u 2017. privukao 10.000 turista (boravak u gradu-Sarajevu), a ukupno 30.000 posjetilaca, što je omogućilo priliv od 51,6 miliona KM i zaposlenje 1.385 radnika. Ekonomska aktivnost indirektno vezana za održavanje festivala procijenjena je na 10,3 miliona KM prometa i 99 radnih mjesta godišnje. Na svaku uloženu marku iz javnih sredstava ostvaruje se povrat od 2,11 KM na ime poreskih prihoda. Uz to svojim aktivnostima, SFF daje ključan doprinos razvoju filmske industrije u regionu, pozitivno utiče na međunarodnu percepciju Bosne i Hercegovine, a kod građana stvara jak osjećaj pripadnosti lokalnoj zajednici.

➤ *Revitalizacija lokalne kulturne prakse, prezervacija kulturnog identiteta i amelijacija⁵⁰ kulturnog imidža*

Kulturni turizam je vodeći prioritet za većinu zemalja širom svijeta, i zastupljen je 90% u njihovoj turističkoj politici. Većina zemalja u definiciju kulturnog turizma uključuje materijalnu i nematerijalnu baštinu, a više od 80% uključuje savremenu kulturu: film, izvedbene umjetnosti, dizajn, modu i nove medije (UNESCO). Kulturno nasljeđe predstavlja kulturnu vrijednost jednog naroda, svjedoči o njegovoj historiji i identitetu, utiče na razvoj društva, a način na koji se jedno društvo odnosi prema svom kulturnom nasljeđu utiče na način na koji će ga se potomci sjećati. Iz tog razloga briga o kulturnom nasljeđu je moralna obaveza svakog društva. Što je nasljeđe očuvanije, to je otvorenije prema spoljnim uticajima i omogućava lakše razumijevanje drugačijeg identiteta od svog matičnog (Pivac et al., 2022).

Kako je sve više kulturnih turista nastojalo istražiti kulturne destinacije, veći je naglasak stavljen na važnost interkulturalnog dijaloga za promociju razumijevanja i tolerancije. Isto tako, suočene s globalizacijom, zemlje su tražile načine za jačanje lokalnog identiteta, a kao strategija za postizanje te svrhe angažiran je i kulturni turizam. Budući da se u osnovi temelji na mjestu, kulturni turizam podstaknut je interesom za iskustvom i saradnjom s kulturom iz prve ruke. Podržava ga želja za otkrivanjem, učenjem i uživanjem u materijalnim i nematerijalnim kulturnim dobrima koja se nude u turističkoj destinaciji, u rasponu od baštine, izvedbenih umjetnosti, rukotvorina, rituala i gastronomije, između ostalog (UNESCO).

Zhuang (2019) navodi da turizam podstiče amelijaciju (obnovu) imidža lokalne kulture i revitalizaciju lokalnih kulturnih praksi. Turizam doprinosi konzervaciji kulturnih postignuća. Turisti i lokalci dijele sajtove nasljeđa na različite načine i za

⁵⁰ Amelijacija- postupak činjenja nečega boljim, poboljšanje, unapređenje

različitu namjenu. Također pomaže lokalnim ljudima da bolje razumiju i baštine tradicionalnu kulturu i ovo podiže njihov osjećaj nacionalnog i lokalnog ponosa. „Kulturni turizam može pomoći u podsticanju uvažavanja i ponosa na lokalnu baštinu, potaknuvši na taj način veći interes i ulaganja u njeno očuvanje. Turizam može podstaknuti inkluzivni razvoj zajednice kako bi se jačala otpornost, inkluzivnost i osnaživanje. Promiče teritorijalnu koheziju i socio-ekonomsku uključenost za najranjiviju populaciju, na primjer, stvarajući ekonomsku egzistenciju za žene u ruralnim područjima. Ojačana svijest o metodama očuvanja, i lokalno i autohtono znanje, doprinose dugoročnoj održivosti životne sredine. Slično tome, sredstva ostvarena od turizma mogu biti instrumentalna za osiguravanje tekućih aktivnosti očuvanja izgrađene i prirodne baštine“ (UNESCO). Zadatak lokalne zajednice je da u saradnji sa stručnjacima za zaštitu kulturnih dobara upozna svoje kulturno nasljeđe i spozna njegove vrijednosti. Kulturno dobro čije vrednosti nije prepoznala lokalna zajednica gotovo da nema šanse da opstane. Uspješna valorizacija kulturnog dobra je ona do koje su struka i lokalna zajednica došli zajedno, npr. za stručnjake jedno dobro predstavlja arhitektonsko ili umjetničko djelo, a za stanovništvo koje posećuje to dobro, ono je mjesto koje posjeduje čudotvorne i ljekovite moći (Pivac et al., 2022).

Ne treba zaboraviti da je u izgradnji imidža destinacije najvažnije pozitivno iskustvo posjetilaca. „Beerli i Marti navode da pozitivan imidž postoji samo kada turisti pozitivno reaguju na proizvod. Faktori imidža su: prirodni resursi, infrastruktura, turistička infrastruktura, mogućnosti odmora i rekreacije, kultura i umjetnost, političko-ekonomski, prirodno okruženje, društveno okruženje, atmosfera mjesta“ (Žunić, 2018). Po povratku i generisanjem iskustava iz različitih dijelova svijeta, turisti postaju najbolji narativci i promotori kulture i destinacije putem izgovorene riječi „*Word of Mouth*“. U tom smislu, „Urr i Larsen navode da je turistička impresija moćan generator imidža destinacije i da ima naročito uticaja ako turista poznaje osobu koja ju je ranije posjetila, pa postoji inklinacija saslušavanja te perspektive“ (Žunić, 2018).

Ibn Batuta- istaknuti arapski putopisac i istraživač je rekao: „*Putovanje te ostavlja bez riječi, a potom pretvara u pripovjedača*“. Tako su pozitivne impresije i preporuke posjetilaca Sarajeva i BiH, te odjek u „New York Times“ magazinu da „Sarajevo i Bosna više nisu taboo destinacija, već idealno mjesto za odmor i upoznavanje kulturnog diverziteta i prirodnih ljepota“, utrle put izgradnji pozitivnog (umjesto ranije „ratnog“ imidža) Bosne i Hercegovine kao jedne od najpoželjnijih destinacija Evrope, što je podstaklo značajan turistički promet i prihode, kao i nove razvojne projekte u sektoru turizma. Istovremeno, sarajlije „ksenofili“⁵¹ su ponosne kada prođu Bašćaršijom puno stranih posjetilaca iz raznih dijelova svijeta, ili ih pak sretnu na nekom od ZP (Vrela Bosne, Trebević, Bijambare i dr.). Ovo zasigurno ispunjava srce i podstiče ljubav prema svojoj „majci-domovini“, razvija osjećaj ponosa i ulijeva nadu u bolje sutra.

Međutim, ukoliko su posjetioci iz naprednije zemlje, pa ih je teško zadiviti, a receptivna destinacija zaostaje u nekom smislu: ekonomski, politički, kulturno, ekološki, itd., u tom slučaju se naročito razvija patriotizam, jer se postaje svijesno kvalitete ambijenta vlastite zemlje i visokog životnog standarda. Towner navodi da je važno saznanje da su reakcije britanskih turista spram Francuske, Italije i Grčke, npr. bile povezane sa rastom moći i samouvjerenosti Britanije, i promjenjivom sudbinom domaćinskih zemalja, te citira riječi britanskog lorda Francis Russell-a nakon njegove kontinentalne ture 1780-ih: „*Nikad se neću vratiti na kontinent, niti u bilo koju drugu zemlju, iz moje vlastite; kao što sam sretan što sam naučio, po uvjerenju, da daleko nadmašuje bilo koji drugi dio svijeta - zbog njene državnosti, ljepote i životnih užitaka*“ (Towner, 1990), kao i to da je nezadovoljstvo dijelom proizašlo i iz činjenice da je u to vrijeme bilo teško putovati u daleke destinacije zbog slabije razvijene infrastrukture i sl.

⁵¹ Ksenofilija- ljubav prema strancima

Kako bi se spriječila dilucija („razređivanje“) lokalne kulture i vrijednosti u kontaktu sa stranim kulturama, turizam podstiče razvoj lokalne kulture, obrta i umjetnosti, tako da učini dostupnim tradicionalne proizvode, memoralizira i dokumentira kulturne tradicije, omogući kulturnu edukaciju. Ekoturistički uređaji teže da da ispravno educiraju i informišu posjetioce o lokalnim vrijednostim i kulturama i da omoguće odgovarajuće i ne-invazivne načine interakcije posjetilaca i lokalnih stanovnika, kako bi se unaprijedilo interkulturalno razumijevanje i pomoglo da lokalni kulturni identitet ostane očuvan za buduće generacije. Održivi turizam može generisati kulturne vrijednosti i revitalizirati lokalni identitet u vezi sa menadžmentom i konzervacijom kulturnih pejzaža. To uključuje održavanje tradicionalne građevinske tehnike, projektiranje staza predaka, korištenje zemljišta u zajednici i bio-poljoprivredu između ostalih (IUCN, 2015, 2018). Turistički interes može pomoći da se osigura prenos prakse nematerijalne kulturne baštine na mlađe generacije (UNESCO).

Ekoturizam također ima sposobnost educiranja javnosti (i posjetitelja i lokalnog stanovništva) o lokalnim eko-sajtovima i divljini. Edukacija o vrijednosti lokalnog staništa prvi je korak za podsticanje i potpora lokalnim nastojanjima za očuvanje (konzervaciju) i prikupljanje sredstava (formiranje fondova) za zaštitu lokaliteta od značaja. To može dovesti do otkrića novih načina korištenja izvornih resursa za stvaranje održivih proizvoda, kao što su umjetnički proizvodi od lokalnih materijala, održivi ribolov ili podrška industrije utemeljene na uslugama (tj. turizma)“. Turizam u ZP promoviše održivi razvoj kroz valorizaciju lokalne umjetnosti i radinosti i kulture, kao i valorizacijom lokalnih ambijentalnih lokaliteta/ motiva i divljeg svijeta, svi zajedno su inicijalni motivatori koji generišu turizam u tom području na prvom mjestu. Ekoturizam podstiče i jača lokalnu zajednicu kroz razvijanje vještina i podršku vlasti. Ekoturistička infrastruktura promoviše lokalnu radinost radi povećanja lokalnih prihoda i zaposlenosti (IUCN, 2015, 2018).

Na primjeru Bosne i Hercegovine, oblici revitalizacije lokalne i tradicionalne kulture i umjetnosti, kao i tradicionalnog uzgoja, su u počecima svog razvoja. Formirana su određena kulturna udruženja i institucije, koje baštine tradicionalne „zanate“, i koje nastoje ostvariti saradnju sa lokalnim stanovništvom i eksploatisati njihova znanja i vještine u vezi sa izradom rukotovorina i sl. Npr. na području Sarajeva djeluju brojna kulturno-umjetnička društva (KUD): „Bašćaršija“, „Proleter“, „Seljo“, „Zlatne ruke“, „Sehara“, „Ruža“ i dr., koja čuvaju tradiciju i ostvaruju kulturnu promociju unutar i van zemlje uglavnom putem određenih susreta, sastanaka, sajmova i sl. Prilikom posjete Sarajevskom festivalu turizma 2019. (Centar Skenderija), primjećena je izložba tradicionalnih predmeta i narodnih rukotovorina ispred štanda *Kantonalnog zavoda za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa KS*, koja je pripremljena u saradnji sa LZ i registrovanim kulturnim društvima, mada isti nisu na prodaju, već služe isključivo kao reprezentacija kulturnog rada, kulture i čuvanja tradicije. Kada lokalno stanovništvo uvidi turistički promet, ono se i samoinicijativno uključuje sa svojim umijećima, jer vidi priliku za zaradu. U nekim etno-selima (npr. Lukomir) ili na određenim ZP kod Sarajeva (npr. Bijambare), lokalci uglavnom individualno izlaže i prodaju svoje rukotvorine (pletiva i sl.), sabrane plodove (ljekovito bilje, med i dr.) ili proizvode tradicionalne organske proizvodnje (domaći džem, suhomesnati pršut i dr.), dok se organizirano pojavljuju na poljoprivrednim i kulturnim sajmovima, kada nastupaju i mala privatna pretežno familijarna preduzeća i sl. Međutim, kohezija ljudi koji praktikuju tradicionalne zanate i poslove i vlasti još uvijek je na nezavidnom nivou, i načini udruživanja sa kulturnim institucijama su uglavnom volonterski bez jake finansijske baze ili barem subvencionalne podrške. U tom smislu, npr. Zemaljski muzej, kao i većina drugih institucija, otvoreni su za obogaćivanje svoje kolekcije pretežno putem donatorskih programa- „pokloniti muzeju“ umjesto da „muzej otkupi“ od naroda koji posjeduje određene antikvitete ili ih je kadar proizvesti, mada ima i održivijih primjera, npr. zlatara „Sofić“ koja baštini proizvodnju

tradicionalnog srednjovjekovnog i kasnijeg filigranskog i zlatnog kraljevskog bosanskog nakita, ima sporazumnu saradnju sa Zemaljskim muzejom na obostrano zadovoljstvo (vrijedan komad ovog antikvitetnog nakita je poklonjen čuvenoj holivudskoj glumici *Angelini Joli* prilikom njene posjete BiH u okviru jednog međunarodnog filmskog projekta- „U zemlji krvi i meda“).

U zadnje vrijeme, prateći evropske trendove, u BiH je zaživio trend osnivanja organskih farmi tradicionalnog uzgoja i privređivanja, npr.: *Malak, EMEA, Bioča, Bašta, Bio BiH, Biohalilović* i dr. Većinom su nastale oko Sarajeva i bave se uzgojem goveda, ovaca i peradi, bilja i dr. Pozitivan primjer je upravo *Malak farma (Ilidža)*, koja je naročito značajna sa aspekta turizma, jer objedinjuje turističku ponudu ruralnog turizma, organske poljoprivrede i stočarstva. Prostire se na 200 dunuma kvalitetnog zemljišta i šume. Raspolaze sa preko 200 stabala jabuka, krušaka, šljiva i dr., ima plantaže organskog povrća i ljekovitog bilja, kao i 30 grla krava, 50 koza i 200 ovaca, i 10 konja. *Malak farma, hotel Malak Regency 5** i *drvena industrija Malak Janj* čine izuzetno vrijedan i atraktivan kompleks u neposrenoj blizini Sarajeva. Studenti „turizma i zaštite životne sredine“ (PMF, UNSA) obavljaju praksu unutar istog i svjedoci su ponude svježe tradicionalne spremljene organske hrane i pića na meniju za goste hotela i sl., ali i mogućnosti različitih turističkih aktivnosti na farmi (sabiranje plodova, jahanje i dr.).



*Sl.24. Malak farma- lokacija ruralnog turizma i organske agro-proizvodnje
(Službeni portal Malak Farme)*

Pilgrim et al. (2009) dali su osvrt na 41 projekat iz 9 zemalja širom svijeta, i izvršili identifikaciju 6 kategorija revitalizacijskih projekata za novu tipologiju („u dodiru sa precima“ i sl.):

- 1) *Tradicionalna hrana*- povećati konzumaciju tradicionalne lokalne hrane i oživiti prikupljanje hrane, i praksu pripreme;
- 2) *Ekoturizam*- oživiti tradicionalne kulturne prakse i ceremonije kao dio strategije generisanja prihoda;
- 3) *Obrazovanje*- omogućiti uravnoteženiji, kulturno-utemeljen obrazovni sistem zasebno ili kao dio državnog sistema;
- 4) *Jezik*- zaštititi ili unaprijediti kompetenciju govornika ugroženih jezika i otvoriti komunikacione kanale između mladih i starih ljudi u komuni;
- 5) *Kultura*- oživiti određene aspekte načina života koji su možda bili zapostavljeni;
- 6) *Prava*- bodriti prepoznavanje ljudskih prava i zemljišnih prava autohtonih kultura kako bi se osigurao kulturološki kontinuitet i diverzitet u budućnosti.

Neki projekti su fokusirani na LZ u cijelini, dok drugi na određenu grupu ljudi u zajednici, npr. mladi.

❖ *Revitalizacija tradicionalne hrane:*

Npr. u Inuitskim (eskimskim) zajednicama Akulivik u Qvebeku, Kanada, uspostavljen je program podrške lovcima kako bi se pružila ekonomska potpora lovcima, a pritom se osigurala distribucija tradicionalne hrane. Stvoreni su tržišni kanali kako bi lovci u mjesnim zajednicama ulovljeno meso i ribu mogli prodavati seoskim vijećima za preraspodjelu. Svaki seoski vijećnik dobiva dio sredstava projekta za plaćanje lovaca i za kupnju i popravak opreme. Svako selo koje sudjeluje u projektu ima pravo na zajednički lovački čamac i zajedničku hladnjaču. Ako se projektna sredstva ne koriste lokalno za plate lovaca i ribara, tada se novac može koristiti za kupnju ribe i mesa iz obližnjih sela za distribuciju među članovima zajednice, posebno udovicama, starješinama ili penzionerima koji ne mogu loviti. To lokalnim lovcima osigurava izvor prihoda i osigurava kontinuiranu konzumaciju tradicionalne hrane.

❖ *Revitalizacija tradicionalne kulture kroz ekoturizam i ZP:*

Npr. u Finskoj, mnogi stočari sobova Sami počeli su otvarati svoje farme sobova za javnost (Inari, Purnumukka i dr.). Posjetioci farme sobova Inari uživaju u kafi iz drvenih šoljica, tradicionalnim jelima od divljači i pjevanju tradicionalnih pjesama. Nudi i izborni safari sa sobovima sankama. Trenutni kapacitet farme je 150 posjetilaca ljeti i 100 posjetilaca zimi.

❖ *Revitalizacija tradicionalnog obrazovanja:*

Npr. u Igloolik u Kanadi kao odgovor na pritužbe starijih da mladi ljudi ne uspijevaju naučiti znanja i vještine ključne za budući opstanak njihove kulture, društvo Inullariit je kreiralo projekat u kome stariji uče mlade ljude kako “biti i postati Inuit”, uče ih zemljišne vještine, znanja, vrijednosti i uvjerenja koja im omogućuju uspostavljanje tradicionalne veze sa zemljom i

poštovanje prema njoj, a koje savremeni obrazovni sistemi ne uspijevaju naučiti.

❖ *Revitalizacija nativnih- autohtonih jezika:*

Na primjer Oklahoma i Florida, gdje se učitelji jezika Indijanaca obučavaju u vještinama oživljavanja jezika. Obučeni učitelji zatim te vještine vraćaju u svoje zajednice i poučavaju lokalno stanovništvo kako govoriti, čitati i pisati na svojim materinskim jezicima. Ostale tehnike koje se koriste za održavanje lokalnih jezika uključuju podučavanje priča i pjesama te korištenje pisanog jezika na vidljivim mjestima (npr. kafeterije, prometni znakovi i odjeća).

❖ *Revitalizacija tradicionalnih kultura:*

Neki od najranijih pokušaja oživljavanja kulture bili su među Samima u Norveškoj 1950-ih i 1960-ih. Nakon stoljeća kulturne represije i prisilne asimilacije, Nordijsko Samijsko vijeće osnovano je 1956., a prava Samija na očuvanje i zaštitu vlastite kulture priznata su 1960-ih. Rani mali napori za revitalizaciju uključivali su objavljivanje samijskih novina i časopisa, samskih televizijskih programa, pripovijedanja, čitanja poezije i dana kulture. Samski jezik se poučavao u školama i na fakultetima i, konačno, nakon 300 godina represije, u Finskoj, Švedskoj i Norveškoj osnovani su Samijski parlamenti kako bi zaštitili potrebe i tradicije svoje kulture.

Mali projekti kulturne revitalizacije uključuju oživljavanje ceremonije *Spirit Dancea* u Britanskoj Kolumbiji. Duhovne vođe radile su na prenošenju tradicije ceremonije mladima, obnavljajući lokalni osjećaj aboridžinskog identiteta i kulturnog ponosa. Drugi primjer djelovanja zajednice je u Pelly Bayu u Kanadi, gdje se ulažu napori da se snime priče starijih, čitaju tradicionalne priče naglas preko radija i objave se priče na lokalnim jezicima i engleskom.

Primjer tradicionalnih kampova: u blizini Sitke na Aljasci- Dog Point Fish Camp, posjetioци uče tehnike sezonskog prikupljanja hrane zajedno s drugim vještinama kao što je izrada bubnjeva; kamp Sivu (*od Sivunniigvik što znači "mjesto za planiranje"*) ljetni je kamp koji podučava slične vještine u delti rijeke Kobuk na Aljasci. Osim podučavanja vještina lova i ribolova, oživljava lovačke rituale kao što je oslobađanje životinjskih duhova. Sav lov i priprema hrane moraju se provoditi prema Inuitskim vrijednostima.

❖ *Revitalizacija prava autohtonih naroda:*

Jedna od najvažnijih politika donesenih u tom pogledu bila je određivanje Nunavuta, što znači 'naša zemlja' na Inuitima. Ovaj teritorij od 200 milijuna hektara određen je 1999. godine i mnogi ga vide kao korak prema rješavanju zahtjeva za inuitskom domorodačkom zemljom i područja žetve.



*Sl.25. Lov na foke je tradicija i važna privredujuća djelatnost za egzistenciju Inuita u Kanadi
(GBC College)*

U Nunavutu, koji se nalazi na istoku arktičke Kanade, Inuiti imaju slobodan pristup lovu i ribi. U Nunavutu živi oko 29.000 ljudi. Iako Nunavut ima vlastitu vladu, još uvijek je snažno vođen kanadskim ustavom, a uvjeti sporazuma zahtijevali su od Inuita da ukinu svoj zakoniti aboridžinski naslov na zemlju. Unatoč tome, sam teritorij, kopno i more, je pod stalnim upravljanjem Inuita.

Društveni pokret za promociju prava autohtonih naroda datira se još iz ranog 20. stoljeća, ali politička agitacija za promicanje i zaštitu autohtone posebnosti prerasla je u globalnu političku snagu od 1980-ih. Diljem svijeta autohtoni narodi postaju sve svjesniji svog prava na autohtoni identitet. Velik dio toga stvoren je protiv sve većeg broja prijetnji iz razvojnih projekata, kao što su sječa drva, rudarstvo, proizvodnja hidroelektrane i poljoprivreda, koji često ugrožavaju ili uništavaju njihov način života. Pokret se također bori protiv mjera asimilacije kao što su sjevernoamerički internati i uklanjanje djece australskih Aboridžina iz njihovih obitelji, kao i općenitije politike za smanjenje vjerovanja i običaja autohtonih naroda i kulturnog miješanja autohtonih naroda s dominantnom etničkom populacijom.

Deklaracija UN-a ne bi bila moguća bez društvenog pokreta predstavnika autohtonih naroda koji su putovali nekoliko puta godišnje u Ženevu i New York. Cilj ovih predstavnika bio je usredotočen na promicanje njihovih prava na svoje vlastite različite prakse, koje se sve temelje na aktivnom angažmanu s prirodom. Iako ostaje za vidjeti koliko će države poštivati i provoditi ove standarde ljudskih prava, usvajanje Deklaracije se naširoko smatra trijumfom za one autohtone skupine koje usmjeravaju svoje napore u očuvanje kulture kroz pravnu zaštitu.

4.2.5. Kvalitet i standard života

➤ *Globalizacija, urbanizacija i modernizacija environmenta*

Globalizacija je intenziviranje društvenih veza širom svijeta, i to tako da veoma udaljena mjesta bivaju povezana u toj mjeri da događaji u jednom mjestu mogu biti uzrokom ili posljedicom događaja u nekom drugom, koje je stotinama kilometara udaljeno, i obrnuto (A. Giddens- Ibraković, 2017). Globalizacija je socijalni proces tokom kojeg opada uticaj geografskih granica na socijalni i kulturni angažman, a ljudi postaju svijesni slabljenja tog uticaja. Globalizacija ne implicira homogenizaciju, već veću povezanost i deteritorijalizaciju (M. Waters- Ibraković, 2017).

Procesi globalizacije su stvorili nove moralne okvire. Naglašena je dimenzija borbe za opstanak u uslovima konkurencije, prije svega ekonomske. Moralne vrijednosti danas su bitno drugačije od ranije uspostavljenih i važećih moralnih vrijednosti. Kulturni aspekt globalizacije jedan je od najznačajnijih vidova globalizacije. Masovna kultura se uklapa u brzi moderni život simbolizovana u restoranima brze hrane pod nazivom „mekdonaldizacija“ zasniva se na pitanjima moći uređenja kulturnog života. Internet je jako moćno sredstvo promocije određenih ciljeva. Postao je prekretnica u procesu globalizacije kulture, promovišući većinom elemente kultura velikih nacija i doprinoseći njihovoj sveprisutnosti i globalizaciji. Činjenica da većina svjetske populacije koristi internet, a posebno američke društvene mreže (Facebook, Instrgram, Twiter, Myspace), dovodi do zaključka da je internet nezaobilazna karika u lancu “kulturalnog osvajanja” svijeta od strane velikih sila. Savremeno društvo podrazumijeva uspostavljanje novih vrijednosti, kako moralnih, tako i kulturnih, religijskih, političkih i drugih. Društveni aspekti globalizacije izražavaju se kroz: socijalni aspekt, moralne i kulturne vrijednosti, stavove pojedinaca i država prema drugim državama, bilateralne i multilateralne odnose između država i institucija, itd.



Shema 14. Karakteristike globalizacije i sektori uticaja
(Autor)

Prema tome, zahvaljujući procesima globalizacije, svijet postaje „globalno selo“. Ovaj termin ukazuje na nekoliko činjenica:

- a) savremena nevjerovanta povezanost svijeta putem modernih transportnih i telekomunikacionih sredstava (telefonske veze, mediji, internet);
- b) masovna svjetska i turistička kretanja, migracije i seobe;
- c) intenzivirana svjetska urbanizacija i porast gradova u svijetu;
- d) fizički (prostorno), biološki (reprodukcija) i sociološki (druženje, posao) kontakti ili tzv. „mješanje“ ljudi;
- e) prenosivi efekti (ekološki, ekonomski, socio-kulturni) putem medija, turizma i kulturne razmjene, ili posredstvom geoplanetarnih kružnih tokova;
- f) povećani stepen internacionalizacije (običaja, hrane, odjeće...);
- g) minimiziranje, ujednačavanje ili potpuno brisanje razlika među društvima ili u partikularnoj kulturi.

Porast urbanizacije u svijetu značajno je podstakao povezanost dalekih i/ ili teško dostupnih područja svijeta, kao i turistička kretanja. Urbanizacija je važan modifikator geografske i životne sredine, jer se unose antropogeni elementi i „osvaja“ prirodna teritorija od strane čovjeka i njegovih raznovrsnih tehnogenih i proizvodnih sistema. Modernizacija životne sredine omogućava lakši život, produktivniji rad i djelovanje ljudi, koji više nisu zavisni samo od alternativnih prinosa iz vlastitog uzgoja i sl., već im je dostupan čitav spektar usluga i proizvoda za život, rad, odmor, rekreaciju i zabavu. Jedan od glavnih pokretača urbanizacije je saobraćaj, koji pospešuje povezanost geografskih područja, ali i razvoj novih djelatnosti i ljudskih objekata, te naselja duž putnih koridora, itd. Neka područja u svijetu su već dostigla 100% stepen urbanizacije (npr. Singapur).

Osim tipične geografske urbanizacije, javlja se i specifični fenomen tzv. svojevrsne „turističke urbanizacije“ i „modernizacije“ geografske i životne sredine. Turistička urbanizacija je objašnjena u knjizi kroz brojne prethodne primjere, tako što turizam podstiče razvoj društvene, komunalne i saobraćajne, ekonomske, ekološke i specijalizirane turističko-informativne i turističko-rekreativne infrastrukture.

Turizam u područjima u razvoju rješava brojne probleme: vodosnabdijevanje i otpadne vode, pristup prirodnim resursima, organizovano odlaganje otpada, brži i moderniji transport i telekomunikacione veze, podstiče razvoj kulturne, rekreativne, obrazovne i zdravstvene infrastrukture. „Prepoznata je veza između pojačane turističke aktivnosti i razvoja lokalne infrastrukture, kako bi se zadovoljili turisti i povećao broj posjeta. Tako je turizam usko vezan sa modernizacijom životne sredine i porastom životnih standarda, i kvalitetom života LZ (Ibanescu et al., 2018). „Unapređenje infrastrukture uporedo s razvojem turizma bitno je smanjilo saobraćajnu gužvu (kongestiju) i poboljšalo kvalitet urbanog ambijenta za neke afričke zemlje“ (Zhuang, 2019).

Turizam u područjima u razvoju, osim razvoja fizičke-materijalne infrastrukture, podstiče i nematerijalni aspekt- kvalitet obrazovanja, ljudska prava i pravo vlasništva, socijalizaciju, a naročito socijalnu koheziju u manjim mjestima, oblikuje mentalnu svijest i kulturni identitet, te povećava ukupni stepen emancipacije i zadovoljstvo. „Turizam utiče na obilježja lokalne društvene kulture, pogađajući društvene navike, običaje, vrijednosti, vjerovanja i stil života lokalaca u turističkoj destinaciji“ (Zhuang, 2019).

Turizam, između ostalog, podstiče konzervaciju prirodne i kulturne baštine i rast ZP u destinaciji, što ujedno donosi brojne blagodati lokalnom stanovništvu (lakši pristup, očuvanu i obnovljenu prirodu i kulturu, čistiji ambijent, kvalitetnije provedeno vrijeme, zdravlje ljudi i dr.). Naročito je važan porast WHS nasljeđa, jer kao dio svjetske baštine, ima izuzetnu turističku vrijednost i automatski podstiče turističke posjete i ugled, odnosno imidž destinacije. „Pošto WHS privlači turiste, tako je utvrđeno da je turizam favoriziran od strane lokalnih vlasti i zajednica u blizini ovih sajtova, zbog njihove sposobnosti da stimulišu privredu, generišu prihode, i kreiraju poslove, koji su više važni ruralnim rezidentima nego urbanim građanima. Su and Lin su istakli da se zemlje koje posjeduju WHS nalaze u pobjedničkoj tzv. „win-win“ situaciji, ne samo za razvoj turističke privrede, nego i za održivi društveni progres i konzervaciju kulturnih postignuća“ (Zhuang, 2019).

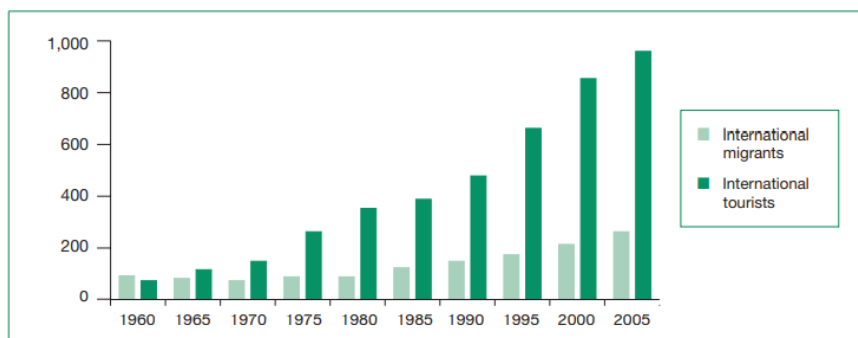
Razvoj turizma podstiče „otvorenost“ područja prema svijetu kroz razne događaje i brojne oblike međunarodne saradnje, i saradnje centralnih i lokalnih vlasti, turoperatora i kulturnih institucija i agencija ZP, zatim povezivanje sa sličnim organizacijama (sa istim fokusom djelovanja) iz zemlje, regije ili šire, itd. Za turističku organizaciju potrebno je angažiranje i udruženo djelovanje brojnih subjekata (raznih institucija, ustanova, turističkih i eko-agencija, programera, prevoznčkih firmi i dr.).

Turizam podstiče diverzitetne manifestacije, a naročito su važni međunarodni festivali, koji povezuju ljude iz raznih područja svijeta i donose brojne beneficije za socio-kulturni, ekonomski i ekološki razvoj destinacije. „Zaei i Zaei navode veću dostupnost manifestacija s razvojem turizma“ (Zhuang, 2019). Upravo na primjeru mega-manifestacije, prepoznaje se kompleksnost organizacije, koja zahtjeva nekoliko predispozicija: infrastrukturnu i kapacitativnu opremljenost destinacije; visoku kooperativnost organizatora i učesnika; kvalitetnu i blagovremenu promociju, ali i brojne pozitivne efekte ovakvih događaja. „Potencijalne beneficije održavanja mega-događaja iz perspektive ekonomije posjetilaca uključuju:

- 1) *Strukturna ekspanzija ekonomije posjetilaca*: posjetioci koji dolaze na događaj pridonijet će živahnijoj ekonomiji i ostvariti potrošnju koja će imati multiplikativni učinak na prihode kroz povezane lance opskrbe;
- 2) *Usklađivanje turizma s drugim strategijama*: zahtjevi za održavanje velikog događaja mogu se iskoristiti za promociju integriranog pristupa vlade i maksimiziranje sinergije između relevantnog razvoja i rasta strategija, npr. turizam sa kulturom i transportom. Transportne veze i druga infrastruktura izgrađena radi eventa su trajne ostavštine za domaćinsku zemlju i mogu imati realni impakt na turistički rast;
- 3) *Marketing i promocija*: pre-brendiranje kao uspješnog domaćina može omogućiti dugoročnu prepoznatljivost destinacijskog brenda na ključnim turističkim tržištima i podstaći ponovne posjete prethodnih turista, kako bi bolje upoznali destinaciju (sport, kulturu, umjetnost, hranu i piće, itd.);
- 4) *Ekološki impakti*: mega događaji mogu biti podsticaj za izgradnju zapuštenih područja i poboljšanje atraktivnosti i konkurentnosti destinacije, a realizacija događaja na ekofrendli principima je također važna za brendiranje destinacije“ (OECD, 2017).

Zamani-Farahani i Musa su istakli da turizam ne samo da ameliorira regionalni imidž i izgrađenu infrastrukturu područja, već je pogodan i za unapređenje rekreativne aktivnosti i kvalitete života među narodima. Pobjednički stil života vidi se kroz više manifestacija i rekreativnih aktivnosti dostupnih lokalcima (Zhuang, 2019). Festivali doprinose kulturnoj participaciji LZ aktivno i pasivno, argumentaciji, identitetu LZ i koheziji, zabavi i druženju, podstiču lokalni rast i razvoj, određena ponašanja, zatim povećanju sigurnosti, toleranciji, kreativnosti komune, potrošnji i prihodima, i druge društvene beneficije (UNESCO Institute for Statistics). Tako npr. čitav svijet zna za Brazil zbog tradicije megasportskog festivala (fudbal) i dr.

Migracije ljudi, turistička, ali i poslovna kretanja naročito van zemlje, susret ljudi iz raznih dijelova svijeta, kontakt sa drugačijom kulturom i sl., značajno transformišu društva i pojedince. Turizam pokreće veliki broj ljudi i organizacija u svijetu, a s druge strane, migracije ljudi radi posla i sl., pokreću turistička kretanja. Zbog toga je tijesna veza između migracija i turizma.



Grafikon 9. Komparativni rast internacionalnih migracija i turističkih dolazaka u periodu 1960-2005 (milioni)
(WTO, World Bank)

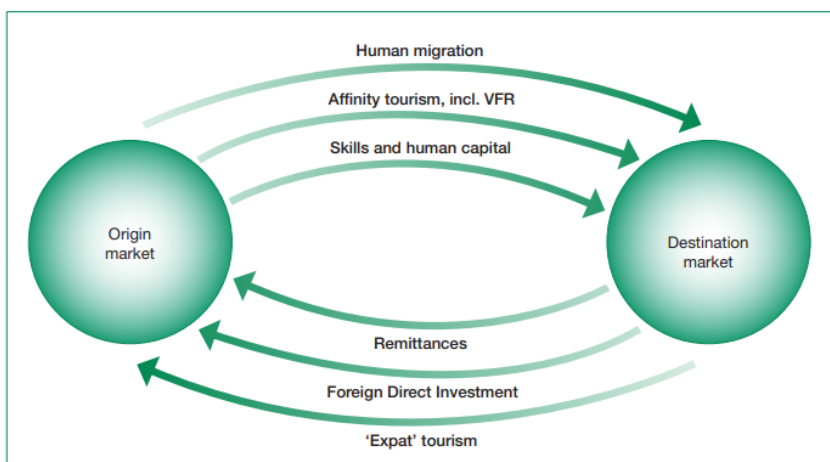
Migracije imaju važan sociološki i ekonomski doprinos za destinacijske zemlje i kulturalno obogaćivanje njihovih društava, unapređujući turistički proizvod i osiguravajući radnu snagu u

sektoru putovanja, turizma, uslužnosti i ugostiteljstva. Indicirana su 2 različita koncepta:

- a) „*Migracije vođene turizmom/ Tourism-led Migration (TLM)*“, i
- b) „*Turizam vođen migracijama/ Migration-led Tourism (MLT)*“.

Porast svjetskog turizma i mobilnosti podstakao je TLM. Primjeri uključuju kretanja mladih ljudi iz centralne Evrope na upražnjena radna mjesta u turističkom sektoru zapadne Evrope, i migracije muških radnika iz Južne Azije radi građevinskih zahtjeva turističkog cvijetanja u UAE. Drugi relevantni primjeri uključuju migraciju penzionera u Aziji i novo prebivalište za vlasnike „drugih domova“ (nekretnina) u zapadnoj Evropi i Sjevernoj Americi. Istovremeno, migracije su podstakle direktno i indirektno značajan rast u turizmu u izvornoj i destinacijskim zemljama kroz povećanu vidnost naročito u VFR sektoru (Visiting Friends & Relatives), i razvoj nove turističke infrastrukture i transportnih ruta u i između zemalja.

Koncept povezanosti turizma sa migracijama je MLT i procijenjeno je da u zemljama sa neto emigracijama, vrijednost „posjeta domu“ od strane ne-rezidentskih migranata je min. 15%, a u nekim slučajevima (najviše u Centralnoj Americi) dostiže 70% ukupnog receptivnog turizma. MLT čini važan doprinos izvornim zemljama, i učvršćuje snažne internacionalne veze, koje podstiču razvoj partnerstva i investiranje u nove poslove (uključujući turizam biznis) od strane porodica i saradnika migranata, te od strane migranata na daljinu i po povratku. Osim što stvaraju uslove za egzistenciju, što se općenito smatra glavnom vrijednošću migracije za izvornu zemlju, migracije takođe stvaraju i sredstva za investiranje, uspostavljanje mreže poduzetnika i izgrađuje lokalne kapacitete kroz kulturnu razmjenu i usvajanje poslovnog znanja.



Shema 14. Glavne transakcije uključene u turizam i migracije
(WTO, 2009- *Dunira Strategy*)

Prema shemi, izvorno („origin“) tržište i destinacijsko tržište povezani su kroz ljudske migracije, afinitivni- preferirani turizam, uključujući VFR (kada turisti mnogo vole ići u neku destinaciju, jer će npr. posjetiti rodbinu i sl.), vještine i ljudski kapital (radna snaga- radni migranti u inostranstvu), doznake- migrantski transfer novca ili dobara (kada migranti šalju kući dio svoje zarade u kešu ili kao druga dobra da podrže svoje porodice, što je postalo najveći izvor stranog prihoda za razvojne privrede), strane direktne investicije i iseljenički („expat“) turizam (kada neko odluči biti privremeni stanovnik druge destinacije, *npr. holivudska diva Madonna je privremeno bila građanin UK, a izvorno rezident SAD*).

Tab.24. Impakti turizma i migracija

Kretanje/ cirk.	Izvorna zemlja	Destinacijska zemlja
Migracije	- Ekonomski doprinos kroz	- Ekonomska kontribucija

	<ul style="list-style-type: none"> transfer i investiranje migranata - Kulturna razmjena - „brain-drain“ - Štednja od zdravstvenog i društvenog osiguranja - Redukcija prihoda od taxe 	<ul style="list-style-type: none"> - Kulturno obogaćivanje - Povećan pritisak na društvene i ekon. strukture - Konkurencija i smanjenje plate - Suzbijanje pada stanovništva i starenja - Povećani prihodi od taxi i konzumentska potrošnja - Kriminal i trgovina ljudima - Društveni konflikt
Afinitivni turizam, VFR	<ul style="list-style-type: none"> - Povećana vidnost na destinacijskom tržištu - Povećan povrat od VFR turizma - Redukcija na domaćem tržištu 	<ul style="list-style-type: none"> - Povećana međunarodna tržišta - Povećana vidnost na izvornim tržištima
Vještine i ljudski kapital	<ul style="list-style-type: none"> - Povećan pristup obrazovanju i kredit kroz mreže dijaspore - Pобољшanje budućih vještina i potreba osnivanja novih preduzeća (ako se migranti vrata) - Gubitak profesionalnih vještina - Unaprijeđena tehnologija kroz prenos znanja od prekograničnih migranata 	<ul style="list-style-type: none"> - Paketi za privlačenje novih klijenata - Unaprijeđene jezičke vještine - Unaprijeđen kulturni osjećaj u turističkoj industriji - Povećane strane kotizacije za obrazovne institucije
Doznake- transfer	<ul style="list-style-type: none"> - Dodatni prihodi, koji učestvuju u povećanoj potrošnji 	<ul style="list-style-type: none"> - Potražnja finansijskih usluga
FDI	<ul style="list-style-type: none"> - Sigurno investiranje u putovanje, turizam i ugostiteljstvo - Novi oblici investiranja 	<ul style="list-style-type: none"> - Nove veze i investmentske partnerske mogućnosti
„Expat“ turizam	<ul style="list-style-type: none"> - Viša vrijednost posjetilaca 	<ul style="list-style-type: none"> - Porast putnih usluga

(World Tourism Organisation, 2009- tabelarno priredio i preveo autor)

Nations Department of Economic and Social Affairs (UNDESA) procjenjuje da 50% migranata iz zemalja u razvoju ide u druge zemlje u razvoju. Komercijalni turizam je jedan od pokretača

emigracija izlažući siromašne zajednice bogatim posjetiocima iz inostranstva, što im podstiče ideju da bolji život može biti pronađen u stranim zemljama. Turizam i migracije su ekonomski stimulisani, bilo zaradom ili potrošnjom.

„Migranti regularni- privremeni, gostinjski radnici ili prekogranični sporazumni radnici (što se razlikuje od kvalifikovanih ili poslovnih migranata): ljudi koji migriraju na ograničeni vremenski period radi zaposlenja, štednje i slanja/ prenosu novca kući. Ovaj tip migracija je regulisan ugovorima i internacionalnim sporazumima koji dozvoljavaju cirkulaciju radne snage u EU, a vremenom će steći status: povratni migranti, cirkularni“ (WTO, 2009). Radni migranti trebaju pasoš radi odlaska i povratka, idu raditi vani isključivo radi prilike zaposlenja i veće plate, uglavnom štede i šalju ili prenose novac kući i svojim porodicama, opterećeni su radom, često žive u radnim kampovima i imaju slabe mogućnosti prijema porodičnih posjeta mimo godišnjih odmora, imaju malo vremena za društvenu socijalizaciju, itd.

Međutim, upravo poslovi u turističkom sektoru najbolje sprečavaju socijalnu isključenost, jer razvijaju kulturni dijalog i interakciju sa ljudima iz cijelog svijeta, razvijaju vještine kao što su komunikacija, strani jezici, kultura ophođenja, pedantnost, tačnost, odgovornost i dr. Veliki broj poslova na koje radnici idu u inostranstvo je vezano za turizam, direktno ili indirektno, kao što su razni poslovi u hotelima (recepcija, posluživanje, kuhinja, čistači, spremači, nosači, animatori, masažeri i fitness treneri i dr.); restoranima (kuhari, perači suđa, konobari i dr.); na turističkim kruzerima (posluga, zabava i ples i dr.); charter avionima (organizatori, piloti, stjuarderi, posluga i dr.); na građevini- izgradnja imponantnih turističkih atrakcija, itd. „Kinezi su se, kao poželjna i jeftina „uvozna“ radna snaga, proširili po Sjevernoj Americi i Australoaziji, kao i po Evropi. Npr. Fondo distrikt, Santa Coloma de Gramenet, na periferiji Barselone, u 1990. imao je 9 kineskih građana, ali je populacija porasla na 4.000 kineskih stanovnika, te je postao najveće središte za kineske imigrante i

turiste u Španiji. Nakon Prvog svjetskog rata, mnogi radnici iz Zhejiang ostali su u Evropi, što je rezultiralo formiranjem većih kineskih zajednica u Parizu, Berlinu, Milanu, Hamburgu, Rotterdamu, Amsterdamu and Marseju (sredozemni grad u Francuskoj). Tako kineska dijaspora ima veoma različite kulture i ponašanja. Kineske emigrantske zajednice poznate su po kongregaciji u velikom broju, stvarajući karakteristična naselja tzv. „Chinatowns“ (kineski gradovi; kineske četvrti). Takva područja su obično popularna po turističkim atrakcijama u njihovom vlasništvu i mogu poslužiti za podizanje svijesti i interesa za samu Kinu. Dakle, mnogi aspekti kineske kulture koji su donijeti u druge dijelove svijeta sa emigrantima, mogu biti predmet radoznalosti i podsticaj za turistička kretanja i posjetu Kini radi otkrivanja njenih specifičnosti“ (WTO, 2009).

„Socio-kulturni impakti su „humani impakti“ turističke industrije, sa naglaskom na promjene u kvaliteti svakodnevnog života rezidenata turističke destinacije, i kulturni impakti koji su povezani sa transformacijama u tradicionalnim vrijednostima, normama, i identitetima koji proizilaze iz turizma. Hashimoto pojašnjava da je takve uticaje komplikovano kvantificirati i izračunati, jer se polako pojavljuju tokom vremena na neupadljiv način. Cooper et al. elaborira da promjene u normama i vrijednostima kratkoročno su očigledne, ali postoje i dugoročne i postupne promjene u društvenim vrijednostima, uvjerenjima i kulturnim praksama. Npr. za jednu manjisku zajednicu u Kini, Chen je otkrio da su ljudi beneficirali od modernizacije koju je donio turizam. Odjeća i hrana su postale finije i raznovrsnije, i transport je postao brži nego prije. Ismail et al. je utvrdio da su lokalci- domaćini prepoznali da turizam generiše blagostanje/ dobrobit za LZ- npr. više varijeteta u rekreativnoj infrastrukturi i unaprijeđen javni prevoz“ (Zhuang, 2019). Na primjeru Kaiping city, Kina, obližnja sela (Zili i dr.) su zahvaljujući turizmu iskusila „modernizaciju“, koja se ogleda kroz „urbaniji“, „emancipovaniji“ i „zabavniji“ environment, kao i transkulturaciju društva, navika i ponašanja. Navodi se da su lokalni ljudi postali razmetljivi i stalno

pokušavaju „biti u korak s vremenom“. Prikladan opis ovog fenomena dao je jedan kineski student (Xie Qinming): „*U prošlosti su seljani nosili lanenu ili pamučnu odjeću i živjeli u jednostavnim kućama, ali sada se oblače u svilu i saten i žive u visokim zgradama i velikim palatama. Žene oblače upečatljivu, raskošnu odjeću. Čak i stočari i poljoprivrednici nose skupu odjeću i obuću. Štaviše, domaći ljudi uživaju u korištenju stranih proizvoda i kupuju skupu robu. Svako jutro ljudi pohrle na bazar da kupe ribu i meso dok nisu rasprodani... Osim toga, ostala hrana na stolu je postala daleko luksuznija*“. Prema tome, tradicionalne vrijednosti i stil života su pod uticajem turističkog razvoja su značajno transformisane, odnosno nastupili su procesi kolizije stare i nove kulture, te formiranje jednog novog socio-kulturnog brenda (Zhuang, 2019).

➤ ***Patriotizam, alternativna sredstva za život i redukcija migracija***

Relevantan primjer „patriota“ su ljudi koji se vrate s posla iz inostranstva u svoju zemlju, kao i oni koji kreiraju mogućnosti zaposlenja u vlastitom području bez želje da napuste svoje ognjište.

Turizam je naročito dobra prilika za obje kategorije ljudi, jer nudi veliki broj poslova u koje se mogu uključiti kako oni koji su došli iz inostranstva, jer donose sa sobom specijalne vještine i kulturološku osviještenost (za npr. rad u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, ili kao poduzetnici, biznismeni, menadžeri), tako i lokalci koji znaju prepoznati priliku koju turizam donosi i doprinijeti vlastitim angažmanom iako nisu veliki „experti“ (ponuda smještaja, hrane i pića, zanatskih produkata i dr. rukotvorina, suvenirske prodavnice, tradicionalne tvornice i/ ili prodavnice pića, odjeće, obuće, kozmetike, ćilima, itd., rendžeri i zaštitari, vozači, vodiči, itd.).

„Povratni migranti: ljudi koji se vraćaju u svoje izvorne zemlje nakon perioda provedenog u drugoj zemlji. Neke studije pokazuju da se povratni migranti suočavaju sa stopom nezaposlenosti iznad državnog prosjeka. Turistički sektor u zemlji povratka može pokazati viši potencijala od drugih sektora tako da apsorbuje povratne radne migrante zahvaljujući njihovim stečenim vještinama u interakciji sa drugim kulturama“ (WTO, 2009).

Kako turizam može pomoći u zaposlenju ljudi koji su prethodno radili u inostranstvu, isto tako može biti i kočnica njihovog odlaska vani radi posla (jer nisu imali priliku zaposlenja u svome mjestu), tako da omogućiti nove poslove i razvoj alternativnih poslova naročito u ruralnim sredinama. Turistička industrija nudi preko 400 vrsta zanimanja (Žunić, 2018). Moguće je razvijati zdrave turističke aktivnosti i putem inkluzije sela u turističku ponudu podsticati održivi razvoj. „Agroturistički proizvodi su brojni: fiksne atrakcije (historijske plantaže, poljoprivredni muzeji, seoske prodavnice pića, vrtovi i bašte, prodavnice i zanatske radionice); eventi (poljoprivredni sajmovi, lokalni festivali, specijalni događaji); usluge (poljoprivredne ture, smještaj i boravak na selu, spa, alternativna medicina, tradicionalni i organski uzgoj, poljoprivredne turističke aktivnosti u saradnji sa tuoperatorima) (Žunić, 2011). Npr. „primarna djelatnost kod većine domaćinstava u Vojvodini je poljoprivreda 59%, a dopunska turizam 41%. Prisutni su proizvodnja konzumnog voća, voćnih rakija, povrća i dr. Između 1992. i 2003. samo 13% objekata je započelo s ruralnim turizmom, dok u periodu 2003-2008. čak 87% objekata radi u seoskom turizmu, kao održivi oblik turizma“ (Košić, 2012).

Na primjeru *Kaiping City* (Južno-centralna Guangdong Provincija, Kina), koji ima nekoliko sela (Zili, Majianglong, Jinjiangli Village i dr.), koja su nominirana kao WHS (UNESCO) razvoj turističke i dr. infrastrukture omogućio je i školovanje i zaposlenje, te mladi ne moraju napustiti svoje ognjište. Porasla je porodična kohezija, jer ljudi više ne moraju nužno raditi van sela u obližnjim gradovima i sl. Smanjene su migracije na relaciji selo-

grad. Navedeno područje je popravilo kvalitet života, jer sada nudi spektar mogućnosti po pitanju zaposlenja, odmora, rekreacije i zabave. Prosperitet donosi blagostanje, pa su tako i odnosi ljudi postali bolji, jer se popravio ekonomski standard i smanjili su se egzistencijalni problemi. Zahvaljujući turizmu povećana je lokalna proizvodnja, kao i uvoz, te je proširen asortiman robe i dobara na lokalnom tržištu (materijala i sirovina, hrane, odjeće, raznih predmeta i potrepština) od kojih lokalci sada imaju veću korist, i imaju priliku biti „moderniji“. Na ovaj način zavlдалo je opće zadovoljstvo i harmonija, pozitivna atmosfera, i porast ukupne kvalitete života u selima (Zhuang, 2019).

Rezultati istraživanja vezano za uticaj turizma na razvoj post-komunističkih ruralnih područja Rumunije, pokazali su da je turizam, zajedno sa EU instrumentima i izradu politike i sprovedbu strukturalne reforme, ključni faktor za njihov brzi oporavak. Turizam je doprinio demografskoj stabilizaciji reducirajući emigracije, jer je omogućio zaposlenje i više prihode, što je podrška za održivi razvoj. Turizam je podstakao porast turističke vrijednosti agrokulturnih proizvoda, što je stimulisalo razvoj i/ili specijalizaciju poljoprivrede u ruralnim područjima, ali i u tercijarnom sektoru (Ibanescu et al., 2018).

Rezultati studije slučaja „*Turistički razvoj i kvalitet života*“ pokazali su da lokalci ruralnog kineskog etno sela Longtan (Tuanjie Township, Kunming, Yunnan Province, China) podržavaju razvoj turizma i ekonomske prilike donešene s turistima. Turizam je omogućio više poslova i donio više investicija u lokalnu privredu (eko-turistički rezorti i rekreativni centri i dr.). Unaprijeđen kvalitet života vidi se kroz povišen standard života, povećane prilike zaposlenja i privredni diverzitet. Prosječni životni standard u selu je postao viši nego u susjednim selima u smislu dodatnog prihoda, kvalitete kuća i puteva. Prihodi domaćinstava angažiranih u turizmu povećali su održivost. Longtan je bio siromašno selo prije turističkog razvoja, ali je sada najbogatije selo

u zemlji. Turizam je postao glavni izvor prihoda. Motivacioni razlozi za uključivanje u turističke poslove su: ekonomski, slobodne sobe i kulturna razmjena, naročito ekonomski povrat od turizma koji subvencionira poljoprivreda. Turizam je diverzificirao lokalnu privredu i podstakao rast drugih industrija: poljoprivredne, prerada hrane, i transport. Seljaci su se više posvetili organskom uzgoju i voćarstvu primijenjujući tehnologiju tradicionalnog uzgoja u 1990-oj kako bi snabdijeli turističko tržište. Voćnjaci su preplavili područje, lokalne jabuke su postale dobro poznati brend u Junanu i izvoze se u Japan i dr. JI zemlje, dok je ubiranje voća postalo popularna turistička aktivnost. Godišnji festival jabuke privlači masu turista u selo. Unapređenjem saobraćajne infr. i izgradnjom 2 auto-puta (2002-2004), postiglo se nekoliko beneficija: dobra povezanost sela sa gradom i okolnim područjima; ušteda vremena transporta; ispomoć seljacima da lakše prodaju svoje zanatske proizvode i rukotvorine (najvjerojatnije na štandovima duž puta ili češćim odlaskom u grad). Turizam je doprinio očuvanju i zaštiti prirode, kao i restauraciji pejzaža, jer je selo bilo extenzivno rudarsko tokom protekle decenije, a sada je obustavljena siječa, i dvorišta su ukrašena drvećem i cvijećem. Divlje odlaganje otpada u rijeke i na puteve dokinuto je izgradnjom kolektivnog komunalnog centra, u kome radi nekoliko lokalaca na regularnom prikupljanju smeća. Turizam je unaprijedio socio-kulturne promjene i interakciju između ruralnih etničkih zajednica i ostalim društvom. Funkcioniše kao most koji povezuje gradske ljude i seljake, u kome urbanisti mogu učiti tradicionalnu kulturu uzgoja, dok seljaci mogu pristupiti modernim informacijama iz grada. Posjetioци donose nove poslove domaćinstvima i imaju jak uticaj na njihove živote. Postali su samouvjereniji saradujući sa outsajderima i otvoreniji spram obrazovanja njihove djece. Mnogi seljani šalju djecu u grad na školovanje, ili čak na prekogranične studije. Turizam je doprinio prezervaciji tradicionalnih kuća i kulturne baštine, koje su seljani namjeravali modernizirati prije nego su uvidjeli interes posjetioca za njih, nakon čega su postali svjesniji vrijednosti kulturnog nasljeđa i sada rade na njihovom

očuvanju. Stari hramovi koji su bili uništeni tokom Kulturne revolucije 1970-ih su renovirani i otvoreni za turiste (Yang, 2016).

Socio-kulturni impakti turizma na relaciji sa Svjetskom baštinom (WHS) i lokalnim stanovništvom, pomažu lokalnim ljudima da bolje razumiju i baštine tradicionalne kulture i ovo podiže njihov osjećaj za nacionalni i lokalni ponos (Zhuang, 2019). Za ovo se vezuju i prethodni primjeri revitalizacije kulture kroz aktuelne projekte (npr. Inuiti i dr.), čiji cilj je da stari ljudi, iz reda starosjedioca, prenesu mladima kroz određeni trening osnove svoje kulture i tradicije (način ponašanja, primitivne oblike egzistencije i tehnike lova, oblačenje, tradicionalnu gradnju kuća, pripremu tradicionalnih jela, itd.), a također je pokazano kako se kroz određena ZP (Bodobudur i dr.), nastoji eksploatisati i promovisati lokalna kultura (kroz aktuelnu izradu i prodaju tradicionalne grnčarije i dr.).

Iako se u kontekstu održivog turizma, naročito baštini koncept „ruralnog patriotizma“, između ostalog, ranije su navedeni i primjeri nacija koje se ponose svojim identitetom (npr. Jevreji), što je usko vezano i za život u *Jerusalemu*- svjetski popularnoj destinaciji izuzetno važnoj historijski, kulturno i religijski, koja ima kontinuitet turističkih posjeta. Ukazano je i na određene situacije u kojima ljudi postaju svjesni ljepote u kojoj žive, naročito nakon putovanja u zemlje nazadnije od njihove, kada počnu više cijeniti vlastitu domovinu (individualna iskustva, ili čak historijski zapisi engleskih lordova), ili pak kada vide da „*čitav svijet dolazi vidjeti njihovo mjesto*“, što sve skupa povećava lokalni ponos i podstiče izgradnju patriotizma generalno- ljubav, odanost i podrška vlastitoj zemlji. Uzmimo za primjer ponosne „njujorčane“ iz najpopularnije svjetske urbane destinacije, ili sve ponosnije „sarajlije“ zbog cvijetanja BH turizma, u kome KS učestvuje s min. 2/3 ili više.

➤ ***Životna sigurnost i satisfakcija***

Kvalitet života je nivo zdravlja, komfora i sreće koje određena osoba ili grupa ima (Oxford).

Parametri kvalitete života su:

- a) Materijalni životni uslovi (prihod, potrošnja i materijalna stanja; BDP, BDP/pc, neto-plata, stanovanje i siromaštvo);
- b) Produktivnost ili glavna djelatnost (ne/zaposlenost, kvantitet poslova, kvalitet posla: radni sati, balans rada i odmora, sigurnost i poslovna etika- gender i plata, i sl.);
- c) Zdravlje (fizičko i mentalno, životni vijek, zdrave godine, zdravstvena slika i ograničenja, zdrave i nezdrave navike, pristup zdravstvenoj njezi);
- d) Obrazovanje (ne/pismenost, pristup obrazovanju, nivo, vještine, usavršavanje);
- e) Rekreacija i društvene interakcije (pristup, učešće ili posjeta sportskim i kulturnim događajima i njihov kvalitet, kao i društveni kontakti i socijalna kohezija npr. podrška i pomoć, povjerenje u druge, zadovoljstvo);
- f) Ekonomska i fizička sigurnost (broj ubistava, stopa kriminala, nasilje ili vandalizam, bogatstvo i imovina, dugovi i slobodna sredstva);
- g) Vlada i temeljna prava (aktivno građanstvo, pravo učešća u javnim raspravama i javne politike, povjerenje u institucije i javne usluge, diskriminacija i jednake mogućnosti nezavisno od spola i dr., demokratičnost, zadovoljstvo);
- h) Prirodna i životna sredina (zaštite životne sredine, koncentracija polutanata i prisutnost zelenih površina, izloženost poluciji zraka, vode i buke i uticaj na zdravlje);
- i) Ukupno životno iskustvo (životno zadovoljstvo, emotivno stanje, „eudaemonika“ kao smisao života i postojanja, značenje nekome ili kao dobro fiziološko funkcionisanje) (Eurostat).

Navedeni parametri su usko vezani za socio-kulturne beneficije turizma, jer uglavnom predstavljaju socio-kulturne komponente

životne sredine koje se značajno razvijaju, modifikuju i oblikuju u kontaktu s turizmom i uporedo sa turističkim razvojem. Među najvažnijim socio-kulturnim pozitivnim impaktima turizma, jeste njegov doprinos kvaliteti života lokalnog stanovništva.

Zhuang izdvaja kao pozitivne socio-kulturne impakte turizma „životne uslove“ i „životni stil rezidenata“, između ostalog.

Poboljšani životni uslovi referišu se preko parametara:

- a) Veća raznolikost rekreativnih aktivnosti i infrastrukture;
- b) Unaprijeđen javni prevoz;
- c) Finija i raznovrsnija odjeća i hrana;
- d) Brži transport;
- e) Veći prihodi i više mogućnosti zaposlenja;
- f) Unaprijeđen kvalitet obrazovanja;
- g) Bolji kvalitet urbanog environmenta

Parametri *poboljšanog stila života* rezidenata su:

- a) Bolji kvalitet života;
- b) Smanjene migracije ljudi sa sela u gradove;
- c) Više omladinskih programa razmjene;
- d) Više manifestacija i rekreativnih aktivnosti dostupnih lokalcima (Zhuang, 2019).

Kao zemlje u kojima su prepoznate ove dobrobiti, izdvojene su: Iran, Kenija, Malezija, Portugal, Kina, Amerika, zato što su se fokusirale na razvoj kulturnog, ekoturizma i ruralnog turizma, koji je donio brojne koristi za lokalno stanovništvo u izoliranim područjima i sl. Inače, ovi oblici turizma se najčešće deklarišu kao forme održivog turizma.

Pozitivni društveno-geografski, a u užem smislu „socio-kulturni“ impakti turizma na životnu sredinu, jesu brojne

materijalne i *nematerijalne* koristi od turizma za čovjeka kao pojedinca, odnosno za lokalno stanovništvo i lokalnu zajednicu, ali i za turiste i ostale koji će konzumirati resurse i atrakcije određenog područja. Pozitivni efekti turizma najviše dolaze do izražaja kada je riječ o održivom turizmu, a najveću popularnost u zadnje vrijeme ima *ekoturizam- turizam u zaštićenim područjima*, pa tako „sociološko-kulturološke beneficije turizma u ZP su:

1. Koristi i beneficije za lokalnu zajednicu
 - a) materijalne, b) nematerijalne
2. Specifične zdravstvene koristi“ (IUCN, 2015).

Lokalna zajednica u zaštićenim područjima predstavlja stanovništvo koje je situirano pored ili u blizini zaštićenih područja gdje turizam ima direktan uticaj na većinu lokalnih rezidenata pozitivno ili negativno, a beneficije za LZ su povećanje kvalitete i standarda života. Ovo se može postići kroz brojne inicijative, uključujući unapređenje infrastrukture i telekomunikacija, edukaciju i trening i zdravstvenu zaštitu. Turizam u zaštićenim područjima promoviše održivi razvoj kroz valorizaciju lokalne umjetnosti i radinosti i kulture, kao i valorizacijom lokalnih ambijentalnih lokaliteta i motiva prirode. Svi zajedno su inicijalni motivatori koji generišu turizam u tom području na prvom mjestu.

Ekoturizam podstiče i jača lokalnu zajednicu kroz razvijanje vještina i podršku vlasti. Ekoturistička infrastruktura promoviše lokalnu radinost radi povećanja lokalnih prihoda i zaposlenosti. Turizam može biti mehanizam zdravstvene koristi, društvene infrastrukture i lokalnog razvoja kod daljinskog upravljanja zaštićenim područjem.

Direktne koristi od konzervacije (ZP): rehabilitacija staništa ugroženih vrsta, revitalizacija lokalnih kultura, zaposlenje (rendžeri, prodavači, zanatlije i dr.), učešće lokalaca u projektima (lokalna znanja, vodiči, pratioci i dr.), prihodi od upravljanja ZP i reinvestiranje u nove oblike konzervacije, podrška i subvencije za

privatni sektor i poduzetnike (kreativne poslove, zanate i dr.), razvoj vještina i obrazovanje, infrastruktura i telekomunikacije, zdravstvo, kulturne aktivnosti i promocija, partnerstva, kulturni imidž i identitet.

Kao *pozitivni materijalni socio-kulturni efekti turizma* na lokalni razvoj prepoznati su razvoj infrastrukture: ceste i telekomunikacije, škole, biblioteke, klinike; input ili podrška lokalnih vlasti i saportivnih institucija; raspodjela beneficija- npr. zajednički poduhvati, naknade ili subvencije za zajednicu; direktne beneficije-zaposlenost i plata i domaćinstva; indirektno beneficije kroz nabavku dobara ili usluga; životna sigurnost i alternativna sredstva za život (IUCN, 2015).

Dakle, riječ je o razvoju materijalnih sadržaja u geografskom području, kakvi su razni objekti i proširivanje i uređivanje saobraćajne mreže, poboljšanje signalizacije, komunalne infrastrukture i dr. Kvalitetnija saobraćajna infrastruktura se prepoznaje kroz bolju povezanost lokalnih mjesta i turističkih destinacija, trasiranje i proširivanje postojeće saobraćajne mreže i izgradnju novih dionica puta, renoviranje oštećenih dijelova puta, zatim izgradnju određenih tunela, mostova i vijadukta kao povezanih sredstava prometa ili oblici premošćavanja topografskih barijera uz čuvanje ravnih površina za neku drugu namjenu i sl. Zatim prisutnija je kooperativnost i koordinacija planiranja i unapređuje se odvijanje javnog saobraćaja prema utvrđenom rasporedu, kao i uključivanjem različitih oblika prevoza, te je prevoz efikasniji i brži, ugodniji, itd. Razvojem ekoturizma lokalno stanovništvo dobiva izravnu korist po pitanju lakšeg pristupa željenim atrakcijama u prirodi, jer se uspostavljanjem zaštićenog područja „modernizuju“ geografski uslovi i reguliše prevoz u javnom i privatnom sektoru, komunalna i zdravstvena infrastruktura, naravno u optimalnoj i prihvatljivoj mjeri, zavisno od kategorije zaštite. Često su područja divljine zapuštena i nepristupačna, dok ekoturizam podstiče njihovo otkrivanje i

uređenost za prijem i posjete. Kako svijet prirode i divljine može sadržavati određene insekte, gmizavce i otrovne biljke, kao oblici prevencije i zaštite zdravlja posjetilaca instaliraju se zdravstveni objekti, bilo urgetni centri, ambulante ili klinike, bilo u nekoj od zona ZP (zavisno od plana), bilo u neposrednom blizini i u okruženju; na ovaj način, lokalci dobiju korist i priliku za liječenje u svome mjestu, a prije toga su morali ići na liječenje u grad, što može biti znatno udaljeno od njihovog mjesta prebivališta. Ranije su dati brojni primjeri kako su ZP u svijetu doprinijela da se najljepši dijelovi prirode komunikaciono povežu i priključe na glavne autoputeve, kako bi postali dio resursa koji će aktivno koristiti ljudima i sl., bilo da se radi o portugalskim geoparkovima, NP Afrike ili unutar planinske zemlje kakva je naša Bosna i Hercegovina.

Osim ZP, brojni primjeri održivog turizma su u korelaciji sa razvojem *ruralnog turizma*, pa su prethodno navedeni brojni primjeri kako su se određena sela saobraćajno, društveno i turistički povezala, pa su popravila kvalitet i standard života. Time su regulisani procesi emigracija i sačuvana domaćinstva na okupu, eksploatisani lokalni zanati, kultura i poljoprivreda, priroda i drugi resursi, zahvaljujući kojima je lokalno stanovništvo povećalo prihode i zaposlenost, kao i stopu „ruralnog“ patriotizma. Pošto su mnogi uvidjeli da mogu imati egzistencijalne uslove za život u svome selu, čak štaviše ugodno živjeti, tako su prvenstveno zbog lokalaca izgrađene škole, biblioteke i klinike, od kojih potom mogu imati koristi i posjetioци; osim toga, ove ustanove njeguju i koncepte saradnje kroz programe razmjene i sl. na različitom nivou, uključujući i međunarodni. Nije bitno da li se radi o selima u Alpskom regionu, Aziji ili BiH, ovo su pozitivne prakse i uspješni modeli koji mogu biti aplicirani u ruralnim sredinama uz volju i podršku centralnih i lokalnih vlasti, malo kreativnosti i uz određene investicije i subvencije, koje je lakše ostvariti onda kada se ljudi uključe sa svojim znanjima i vještinama koje posjeduju.

Kulturni turizam je isto tako naročito potenciran kao oblik održivog turizma, koji naročito podstiče razvoj kulturnih sadržaja u destinaciji, kako porast broja kulturnih i obrazovnih institucija, tako i razne kulturne manifestacije i dr. događaje. Hadžić et al. (2018), objašnjavaju značaj etičkog okvira turizma i stakeholderskog pristupa kod upravljanja održivim turizmom, gdje je potrebno učešće svih stekholdera, različitih grupa, a naročito lokalne zajednice, kako bi se omogućio kvalitetan turistički doživljaj. Posebno je važno njihovo zajedničko sinergijsko dejstvo i učešće u odlukama i strategijama turističkog planiranja, kako bi se omogućila pravednija raspodjela koristi od resursa na destinaciji. Kultura, tradicija i uslovi za boravak navedeni su kao bazni resursi, dok su za održivi razvoj turizma i poboljšanje kvaliteta turističkih usluga, neophodni široko i koordinirano partnerstvo na destinaciji, naročito na relaciji turističkog, ekonomskog i političkog sistema. Za uspješan održivi razvoj kulturnog turizma važni su: infrastruktura kulturnog turizma (u smislu radnog odbora, raspoloživih finansija i prisutnosti kulturne ponude na interaktivnim web-portalima), izgradnja svijesti kod stekholdera i formiranje imidža destinacije. Za održivi kulturni turizam važni su antropogeni resursi i podsticanje međunarodnih događaja-manifestacija: festivali, karnevali, svjetske izložbe i dr. (Hadžić, Nedeljković-Knežević, Pivac, 2018). Turizam ima svoju praktičnu implementaciju kroz državne i privatne škole i fakultete, i biblioteke, kulturne centre, itd., upravo zato što se razvijaju kreativni i moderni programi razmjene znanja, učenja i sticanja vještina u različitim dijelovima svijeta kroz partnerske institucije...

Programi podrške, različiti tenderi i javni pozivi na koje se mogu prijaviti pojedinci, institucije i dr., predstavljaju priliku za učešće u turističkim tokovima i turističkom planiranju, jer se lokalni ljudi mogu uključiti na razne načine: neko će imati slobodne sobe na raspolaganju, pa će se željeti uključiti sa izdavanjem smještaja u privatnom vlasništvu; neko će omogućiti posjetu svojoj plantaži i ubiranje zdravih plodova iz organskog

uzgoja; neko će otvoriti „ljetnu školu“ za sticanje određenih lokalnih vještina: priprema hljeba od heljde; izrada i oslikavanje bakarnog posuđa; pletenje, vez i dr.; neko će otvoriti ugostiteljski objekat ili motel duž puta kojim cirkulišu turistička vozila, kao prigodno svratište i odmaralište; neko će tražiti sredstva i dozvolu za prodaju svojih zanatskih proizvoda na nekom štandu unutar ZP; neko će plasirati svoje proizvode na nekom sajmu ili drugom organizovanom događaju; neko će razviti farmu na kojoj će omogućiti boravak i različite „farmerske“ aktivnosti (vezano za stoku, zemljoradnju, seoski stil života), itd. Dakle, turizam će podstaći brojne oblike radinosti i kreativnosti, kao i podršku vlasti i donacija za poduzetničke aktivnosti. Podrška ne mora biti samo u finansijskom smislu, već kao interes i volja vlasti za razvoj održivih oblika turizma, ili recimo regulisanje prava vlasništva i izdavanje urbanističke saglasnosti za izvedbu određenog projekta u prostoru (izgradnje resort naselja i dr.). Naravno, izuzetno je važno da postoje zajedničke inicijative i etičnost djelovanja, odnosno jednaki uslovi i jednake prilike za sve ljude.

Turistički projekti treba da se realizuju transparentno u konsultacijama sa lokalnom zajednicom i da svaki pojedinac ima jednako pravo na određenu finansijsku podršku i sl. Subvencije mogu biti od različitih institucija i lokalnih vlasti, dok država ostvaruje brojne donacije iz EU fondova i dr., kroz prijavu „turističkih“ projekata posredstvom korespondentnih institucija iz oblasti turizma i zaštite okoliša, prostornog planiranja, kulture i sektor visokog obrazovanja, fakulteti i naučni instituti. U tom smislu prethodno su pomenuti javni pozivi i određeni programi koji se finansiraju upravo iz evropskog budžeta, kao podrška ruralnom i turističkom održivom razvoju i dr. Posebito je važna demokratičnost prostornog i turističkog planiranja, jer LZ treba da bude upoznata sa svim vrstama planova i onim što je projekcija budućeg razvoja na relaciji s turizmom, jer lokalci su ti koji prvenstveno moraju uvidjeti benefitarne rezultate zbog kojih bi pokazali interes za određeni projekat i dali svoju saglasnost na izmjene u njihovom lokalnom ambijentu. Dakle, mora postojati

kohezija uprava i struktura, i lokalnog stanovništva, kako bi se ostvarili zajednički ciljevi i multiplikativni pozitivni efekti turizma.

Turizam treba da doprinese povećanju prihoda, rastu BDP i BDP/pc, tako da lokalno stanovništvo osjeti porast socio-ekonomskog standarda i poboljšanje kvalitete života. Direktno beneficije za lokalce su zaposlenost, jer turizam podstiče razvoj novih poslova, kao i redovnost plate i veći prihodi po domaćinstvu, jer se u turizam mogu uključiti sve generacije, naročito mladi, a u novije vrijeme, kroz programe revitalizacije kulture i „u kontaktu sa precima“ postoji zajednički angažman starih i omladine, koja uči svoju kulturu, tradiciju i običaje iz prve ruke od svojih nativnih učitelja. Po pravilu, zavisno od visine turističke potrošnje, svaki lokalac treba da određeni prinos, odnosno postoji procijena da na svakih 100 USD turističke potrošnje, LZ kontribuira sa 5-10 USD.

Indirektno beneficije od turizma osjećaju se kroz nabavku dobara i usluga. Kako su ukazali prethodni primjeri, za potrebe turističke izgradnje, poslova i zanata u turizmu, kao i turističke uslužnosti, odnosno za potrebe turističke ponude i potrošnje, uvozi se više sirovina i materijala, ali i gotovih produkata: za podizanje određenih hotela i uređivanje enterijera (sanitarna oprema, tehnika, namještaj i dr.); za proizvodnju suvenira i zanatskih proizvoda; za raznovrsniji meni (razne vrste jela i pića); bogatija odjeća i obuća...

„*Nematerijalni pozitivni socio-kulturni impakti turizma* na životnu sredinu su: kapacitet izgradnje za institucije i pojedince; razvoj vještina i trening; obrazovanje i stipendije; jačanje zajednice kroz partnerstvo i saradnju; promocija povezivanja zajednice (socijalna kohezija) struktura i privrede; promocija kulture i kulturnih aktivnosti; redukcije mladih u gradove i očuvanje seoskih porodica; kontrola i redukcija i inicijative lokalne zajednice da se uključe u geoekološke poduhvate upotrebe zemljišta“ (IUCN).

Humani resursi predstavljaju glavni kapacitet, jer je potrebna radna aktivna snaga, kao i volja i interesi rezidenata i vlasti, i

institucija za razvoj turizma, jer su svi skupa su njegovi pokretači. Kako je ranije pokazano, sa razvojem turizma osjeća se potreba za dodatnim obrazovanjem turističkog kadra (primjer, bolonjska reforma na UNSA i PMF, Odsjek za geograifju od 2005.- smjer „turizam i zaštita životne sredine“), ali i za učenje stranih jezika u zavisnosti od dmnt. strukture posjetilaca, kao i potreba sticanja specijalnih znanja i vještina vezano za tumačenje kulture, prirode i divljine, starinskih zanata i dr.

Turizam podstiče umreženost lokalnog stanovništva i lokalnih firmi sa vlastima i nadležnim institucijama, kulturnim i obrazovnim ustanovama, sektorom javnog i privatnog prevoza, turoperatorima i agencijama, itd. Marketing je posebno važan kako bi se određena destinacija, ZP ili neko seoce, dali ispromovisati, ali i za to treba planirati određeni dio sredstava, jer su veoma uticajni kratki promotivni video-materijali koji se distribuiraju putem društvenih mreža (Facebook, Instagram i dr.) i sl. Ranije je ukazano i na značaj kreiranja kvalitetnog boravka i pozitivnog iskustva posjetilaca, jer na taj način postizemo „besplatnu“, a možda čak i najučinkovitiju reklamu, jer se mnogi ljudi odluče posjetiti neko mjesto po preporuci prijatelja i dr.

Zajednički plan i upravljanje resursima su jedan od glavnih postulata održivog turizma, jer svi subjekti turizma trebaju „profitirati“ i „beneficirati“. Potrebno je da postoji akcioni plan djelovanja, da se sve što ide preko nadležnih institucija, završava i na relaciji i u saradnji sa lokalnim vlastima, da bi se mogao ostvariti zajednički cilj. Turizam podstiče geoekološke inicijative: konzervaciju i prezervaciju prirode i kulture; rast ZP; akcije čišćenja životne sredine; uklanjanje ilegalnih deponija; itd. Lokalci mogu dati svoj doprinos tako da prijave ilegalne aktivnosti koje narušavaju kvalitet životne sredine (npr. nepravilno odlaganje otpada, vandalizam i sknavljene kulturnih dobara i dr.), a mogu doprinijeti uređenju environmenta kroz razne oblike hortikulture počevši od vlastitog doma, terase i okućnice- bašte, ili uključivanjem u geokološke akcije prikupljanja otpada, ili kao

vodiči, zaštitari, rendžeri u ZP, ili kao lokalni eksperti u istraživanju životne sredine, koju uz posjedujuće stručne kvalifikacije i bogato empirijsko iskustvo vezano za boravak u toj sredini, mogu biti itekako važan doprinos u daljoj konzervaciji i sl. Prirodne ljepote, „zabačene“ i izolirane turističke atrakcije, putevi do njih, često su najbolje poznati upravo lokalnom stanovništvu, pa ta znanja treba valorizirati. Sami mogu prepoznati turistički potencijal, mogu se obratiti vlastima i uspostaviti zajednički projekat i saradnju, te doprinijeti pozitivnim i vidnim promjenama u životnoj sredini.

Naročito je važno uključiti u turističke tokove autohtone narode koji su uglavnom na margini razvoja, a turizma može biti stimulator lokalne privrede i revitalizacije i prezervacije njihove kulture (kako je prethodno pokazano kroz brojne primjere u knjizi). „Danas u više od 40% zemalja živi zajedno više od 5 znatnih etničkih grupa, od kojih su jedna ili više suočene sa problemima ekonomske, političke ili socijalne diskriminacije. Problem zapošljavanja je izraženiji kod autohtonih naroda, koji većinom žive u siromaštvu i povećana je šansa da će pojedinac biti neuhranjen, nepismen, lošeg zdravlja i nezaposlen, npr. u Meksiku je preko 80% domorodaca siromašno (Todaro, Smith, 2009) Socio-kulturni impakti turizma na relaciji sa Svjetskom baštinom (WHS) i lokalnim stanovništvom je takođe interesantna i pozitivna komponenta. Turisti i rezidenti dijele mnoge baštinske sajtove na različite načine i za različitu svrhu. Npr. unapređenje infrastrukture uporedo s razvojem turizma bitno je smanjilo saobraćajnu gužvu (kongestiju) i poboljšalo kvalitet urbanog ambijenta za neke afričke zemlje, a takođe pomaže lokalnim ljudima da bolje razumiju i baštine tradicionalne kulture i ovo podiže njihov osjećaj za nacionalni i lokalni ponos (Zhuang, 2019).

Turizam podstiče brojne događaje, manifestacije i festivale, koji takođe učestvuju u poboljšanju kvalitete života. „Socio-kulturni i

drugi nematerijalni impakti mega-događaja vezani su za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva i to:

- a) Satisfakcija od pohađanja događaja
- b) Povećano učešće u rekreativnim, sportskim i/ ili kulturnim aktivnostima
- c) Unaprijeđena percepcija imidža, identiteta i mjesta“ (OECD, 2017)

Sa aspekta domaćinske komune, uspješno „ugošćavanje“ (receptiva, domaćinstvo, uslužnost) mega-događaja može dovesti do diseminacije (širenja) novih znanja, poboljšane radne prakse, bolje obrazovanje, nove investicije, i bolje politike u sektoru turističke i dr. industrije, dok istovremeno unapređuje reputaciju „host“ grada ili zemlje kao rekreativnu i/ ili poslovno-manifestacionu destinacije, u zavisnosti od vrste događaja koji favorizira i koji destinacija realno može da realizuje u zavisnosti od svog stepena infrastrukture uređenosti i ekonomske baze, a ranije je pojašnjeno da neke zemlje nastoje maksimizirati takve mogućnosti, jer se kasnije taj trud isplati, obzirom da ovakvi događaji pokreću lavinu turista i prihoda.

❖ *Kao slikovit i koncizan prikaz poboljšanja standarda i kvalitete života, može poslužiti primjer nekoliko sela u okruženju Kejpinga u Kini, koja su ostvarila značajan turistički, socio-kulturni i ekonomski napredak, razvoj i preobražaj (Zhuang, 2019):*

Kaiping City (Južno-centralna Guangdong Provincija, Kina) ima nekoliko sela (Zili, Majianglong, Jinjiangli Village i dr.), koja su nominirana kao WHS (UNESCO) zbog klastera tornjeva iz kasnog 19.st. i historijske, društvene i kulturne tradicije koju predstavljaju. Kako bi se obezbijedila bolja zaštita WHS baštine, lokalne vlasti su adaptirale model “trusteeship of property right”- starateljstvo prava vlasništva- kako bi ispravno razvile turističke resurse grupe tornjeva i drevnih sela, tako da bi privatni vlasnici zadržali pravo vlasništva građevina, dok bi se prenijela upravljačka prava vlastima za

centralizirano upravljanje i operativu, odnosno rad. Od 2007., turistički sektor je iskusio značajan rast u navedenom području Kaipinga. Otkako je uveden WHS status, turistička industrija se razvijala tokom decenije, što je dovelo do transformacije dnevnog života lokalnih ljudi. Seoske vrijednosti i norme su se promijenile u različitom stepenu u različitim selima.

Vezano za prihode, otkako je turizam postao najvažnija grana privrede u selima, porastao je prihod rezidenata. Od 2008-2010., ostvaren je porast turističkog prihoda po glavi stanovnika od 85\$ godišnje, dok sa ekspanzijom turizma u 2011. na 87\$ godišnje. Život lokalaca se unaprijedio uporedo sa otvaranjem restorana i prodajom karata. Najizraženija promjena je na selu Zilli, gdje je seoski komitet počeo prodaju karata turistima u 2004., što je rezultiralo time da svaki seljanin zaradi dodatnih 14\$ godišnje, što je postupno raslo na 160\$ godišnje u 2007. i na 1255\$ u 2016. Otkako je selo Zili dodano na WHS (2008), zaradilo je oko 40,410\$ ukupno, uključujući \$31,747 prihoda od karata (aprx. 78.6% ukupnog prihoda), \$4329 prihodi od ribolova, i \$2160 prihoda od poljoprivrednog zemljišta i dr. U 2011., selo je postiglo ukupno 89,470\$, uključujući \$80,811 od prodaje karata, \$4329 ribolova, i oko \$2200 prihoda od poljoprivrede, i drugih \$2130 od drugih sektora. Prodaja karata, primarni izvor turističkog prihoda, konstituirala je do 90.3% BDP. Prije peticije za WHS status, BDP sela Zili Village iznosio je aprx. 400-600\$. BDP pc bio je samo oko 14\$ u 2007., a 548\$ u 2011. godini.

Što se tiče zaposlenosti, prije turističke eksploatacije, Kaiping sela su zarađivala uglavnom od poljoprivrede ili rada van područja. Nakon turističke ekspanzije, lokalci su uvidjeli različite mogućnosti da otvore restorane, otvore trgovinu (prodavnicu) ili postave štand, i ove poduzetničke aktivnosti su optimizirale strukturu zaposlenosti u drevnim selima oko klastera tornjeva. Većina seljana sada je angažovana u turističkim poslovima da razvija turističku industriju. Većina ih se više ne oslanja samo na agrikulturu, već radije na posao u turističkom sektoru. Rade na poslovima kao što su sigurnosni čuvari i zaštitari, čistači, restorateri, i vlasnici suvenirskih prodavnica. Lokalno stanovništvo zarađuje 90% prihoda od turističke industrije.

Socio-kulturni pozitivni impakti na lokalno stanovništvo sela su:

- rad i život su dobrostojeći;
- bolji je životni ambijent;
- domaćinstva i porodice su na okupu;
- interpersonalni odnosi su bolji, manje rasprava i bolja socijalna kohezija, odnosno veća briga za sumještane i cijelu zajednicu; lokalci uživaju u slobodnom vremenu;
- novac im nije na prvom mjestu;
- mladi žele ostati u selu.

Međutim, kako su se prihodi povećali i njihovi životni uslovi poboljšali, potraga za materijalima postala je popularna među lokalnim stanovništvom. Oni koji su zagovarali marljivost i štedljivost postali su konkurentni i vrednuju svoj ugled. Lokalni ljudi počeli su biti razmetljivi i stalno pokušavaju „biti u korak s vremenom“. Tradicionalne vrijednosti i stil života su pod uticajem turističkog razvoja značajno transformisane, odnosno nastupili su procesi kolizije stare i nove kulture, te formiranje jednog novog socio-kulturnog brenda.

Navedeno područje je popravilo kvalitet života, jer sada nudi spektar mogućnosti po pitanju zaposlenja, odmora, rekreacije i zabave. Prosperitet donosi blagostanje, pa su tako i odnosi ljudi postali bolji, jer se popravio ekonomski standard i smanjili su se egzistencijalni problemi. Zahvaljujući turizmu povećana je lokalna proizvodnja, kao i uvoz, te je proširen asortiman robe i dobara na lokalnom tržištu (materijala i sirovina, hrane, odjeće, raznih predmeta i potrepština) od kojih lokalci sada imaju veću korist, i imaju priliku biti „moderniji“. Porasla je i porodična kohezija, jer ljudi više ne moraju nužno raditi van sela u obližnjim gradovima i sl. Razvoj infrastrukture omogućio je i školovanje i zaposlenje, te mladi ne moraju napustiti svoje ognjište. Na ovaj način zavladao je opće zadovoljstvo i harmonija, pozitivna atmosfera, i porast ukupne kvalitete života u selima.

Međutim, treba spomenuti i zdravstvene beneficije od turizma, kao važan segment unapređenja socio-kulturnog environmenta i jednu od bitnih karika u lancu indikatora kvalitete života.

Zdravstvene beneficije od turizma su najveća blagodat za ljude, kako za lokalce, tako i za turiste- posjetioce, naročito na relaciji sa konzumiranjem zdrave životne sredine unutar ZP i sl. „Zdravlje čovjeka zavisi od prirode: čista voda, čist zrak, biodiverzitet“ (IUCN, 2015). Svako područje koje ima očuvane prirodne potencijale (čak iako trenutno nije nominirano za konzervaciju), kao što su planinski pejzaži, čista mora, netaknuta jezera, mirna provincijska mjestašca ili tradicionalna sela sa naglašenijim alternativnim oblikom privređivanja, itd.- mogu biti destinacije „okrepljenja“, „osvježenja“, „zdravstvenog oporavka“. Boravak u ZP omogućava održivu eksploataciju i direktnu konzumaciju prirodnih resursa: čiste vode, termomineralnih voda, slane vode, čistog zraka, različitih pejzaža, raznovrsne, a naročito „zatalasane“- bregovite i brdovite konfiguracije terena, i biodiverziteta.

„Agrikulturni resursi su zdravstvena beneficija ZP“ (IUCN, 2015). Ovo se može razumjeti, jer su prirodno uzgojeni proizvodi iz zdrave organske proizvodnje prava blagodat, naročito u današnje vrijeme kada je upotreba pesticida dovela do razvoja nezdravih kultura, a tempirani stil života masovnu upotrebu brze hrane. Na ranijim primjerima je pojašnjeno da održivi turizam potencira zdravu poljoprivredu umjesto ekstenzivne, itd.

Kao koristi ZP istaknute su još: „ekološke i biološke beneficije, kao i planiranje prostora i *landscape design*“ (IUCN, 2015). Na prethodnim primjerima kroz istraživanje pokazano je kako instaliranje ZP podstiče naučna istraživanja i međunarodnu saradnju, razna partnerstva, eko-mreže, umreženost sa školama i drugim institucijama, itd. Obzirom na značaj ekoturizma i vrijednu kontribuciju u ukupnim turističkim prihodima, kao i s obzirom na sve veću ekološku osviještenost i porast broja etičnih i „zelenih“ turista, turizam podstiče i zagovara nove oblike konzervacije i prezervacije baštine, prirodne i kulturne. Kako je veliki broj autohtonih naroda vezan za slabije civilizovan ambijent, koji je u ekološkom smislu očuvaniji, tako se ostvaruju multiplikativne

koristi od konzervacije, jer se istovremeno štiti priroda i kultura, te usmjerava razvoj osjetljivih područja. Naravno, kako bi se sačuvala priroda, gradnja se minimalizira i obavezno sprovodi po ekostandardima i u skladu sa prirodnim ambijentom. Ranije je bilo govora o zelenom hotelijerstvu, jer čak i moderni luksuzni hoteli u gradovima nastoje reducirati negativne učinke na životnu sredinu. Naročito su zanimljivi zeleni resorti koji su uklopljeni svojim arhitektonskim zdanjem u prirodu, čuvajući njen iskonski izgled i ujedno imaju najviši stepen atraktivnosti u svijetu, kakvi su na Maldivima, Tajlandu, Filipinima, Baliju, Novom Zelandu i dr., dok je u Sarajevu najpoznatiji Osenik resort (Hadžići):



*Sl.26. Sarajevo resort Osenik, Hadžići, tzv. „arapski grad“
(Pazarić Community)*

Zavisno od prirodne konfiguracije i dmtn. resursa, arhitektura i gradnja se mogu i trebaju prilagođavati životnoj sredini, pa ako preovladavaju šumski resursi, onda se za izgradnju hotela značajno koristi drvo i rustik stil; ako je karstna topografija, upotreba kamena je karakteristična; ako su aridni uslovi, onda upotreba zemlje, prašine i vode- blata za izgradnju bungalova; u tropskim krajevima, slama služi za pokrivanje i konstrukciju krovova, itd. Pejzažni dizajn je uglavnom blizak sa konceptom „povratka prirodi“, kada su inicijalni oblici naselja bili u direktnoj vezi sa

geografskim karakteristikama životne sredine, pa su tako npr. drevne kulturne jezgre oslikavale environmentalni koncept i sl. Generalno, nastoje se minimizirati negativni efekti na životnu sredinu i staništa kroz uređivanje i aranžiranje zelenih površina, vrtova ili rekreativnih objekata i staza, itd.

„Zelenilo omogućava razvoj društvenosti, koncentracije i motoričkih vještina“ (IUCN, 2015). Socijalizacija u smislu druženja i kontakta sa drugim ljudima, zdrava komunikacija, humor, kao i zajedničke igre na otvorenom i druge „*outdoor*“ aktivnosti, utiču na opuštanje i zdravi odmor čovjeka, a ponekad turizam može imati kao motiv ljubav, prijateljstvo i slične stvari (ljudi putuju iz raznih razloga). Čak je i upoznavanje u prirodi ili na plaži puno jednostavnije nego npr. u nekom klubu, jer određeni rekviziti za rekreaciju: „lopta“, „rekete“, „plovak“ i dr., mogu poslužiti kao sredstvo otpočinjanja komunikacije i sl. Čovjek, kao sociološko biće, ima potrebu da se druži, a to druženje vrlo često bude podstaknuto turističkim kretanjima ili boravkom u prirodi, pa se tako sklapaju nova prijateljstva i potencijalna partnerstva, pri čemu nastaje zadovoljstvo, sreća i povoljan zdravstveni efekat na pojedinca, grupu ili društvo u globalu.

„ZP donose medicinske koristi za razne bolesti: srca, pluća, dijabetes, gojaznost, mišićno-skeletne i kičmu, kostobolju, depresiju, krvna sliku, anksioznost, itd.“ (IUCN, 2015). Naime, boravak u urbanoj sredini je često zamoran, zbog toga što je takva sredina antropogeno zagađena (aerozagađenje, polucija voda, reducirane zelene površine i dr.), pa je čovjek izložen raznim polutantima, koji imaju negativan učinak na njegovo zdravlje. U tom smislu je npr. poznat tzv. „*sindrom sarajevskih pluća*“ (respiratorna oboljenja: astma, HOBP, bronhitis i dr.- kod djece u KS preko 65%, 2007), koji se razvio pod uticajem značajnog aerozagađjenja, koje je prisutno naročito tokom zime zbog akumulacije- „ujezeravanja“- hladnog zraka u sarajevskoj kotlini i taloženja toksičnih čestica i spojeva porijeklom iz saobraćaja,

ložišta, industrije i dr. Upravo zbog toga sarajlije su prepoznale vrijednost ZP u neposrednoj okolini grada (Trebević, Vrela Bosne, Bijambare i dr.), gdje traže uočište i sklonište tokom zime kao „izlaz iz gradskog smoga“ i tokom ljeta kao „bijeg od gradske žege u rajsku hladovinu“.

Većina aktivnosti i poslova u urbanim područjima je kancelarijskog tipa i pasivnog, mirujućeg i sjedećeg karaktera, pa se manje vremena provodi na svježem zraku i slabije se izloženo Suncu, zbog čega je smanjena produkcija i apsorpcija vitamina D, a povećane su mogućnosti bržeg starenja, slabljenja i distrofije mišićno-skeletnih struktura čovjeka. Razvijaju se, zbog stresa i užurbanog života, razne navedene i druge bolesti, pa čak je dokazano da npr. aeropolucija nepovoljno utiče na krvotok čovjeka, razređujući krvnu sliku i uzrokujući anemiju, što dalje „ruši“ cijelokupni imunitet čovjeka. Zbog toga se ljudi brže umaraju i osjećaju potrebu za odmorom u prirodnijem ambijentu, a tu pogodnost omogućavaju prvenstveno zaštićena prirodna područja, jer nude zdravi boravak i mogućnosti tzv. „zelene vježbe“.

"Zelena vježba" je skup zdravih aktivnosti:

- Rekreacija
- Uživanje
- Relaksacija
- Šetnja
- Boravak u prirodi
- Meditacija
- Oslobađanje stresa
- Imuniziranje!

„Procjena UK (2004) je da bi porast fizičke aktivnosti ljudi za 10%, reducirao državno zdravlje za 500 miliona funti godišnje i uticalo na oko 6000 života“ (IUCN, 2015). Neke od održivih aktivnosti su ranije pobliže identifikovane, kao što su šetnja i planinarenje, biciklizam, piknik, joga, sportovi, lov i ribolov,

gledanje ptica, slikanje, pisanje, kampiranje, kanuiranje..., zdrav život.

„Planinarenje“ (*Hiking*) je naročito vrijedno za zdravlje čovjeka, jer ulažući izvjestan napor u savladavanju topografsko-reljefnih nepravilnosti (uspinjanje i sl.), naš organizam podstiče dublje disanje i povećani unos kisika, što utiče direktno na povećanu produkciju eritrocita, feruma i sl.- tj. jačanje kompletne krvne slike; jačanje muskulature i kondicije; razgradnju kiselina koje stvaraju „čvorove“ u gornjem dijelu leđa (oko plećki i sl.); topljenje masnih naslaga i mršavljenje; pročišćavanje glukoze i holesterola; regulisanje probave, itd. Na planini je visoki stepen solidarnosti, što potvrđuje i planinski kodeks „pozdravljanja“ posjetioca. Vrijeme provedeno u prirodi oslobađa čovjeka od stresa i podstiče pozitivne misli i divljenje, a zavisno od pojedinca i njegovih shvatanja i opredjeljenja, boravak u prirodi podstiče i religiozno produblivanje, duhovnu povezanost i veličanje Božijeg stvaranja, što je izuzetno važno, jer je naučno dokazano da „religiozni ljudi manje pate od depresije“ (Gupta et al., 2011) i sl.

„ZP ispunjavaju psihološke, emotivne i spiritualne potrebe“ (IUCN, 2015). Zdravstvene koristi turizma podrazumijevaju ukupni fizički i duhovni progres pojedinca. Prema projekciji WHO (2001), depresija je vodeća bolest društva u 2020-oj godini, a može biti i potencijalni uzrok problemima s disanjem i sl., odnosno takvi simptomi mogu biti povezani sa stresom i psihologijom čovjeka. Zato je važno znati da su „ljudi u zelenim sredinama 3x fizički aktivniji i imaju 50% manje šanse za depresiju- pozitivni primjeri: UK; Japan, Skandinavija i Holandija“ (IUCN, 2015). Osim toga, gradovi su mnogo bučne sredine, jer buka dolazi prvenstveno od gustog saobraćaja, raznih postrojenja i dr. Fenomen polucije bukom je naučno dokazan, jer ima brojne negativne učinke kako na zdravlje i život čovjeka, tako i ostalih živih bića, naročito vezano za njihovu reprodukciju, rast i razvoj (biljaka i životinja, pa i ljudi). Buka izravno utiče na CNS čovjeka, jer dovodi do kidanja velikog broja neurona u našem organizmu. „Polucija bukom može

uzrokovati široki rang zdravstvenih efekata kao što su: povreda, nesanicna, kardiovaskularne bolesti, i poremećaji spoznaje kod djece; CNS i mozak, s tim da je nervoznost najčešći oblik koji može remetiti dnevne aktivnosti, osjećaje, misli, spavanje i odmor, a može uzrokovati i ljutnju, slabost i druge poremećaje ponašanja. Osim toga, izloženost auditornoj buci može stimulirati automatski nervni sistem i endokrini sistem. Buka može voditi do kognitivnih poremećaja, kao što su deficit pažnje, komunikacione poteškoće, otežano učenje i depresija“ (Allahverdi i Jafari, 2016). Ljudi se pod uticajem buke brže zamaraju i postaju nervozniji, a da nisu ni svjesni, sve dok ne uvide ljepotu boravka u prirodi. Samo u čistoj prirodi moguće je odmoriti mozak i oplemeniti dušu zvukovima i mirisima prirode: oslušivati i razlikovati cvrkut ptica i drugih životinja, treptaj krila leptira, šuštanje lišća pod nogama, i udisati mirisna eterična ulja borova i sl., ali to mogu biti i zvukovi talasa, svježi i inhalirajući miris mora, crvenkastost korala i drugi živopisni svijet svjetskog okeana. „Japanci su uveli termin „šumske meditacije“/ „šumskog banjanja“ (Forest Bathing, Forest Meditation) u 1980-oj, tzv. *shinrin-yoku*, kako bi se lokalci ponovo povezali sa prirodom i zaštitili državne šume. Eko-terapija podrazumijeva „uranjanje“ u prirodu kroz jednostavnu šetnju i svjesnost okruženja, ili kroz specijalno dizajnirane programe u trajanju 2-3h i sl., jer prirodni svijet ima značajnog uticaja na zdravlje ljudi“ (National Geographic). Cijelodnevni ili višednevni boravak u šumi uključuje uživanje u vidikovcima i impozantnim pejzažima, odmor, kreativnu aktivnost, oslušivanje zvukova prirode, cvrkut ptica, cvrčci u travi, kao i laganu šetnju zatalasanim stazama, udisanje eteričnih ulja iz drveća, itd.

Prema Leung et al. (2015), „ZP i environmentalna psihologija su usko povezani“. „Ključne teme u ranoj environmentalnoj psihologiji 1970-ih bile su: percepcija životne sredine, društvena upotreba prostora, upotreba prirodnih resursa, percepcija rizika po životnu sredinu, i atributi izgrađenog environmenta. Savremena environmentalna psihologija naglašava 3 značajne teme:

- a) potreba da se razumije ponašanje u kontekstu- ljudi u određenom mjestu;
- b) iako su ljudi utjecani okruženjem, oni su ti koji biraju i modifikuju svoju životnu sredinu, što ih razlikuje od ostalih živih bića- npr. prepoznavanje koristi od prirode utire gradnju u skladu sa resursima, dok personalizacija uređenja bašče proizlazi iz nas samih;
- c) interdisciplinarnost environmentalne psihologije sa urbanim planerima, arhitektama, biologima i dr.“ (Clayton, Saunders, 2012).

Prema tome, ZP podstiču ekološku svijest i dodatno obrazuju čovjeka o ekološkim ili prirodnim, biotičkim i abiotičkim faktorima životne sredine, pomažu čovjeku da se sjedini sa prirodom i da bolje razumije svoje okruženje i životnu sredinu.

ZP su „centri“ duhovne meditacije, preispitivanja čovjeka i njegovih golemih prohtjeva, koji se razlikuju od rane jednostavnosti i zavisnosti čovjeka od prirode, koja ni danas nije izostavna, jer je priroda uvijek iznova moćnija od ljudi bez obzira na svu njihovu tehnologiju i savremena dostignuća. Kada uzmemo u obzir globalne kružne tokove na Zemlji vezano za atmosferu i hidrosferu i dr., i prenos polutanata čak i u daleka područja vanekumene, jasno nam je da je veza čovjeka sa prirodom-Zemljom majkom- potpuno neraskidiva i da joj se čovjek i dan danas mora prilagođavati, ukoliko ne misli uništiti sam sebe i svoju životnu sredinu.

Savremeni rezultati nauke o životnoj sredini upozoravaju na prijeteće trendove klimatskih promjena, uništenja određenih staništa, nestanka ugroženih vrsta flore i faune, destrukciju ekosistema i poremećaje prirodnih ciklusa, odnosno na potencijalne izmjene osnovnih karakteristika životne sredine i rizike po ljudsko zdravlje i opstanak, ukoliko se čovjek ne bude urazumio i prigrlio skromnost i jednostavnost života i boravka na Zemlji.

Brojne religije također naglašavaju odgovornost čovjeka na Zemlji, pa se npr. u svetoj knjizi muslimana navodi „*Mi smo nebesima, Zemlji i planinama ponudili emanet, pa su se ustegli i pobojali da ga ponesu, ali ga je preuzeo čovjek– a on je, zaista, prema sebi nepravedan i lahkomislen...*“ (Kur'an, El-Ahzab, 72), što podsjeća čovjeka da mu je Zemlja data na čuvanje i upravljanje, kao stroga obaveza i odgovorna zadaća. Čovjek je prozvan zbog svoje lahkomislenosti, jer oholost i pohlepa dovode do „ataka na životnu sredinu“, i opomenut je da će time sebi načiniti nepravdu, upravo zato što je Zemlja kao planeta jedno savršeno uređeno tijelo i besprijekorni mehanizam, koji ne dozvoljava „atak bez granica“, jer će stihijski (*kako to geo/ekologija naglašava*) isporučiti ljudima sav njihov „otpad“.

Neprevaziđeno je pismo velikog indijanskog poglavice iz Sijetla (Seattle, USA), kojim se obilježava „Dan planete Zemlje“- 22. aprila (od 1970.)- u kome se navodi „*Dio smo zemlje, i ona je dio nas... Zemlja nam je mati... Što snađe zemlju, snađe i njenu djecu... Pljuje li čovjek na zemlju, pljuje na samog sebe... Zemlja ne pripada čovjeku, čovjek pripada Zemlji!*“.

LITERATURA I IZVORI:

❖ Članci:

1. Adhikari, S. (2021): The 10 Oldest Ancient Civilizations That Have Ever Existed, Ancient History Lists
2. Allahverdi, A., Jafari, A.H. (2016): Non-auditory Effect of Noise Pollution and Its Risk on Human Brain Activity in Different Audio Frequency Using Electroencephalogram Complexity, Iran Journal Public Health, vol. 45 (10), National Libr. of Medicine
3. Asmaniati, F., Hutagalung, H., Dewi, T.R. (2016): The Role of Higher Education in Tourism Village Capacity Development. Advances in Economics, Business and Management Research, volume 28, Atlantis Press
4. Bogdashev, I.V., Apalkova, A.A., Votchenko, E.S. (2019): Tourism industry in Russia and the EU: are there any consequences of multitiered national agenda? RUDN Journal of Economics, Vol. 27 no.3, 536–550
5. Cunha, L. (2012): The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry. Cogitur Journal of Tourism Studies, Artigos Científicos
6. Dienel, H.L., Schiefelbusch, M. (2000): German Commercial Air Transport until 1945, Revue belge de Philologie et d'Histoire, 945-967
7. Domareski Ruiz, T.C., Chim Miki, A.F., Dos Anjos, F.A. (2019): Competitiveness, Economic Legacy and Tourism Impacts: World Cup. Investigaciones Turísticas (17), 49-70
8. Donald, P.F. et al. (2018): Important Bird and Biodiversity Areas (IBAs): the development and characteristics of a global inventory of key sites for biodiversity, Cambridge University Press, vol.29 (2)
9. Field, A. (2021): What caused the Great Recession? Understanding the key factors that led to one of the worst economic downturns in US history, Investing, Finance, Business Insider
10. Frone, S.M., Frone, D.F. (2013): Sustainable Tourism and Water Supply and Sanitation Development in Romania. Journal of

Tourism and Hospitality Management, ISSN 2328-2169, Vol. 1, No. 3, 140-153

11. Greshko, M. (2017): These Early Humans Lived 300,000 Years Ago- But Had Modern Faces. National Geographic
12. Gupta, S., Avasthi, A., Kumar, S. (2011): Relationship between religiosity and psychopathology in patients with depression, Indian Journal of Psychiatry, vol.53(4): 330–335
13. Ibanescu, B.-C., Stoleriu, O.-M., Munteanu, A., Iatu, C. (2018): The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania, Sustainability
14. Jo-Ansie van Wyk (2018): Tourism and cultural exchanges in the Indian Ocean region, Journal of the Indian Ocean Region, 14:2, 255-269
15. Jovanović, S., Ilić, I. (2016): INFRASTRUCTURE AS IMPORTANT DETERMINANT OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE COUNTRIES OF SOUTHEAST EUROPE. Economics, Semantic Scholar
16. Kalaitan, T.V., Stybel, V.V., Gutyj, B.V., Hrymak, O.Y., Kushnir, L.P., Yaroshevych, N.B., Vovk, M.V., Kindrat, O.V. (2021): Ecotourism and sustainable development. Prospects for Ukraine. Ukrainian Journal of Ecology, vol. 11(1), 373-383
17. Krstinić-Nižić, M., Sverko-Grdić, Z., Husic, A. (2016): The importance of energy for the tourism sector. *Academica Turistica*, year 9, no. 2, 77-83
18. Krupsky, O.P., Dzhusov, O., Meshko, N., Britchenko, I., Prytykin, A. (2019): Key sources when formulating competitive advantages for hotel chains. *Tourism*, vol.67 (1), 34-46
19. Leung, Y.-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. (2015): *Tourism and Visitor Management in Protected Areas*, IUCN
20. Lim, J.E. & Lee, H.R. (2020): „Living as Residents in a Tourist Destination: A Phenomenological Approach“. *Sustainability*, vol.12 (5)
21. Mittelstrass, J. (2014): *The Concept of Nature- from Plato's World to Einstein's World*. Acta, The Pontifical Academy of Sciences, Vatikan
22. Oriade, A., Evans, M. (2011): *Sustainable and alternative tourism*, Researchgate

23. Page, S., Ge, Y. (2009). Transportation and tourism: a symbiotic relationship?. In T. Jamal, & M. Robinson The SAGE handbook of tourism studies (pp. 372-396). SAGE
24. Petrič, L. (2007): Empowerment of communities for sustainable tourism development: case of Croatia. *Tourism: An international Interdisciplinary Journal*
25. Pilgrim, S., Samson, C., Pretty, J. (2009): Rebuilding lost connections- How revitalisation projects contribute to cultural continuity and improve the environment. *Interdisciplinary Centre for Environment and Society Occasional Paper 2009-01*, University of Essex, UK
26. Prasad Sati, V.(2018): Carrying capacity analysis and destination development: a case study of Gangotri tourists/pilgrims' circuit in the Himalaya. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 23(3):312-322
27. Sarma, M.K. (2007): Influence of Information Sources on Tourists: A Segment-Wise Analysis with Special Focus on Destination Image. *The Journal of Business Perspective*, Sage
28. Simandan, D. (2016): Proximity, subjectivity, and space: Rethinking distance in human geography. *Geoforum* 75, 249-252:
29. Smirnov, O.A. (2016): Geographic space: an ancient story retold. *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol.41, Issue 4, pp 585-596, Royal Geographical Society
30. Stynes, D.J., O'Halloran, C. (2004): *Tourism Planning*. Extension Bulletin E-2004, Michigan State University
31. Terzić, A., Bjeljac, Ž. (2016): Cultural Routes- Cross-border Tourist Destinations within Southeastern Europe, *Forum geografic*, Vol. 15 (2), pp. 180-188
32. Tillman, N.T. (2021): How old is Earth? *Space, Future Magazine*, New York
33. Tomasi, S., Paviotti, G., Cavicchi, A. (2020): Educational Tourism and Local Development- The Role of Universities. *Sustainability*
34. Towner, J. (1990): Tourism and Cultural Exchange: An Historical Perspective, *Journal „Visions and Leisure in Business“*, vol. 9 (1)

35. Trull, O., Peiro-Signes, A., Garcia-Diaz, C. (2019): Electricity forecasting improvement in a destination using tourism indicators. *Sustainability*
36. Wlodarczyk, B. (2014): Space in Tourism, Tourism in Space: on the need for definition, delimitation and classification, *Tourism* 24/1
37. Yang, Li, "TOURISM DEVELOPMENT AND QUALITY OF LIFE" (2016). Travel and Tourism Research Association: *Advancing Tourism Research Globally 2*
38. Zhuang, X., Yao, Y., Li, J. (2019): Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*, vol.11 (3), 2019
39. Žunić, L. (2011): The Impact of Aghritourism on Sustainable Development of Bosnia & Herzegovina, *Geografski razgledi* (44-45), 109-120
40. Žunić, L. (2017): Development Of Sarajevo As A Tourism Destination. *International Journal of Basic and Applied Science (IJBAS)*, vol 5(4), Insan Akademika, Indonezija
41. Žunić, L., Bidžan-Gekić, A., Gekić, H. (2019): Environmental Practices in Sarajevo Luxury Hotels. *European Researcher. Series A*, 10(3): 196-205

❖ **Knjige:**

1. Blažević, I., Pepeonik, Z. (1996): *Turistička geografija*. Školska knjiga, Impresum, Zagreb
2. Clayton, S.D., Saunders, C.D. (2012): *Introduction-Environmental and Conservation Psychology*, The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology
3. Dalmatin, M., Drešković, N., Đug, S. (2008): *Zaštićena područja Bosne i Hercegovine*, Ekološka udruga „Lijepa naša“, Čapljina
4. Dobre, R. (2005): *Osnove turizma*. Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik
5. Đug, S., Drešković, N., Hamzić, A. (2008): *Prirodna baština Kantona Sarajevo*, Kantonalni zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa, Sarajevo
6. Einstein, A. (1955): *Moja slika svijeta*. Narodna prosvjeta, Sarajevo

7. Galičić, V., Laškarin, M. (2016): Principi i praksa turizma i hotelijerstva. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka
8. Getis, A., Getis, J., Fellmann, J.D. (2000): Introduction to Geography, McGraw-Hill Higher Education, USA
9. Glavač, V. (2001): Uvod u globalnu ekologiju. Hrvatska sveučilišna naklada, Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Pučko otvoreno učilište, Zagreb
10. Hadžić, O., Nedeljković-Knežević, M., Pivac, T. (2018): Menadžment održivog razvoja kulturnog turizma- stakeholderski pristup, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad
11. Košić, K. (2012): Ruralni turizam Vojvodine. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad
12. Kreag, G. (2001): The Impacts of Tourism. The University of Minnesota, USA
13. Manca A.R. (2014): Social Cohesion. In: Michalos A.C. (eds) Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. Springer, Dordrecht
14. Petrić, L. (2007): Osnove turizma. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu
15. Pivac, T., Vujičić, M., Besermenji, S., Vukojević, D., Cimbajević, M., Marić, A. (2022): Menadžment kulturnog nasleđa i kulturnog turizma, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad
16. Spahić, M. (1999): Osnove geoekologije. Harfograf, Tuzla
17. Stanković, S.M. (2000): Turistička geografija. Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu.
18. Todaro, M.P., Smith, S.C. (2006): Ekonomski razvoj, Šahinpašić, 2006
19. Žunić, L. (2018): Turizam Sarajeva- receptivni kulturni faktori destinacije. Naučna monografija. Prirodno-matematički fakultet Sarajevo

❖ *Dokumenti:*

1. “Made in BC” Innovation in Sustainable Tourism (2009), A product of the Fostering Innovation in Sustainable Tourism Project, Vancouver Island University, Government of Canada
2. 6 Waste and Waste Water Management, Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR in Tourist Accommodation, European Commission
3. Classification of hotel establishments withing the EU (2009), The European Consumer Centres' Network
4. Community Infrastructure (2014), PDNA Guidelines, Volume B, GFDRR
5. Cutting Edge | Bringing cultural tourism back in the game (2021), UNESCO
6. Davitt, D. (2010): International tourism arrivals fall by -4% in 2009, The Moodie Report: Travel, Tourism & Hospitality, Statista
7. Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourims Destinations (2002), University of Aegean, Department of Environmental Studies, Athens, Material (Study) for a document, European Commission
8. Dupeyras, A., MacCallum, N. (2013): “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing
9. Festival statistics: Key concepts and current practices (2009), UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS HANDBOOK NO. 3, UNESCO Institute for Statistics
10. Human Impacts in Antarctica, Australian Antarctic Program, Department of Agriculture, Water and the Environment, Australian Government
11. IUCN and Governance for Sustainable Development, IUCN, LAK 3/4/02
12. Koester, V. (1989): The Ramsar Convention On the Conservation of Wetlands- A Legal Analysis of the Adoption and Implementation of the Convention in Denmark, IUCN Environmental Policy and Law Paper no.23, Ramsar Convention Bureau International Union for Conservation of Nature and Natural Resources

13. Leung, Y-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. (2015): Tourism and Visitor Management in Protected Areas, IUCN-International Union for Conservation of Nature and Natural Resources
14. Management in Protected Areas: Guidelines towards sustainability. Best Practice Protected Area Guidelines, Series No. XX, Gland, Switzerland: IUCN
15. Master plan razvoja turizma za zaštićeno područje NP Una (2009), Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Sarajevo
16. Muzeji i turizam- djelovanje muzeja kao dionika kulturnog turizma (2011), Priručnik, Muzej savremene umjetnosti, Zagreb
17. Next generation tourism planning: a guideline for planners in Queensland (2017). Department of Tourism, Major Events, Small Business and the Commonwealth Games, The Queensland Government
18. OECD “Major events as catalysts for tourism” (2017), OECD Tourism Papers, 2017/02, OECD Publishing, Paris
19. Pechlaner, H., Hammann, E-M. (2006): The Effects of Traffic on Alpine Tourism, MONITRAF
20. Plan upravljanja za NP Una (2011), Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Bosna-S Sarajevo, Elektroprojekt Zagreb
21. Prostorni plan Kantona Sarajevo 2003-2023. (2006), Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo, Sarajevo
22. Protected areas in Europe- an overview (2012), European Environment Agency, EEA Report No 5/2012, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012, Printed in Denmark
23. Quality of life indicators - measuring quality of life (2022), Eurostat
24. Rainwater, D. (2019): The Differences Between Biomes & Ecosystems, Sciencing, Leaf group
25. Rural Development Programme 2014-2020 for Austria, European Commission - Fact Sheet, 2014
26. Saobraćaj 2020 (2021), tematski bilten, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine
27. Savić, B., Kukec, M., Bađura, S., Debevec, V. (2019): The School Network in Protected Area- Guidebook for Protected Areas and Schools. WWF Adria & Park Dinarides

28. Statistički bilten Kanton Sarajevo u brojkama (2021), Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo, Sarajevo
29. Statistics Canada: 2003- A bad year for tourism
30. Strategija kulturne politike u BiH, Vijeće ministara BiH, Ministarstvo civilnih poslova
31. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic forum
32. The U.S. Geological Survey (USGS), U.S. Department of the Interior: When did dinosaurs become extinct?
33. The World Bank Data- Indicators: Tourism Indicators, Australia, March 2002 (ABS Cat. No. 8634.0), Australian Bureau of Statistics
34. Tourism and Migration- Exploring the Relationship between Two Global Phenomena, World Tourism Organisation, 2009
35. Tourism and Visitor Management in Protected Areas (2018), IUCN- International Union for Conservation of Nature and Natural Resources
36. Tourism Policy in India, Dr. Bhim Rao Ambedkar College, University of Delhi
37. Tourism travel by transport modes- Assessment 2001 (2013), EEA European Environment
38. UNESCO World Heritage Centre: Volcanoes of Kamchatka
39. UNWTO Glossary Tourism Terms
40. Urbanistički projekat Spomenički kompleks tunel D-B (2018). Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo, Sarajevo
41. Urbanization: 95% Of The World's Population Lives On 10% Of The Land (2008), European Commission, Joint Research Centre (JRC)
42. USAID Powering Tourism (2005), Electrification and Efficiency Options for rural tourism facilities
43. What was the 'Grand Tour'? National Trust, Swindon, UK
44. World heritage capacity building, Newsletter 5, IUCN, ICOMOS, ICROM
45. World Heritage Site for World Heritage Travellers: Strict Nature Reserve
46. Zaštita prirode- Međunarodni standardi i stanje u Bosni i Hercegovini (2012), Udruženje za zaštitu okoline „Zeleni Neretva- Konjic“

❖ ***Konferencijski radovi & javne tribine:***

1. Frone, S.M., Frone, D.F. (2011): Water Supply and Sanitation Development as a Requirement for Sustainable Tourism Development in Romania, Conference Paper, Recent Researches in Tourism and Economic Development
2. Mohamed, B., Omar, S.I. (2005): The Evaluation of Tourist Infrastructure in Northern Malaysia. Asian Planning Schools Association Conference 2005 (APSA) – Cities for People
3. Perera, K. (2013): The Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries, International Conference on Asian Art, Culture and Heritage
4. Redžić, S. (2003): Prirodno nasljeđe u sistemu tranzicije i privatizacije u BiH. Javna tribina, Prirodno-matematički fakultet Univerziteta u Sarajevu
5. Šečić, R., Bidžan, A. (2012): Analiza ciljeva i ishoda u visokoškolskom obrazovanju za turizam u Bosni i Hercegovini i JI Evropi. Zbornik radova „Edukacija iz turizma i zaštite životne sredine kao preduvjet turističkog, regionalnog i prostornog planiranja“, Konjic, 30.06-01.07.2011
6. Šečić, R., Žunić, L. (2008): Turizam i rekreacija- geografska perspektiva. Zbornik radova 2. Kongresa geografa Bosne i Hercegovine, Geografsko društvo FBiH, Neum
7. Tamrat, B. (2016): Impact of Transportation Infrastructure in Tourism Management in Ethiopia: Lake Tana region in focus. 9th International Conference On African Development, May27-28/2016, West Michigan University’s Center
8. Tien, C.-C. (2009): The Role of Museum Clusters in the Cultural Tourism Industry, INTERCOM Conference Paper
9. Žunić, L. (2012): Evaluacija i konceptualizacija savremenog razvoja ruralnog turizma u Evropi i Bosni i Hercegovini. Zbornik radova, Međunarodni naučni skup „Edukacija iz turizma i zaštite životne sredine kao preduvjet turističkog regionalnog i prostornog planiranja“, Konjic 29.06-01.07.2011., Prirodno-matematički fakultet, Sarajevo
10. Žunić, L. (2016): Evaluation of Factor of Hospitality in Sarajevo tourism destination. Book of Proceedings, ITHMC 30.09-04.10.2015., Sarajevo

❖ *Akademski radovi:*

1. Čengić, A. (2020): Turizam u portugalskom geoparku „Azores“ (mentor: L. Žunić). Prirodno-matematički fakultet Sarajevo
2. Ćosić, P. (2019): Primjena marketinške koncepcije u muzejskoj djelatnosti na primjeru muzeja grada Splita, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
3. Ćurić, A. (2019): Mogućnosti i načini brendiranja Nacionalnog parka Una. Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu
4. Defrančeski, J. (2021): Pojam okoliša- ekofilozofska i kognitivnolingvistička analiza. Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
5. Ibraković, Dž. (2017): Etnologija, Radni materijal i PPT-predavanja, PMF UNSA, akad. 2016/2017.
6. Jamaković, H. (2020): Ekoturizam u Bosni i Hercegovini (mentor: L. Žunić). Prirodno-matematički fakultet Sarajevo
7. Svetlačić, R. (1995): Marketing aspekti turističkog gospodarstva. Hotelijerski fakultet u Opatiji, Sveučilište u Rijeci
8. Žunić, L. (2011): Društveno-geografske komponente kao faktor prostornog plana za Grad Sarajevo. Prirodno-matematički fakultet Sarajevo
9. Žunić, L. (2016): Turizam Sarajeva, turističko-geografska valorizacija receptivnih antropogenih faktora i njihov značaj za planiranje turističke ponude. PMF UNSA

❖ *Rječnici pojmova, atlas, enciklopedije, javne izložbe:*

1. Cambridge Dictionary
2. Difference between ecosystem and biome, Vedantu online classes
3. Franks, R. (2017): What Was the Grand Tour and Where Did People Go? Culture Trip: Thomas Cook and Son (1841-2002), Geographicus Rare Antique Maps
4. Klein, C. (2021): 5 Myths About the Ancient Olympics. History, A&E Television Networks
5. Medici Venus, La Gallerie Degli Uffizi
6. Oxford Dictionary
7. The Ancient Olympic Games, Penn Museum, Lenapehoking, Philadelphia
8. The World's Oldest Civilizations, World Atlas, Quebec

9. Thomas Cook British businessman, Encyclopaedia Britannica
10. Travelling for pleasure: a brief history of tourism, Europeana
11. UNWTO Glossary Tourism Terms

❖ **Autorska kolekcija fotografija- slike s terena:** određeni sajtovi zaštićene baštine sa područja zemalja: Austrija; Hrvatska; Egipat; Bosna i Hercegovina

❖ **URL- linkovi:**

1. <http://geografija.pmf.unsa.ba/o-odsjeku/o-bosni-i-hercegovini/>
2. <http://kons.gov.ba/Content/Read/pravilnik-o-vrednovanju>
3. <http://museums.eu/highlight/details/105664/the-most-visited-museums-in-the-world>
4. <http://nationalpark-una.ba/addDocuments/uploads/14471547061286030956.pdf>
5. <http://nationalpark-una.ba/bs/event.php?id=23>
6. <http://starigrad.ba/userfiles/file/dokumenti/statut.pdf>
7. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/festival-statistics-key-concepts-and-current-practices-handbook-3-2015-en.pdf>
8. <http://unescobih.mcp.gov.ba/spomenici/default.aspx?id=14230>
9. <http://www.antarctica.gov.au/environment/human-impacts-in-antarctica>
10. <http://www.drbramedkarcollege.ac.in/sites/default/files/Tourism%20policy%20of%20India%20%282%29.pdf>
11. https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1qK_fyqmOdzwREeHgqx5iPJS7MqFvcV0&ll=43.78729186101826%2C18.128136209698415&z=11
12. <http://www.globalreligiousfutures.org/religions/jews>
13. <http://www.mcp.gov.ba/publication/read/odrzan-sastanak-s-ciljem-razmjene-informacija-o-aktivnostima-u-oblasti-kulture-i-turizma?pageId=0&lang=hr>
14. <http://www.pas.va/content/accademia/en/publications/acta/acta23/mittelstrass.html>
15. <https://abcglobalservices.com/corporate-hotel-programs/>
16. <https://ba.n1info.com/english/news/una-national-park-emerges-as-bosnias-top-tourist-destination-during-pandemic/>

17. <https://bastina.ba/zakon-o-zatiti-i-koritenju-kulturno-historijskog-i-prirodnog-naslijea/>
18. https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Saopštenja/2020/TUR_01_2_019_12_0_BS.pdf
19. <https://culturalatlas.sbs.com.au/israeli-culture/israeli-culture-religion>
20. <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TRNX.CD?end=2020&start=1995&view=chart>
21. <https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english/community>
22. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_2739
23. <https://dx.doi.org/10.4135/9780857021076.n21>
24. <https://earth-haven.com/global-eco-village-network/>
25. https://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_material.pdf
26. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/a/af/Key_indicators%2C_travel_agency%2C_our_operator_reservation_service_and_related_activities_%28NACE_Division_79%29%2C_2012_A.png
27. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Tourism>
28. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_participation
29. https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en
30. <https://en.tempoco/read/1535800/unwto-announces-bali-to-host-world-tourism-day-2022>
31. <https://en.unesco.org/countries>
32. <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/cultural-promotion>
33. <https://en.unesco.org/fieldoffice/almaty/silkroads/cultural-heritage>
34. <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game>
35. <https://eu4agri.ba/35-miliona-km-za-podrsku-investicijama-ururalni-turizam-u-bih/>
36. <https://fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/2021/Zakoni/9-9h.htm>
37. <https://hospitality-on.com/en/statistics-trends/european-hotel-industry-decade-growth>

38. <https://investingintourism.com/bosnia-and-herzegovina-tourism-investment-brief/>
39. <https://komorars.ba/wp-content/uploads/2015/06/SAJMOVI-I-MANIFESTACIJE-U-REPUBLICI-SRPSKOJ-2020.pdf>
40. <https://kultura.ba/info/evropske-rute-kulture>
41. <https://kultura.ba/info/evropske-rute-kulture>
42. <https://medium.com/gbc-college-english-lemonade/seal-hunting-in-canada-why-it-is-important-to-inuit-communities-7862023b0c71>
43. https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/EPL_P-023.pdf
44. <https://poslovnenovine.ba/2020/04/26/cetiri-banke-kontrolisucak-63-posto-trzista/>
45. <https://rgs-ibg.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/tran.12127#:~:text=Conceptually%2C%20geographic%20space%20is%20a,something%20in%20a%20particular%20position>
46. <https://scholarworks.bgsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1374&context=visions>
47. <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1706&context=ttra>
48. <https://sciencing.com/differences-between-biomes-ecosystems-8163420.html>
49. https://sh.wikipedia.org/wiki/Za%C5%A1ti%C4%87ena_podru%C4%8Dja_u_Hrvatskoj
50. <https://sports.yahoo.com/fifa-looks-double-down-world-140032037.html>
51. <https://theculturetrip.com/europe/articles/what-was-the-grand-tour-and-where-did-people-go/>
52. <https://theculturetrip.com/north-america/articles/the-10-oldest-national-parks-in-the-world/>
53. <https://view.iltm.com/2020/03/13/state-of-the-luxury-hotel-industry/>
54. https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fwww.mcp.gov.ba%2Fattachments%2Fbs_Migrirani_dokumenti%2FSektor%2FNauka_i_kultura%2FNauka_i_kultura-dokumenti%2FKALENDAR_ME%25C4%2590UNARODNIH_K

ULTURNIH MANIFESTACIJA U BOSNI I HERCEGOVINI Z
A 2019. BO.doc&wdOrigin=BROWSELINK

55. <https://whc.unesco.org/en/list/1033/>
56. <https://whc.unesco.org/en/list/765/>
57. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ba>
58. <https://www.aam-us.org/2018/02/13/new-national-data-reveals-the-economic-impact-of-museums-is-more-than-double-previous-estimates/>
59. <https://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/featurearticlesbyCatalogue/5F060AB85A309F87CA256C10000A11B?OpenDocument>
60. https://www.academia.edu/4487465/3962147_Tourism_Planning
61. <https://www.aito.com/blog/the-difference-between-tour-operators-and-travel-agents>
62. <https://www.akta.ba/vijesti/bih/102293/pogledajte-top-10-turistickih-agencija-u-bih>
63. <https://www.ancienthistorylists.com/ancient-civilizations/10-oldest-ancient-civilizations-ever-existed/>
64. <https://www.annalindhfoundation.org/members/sarajevo-meeting-culture>
65. <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Cook>
66. <https://www.britannica.com/place/Israel/People>
67. <https://www.businessinsider.com/what-caused-the-great-recession>
68. <https://www.cambridge.org/core/journals/bird-conservation-international/article/important-bird-and-biodiversity-areas-ibas-the-development-and-characteristics-of-a-global-inventory-of-key-sites-for-biodiversity/CCBCA00B56F9F1CD6E049AF22CA3792A>
69. <https://www.climatechange.org/switzerland/tourism/>
70. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/about>
71. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/bosnia-and-herzegovina>
72. <http://www.csun.edu/~vcpsy00h/seattle.htm>
73. <https://www.facebook.com/Pazaric1/photos/a.10151061955895824/10155929496845824/?type=3>
74. <https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/tourism-travel-by-transport-modes>

75. <https://www.eea.europa.eu/ims/nationally-designated-terrestrial-protected-areas>
76. <https://www.eea.europa.eu/themes/biodiversity/europe-protected-areas>
77. <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/fairs-and-festivals>
78. <https://www.energy.gov.au/sites/default/files/2016-australian-energy-statistics-info3.pdf>
79. <https://www.ethiopiaonlinevisa.com/addis-ababa-bole-international-airport/>
80. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284413140>
81. <https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>
82. <https://www.fmks.gov.ba/legislativa/pregled-propisa-na-nivou-bosne-i-hercegovine>
83. <https://www.fmoit.gov.ba/upload/file/okolis/Kategorizacija%20za-sticenih%20podrucja%20u%20BiH.pdf>
84. <https://www.forbes.com/sites/forbestravelguide/2021/02/16/forbes-travel-guide-2021-star-awards-winners-new-five-star-hotels/?sh=59c52e5e70d1>
85. <https://www.fortunebusinessinsights.com/luxury-hotel-market-104408>
86. https://www.geographicus.com/P/ctgy&Category_Code=thomas-cookandson
87. <https://www.globaldata.com/number-of-luxury-hotels-in-the-us-to-reach-1123-by-2022/>
88. <https://www.google.com/maps/search/lake+tana+region/@11.0867374,36.514704,8z>
89. <https://www.healthypeople.gov/2020/topics-objectives/topic/public-health-infrastructure>
90. <https://www.history.com/news/5-myths-about-the-ancient-olympics>
91. <https://www.hocu.ba/index.php/hocuinfor/gdje-studirati-turizam-u-bosni-i-hercegovini/>
92. <https://www.hrleksikon.info/definicija/okolis.html>
93. <https://www.iucn.org/crossroads-blog/202108/we-need-protect-and-conserve-30-planet-it-has-be-right-30>

94. <https://www.iucn.org/news/secretariat/201609/world-now-protects-15-its-land-crucial-biodiversity-zones-left-out>
95. https://www.iucn.org/sites/dev/files/import/downloads/gov_16_5_02_for_website.pdf
96. https://www.iucn.org/sites/dev/files/import/downloads/whcapacit_ybuilding_newsletter_5_en_.pdf
97. <https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about/protected-area-categories>
98. <https://www.iucn.org/theme/world-heritage/our-work/world-heritage-projects/building-capacity>
99. <https://www.klix.ba/vijesti/bih/nacionalni-park-una-planiraj-izgraditi-zicaru-koja-bi-povezivala-kulen-vakuf-i-tvrđjavu-ostrovica/210403027>
100. <https://www.komorabih.ba/wp-content/uploads/2019/12/Kalendar-sajmova-i-manifestacija-u-BiH-2020.G.pdf>
101. <https://www.malakfarma.ba/>
102. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/10/3529>
103. <https://www.moodiedavittreport.com/international-tourism-arrivals-fall-by-4-in-2009/>
104. https://www.muzejsarajeva.ba/wp-content/uploads/2021/05/Zakon-o-zastiti-kulturne-bastine_2_00.pdf
105. <https://www.nationalgeographic.com/news/2017/06/morocco-early-human-fossils-anthropology-science/>
106. <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/museum-galleries>
107. <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/forest-bathing-nature-walk-health>
108. <https://www.nationaltrust.org.uk/petworth-house-and-park/features/what-was-the-grand-tour>
109. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5149497/>
110. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3267345/>
111. <https://www.nps.gov/yell/learn/historyculture/yellowstoneestablishment.htm>
112. <https://www.nps.gov/yell/planyourvisit/maps.htm>
113. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199733026.001.0001/oxfordhb-9780199733026-e-1>

114. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/heritage
115. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/quality-of-life>
116. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/resident_1
117. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100225263?rskey=HPi9fd&result=20>
118. <https://www.paragraf.ba/propisi/kantona-sarajevo/zakon-0-komunalnim-djelatnostima.html>
119. <https://www.penn.museum/sites/olympics/olympicorigins.shtml>
120. https://www.persee.fr/doc/rbph_0035-0818_2000_num_78_3_4472
121. <https://www.pewresearch.org/religion/2016/03/08/identity/>
122. https://www.reddit.com/r/bih/comments/1v9s16/turisti%C4%8Dka_karta_bih/
123. https://www.researchgate.net/figure/Pillars-of-Travel-Tourism-Competitiveness-Index-TTCI_fig2_333751648
124. https://www.researchgate.net/publication/237433240_Rebuilding_Lost_Connections_How_Revitalisation_Projects_Contribute_to_Cultural_Continuity_and_Improve_the_Environment
125. https://www.researchgate.net/publication/280485274_Protected_areas_in_Europe_-_an_overview
126. https://www.researchgate.net/publication/289639047_Sustainable_and_alternative_tourism
127. https://www.researchgate.net/publication/306345476_Proximity_subjectivity_and_space_Rethinking_distance_in_human_geography
128. https://www.researchgate.net/publication/322933130_Carrying_capacity_analysis_and_destination_development_a_case_study_of_Gangotri_touristspilgrims%27_circuit_in_the_Himalaya
129. <https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/nya-dokument/mediarkiv/bidrag-och-stod/evenemang/forskning/oecd-report-on-major-events-and-tourism.pdf>
130. <https://saff.ba/kakav-emanet-je-prihvatio-covjek-a-odbilnebesa-i-zemlja/>

131. <https://www.sarajevo.ba/hr/article/6753/sarajevo-u-2019-godini-posjetili-turisti-iz-174-drzave-svijeta>
132. <https://www.sciencedaily.com/releases/2008/12/081217192745.htm>
133. <https://www.sff.ba/novost/10853/sarajevo-film-festival-gradu-omogucuje-priliv-od-516-miliona-km-i-pozitivno-utjece-na-medunarodnu-percepciju-bosne-i-hercegovine>
134. <https://www.space.com/24854-how-old-is-earth.html>
135. <https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/>
136. <https://www.statista.com/statistics/1093809/outbound-travel-and-tourism-expenditure-worldwide/>
137. <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/>
138. <https://www.statista.com/statistics/264441/number-of-spectators-at-football-world-cups-since-1930/>
139. <https://www.statista.com/statistics/888266/croatia-national-park-visitor-numbers/>
140. <https://www.statista.com/statistics/939658/leading-travel-agencies-worldwide-by-sales-revenue/>
141. <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F19480881.2018.1473090>
142. <https://www.travelagentcentral.com/your-business/stats-2019-was-another-record-year-for-israel-tourism>
143. https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294450-d668457-Reviews-Sarajevo_War_Tunnel-Sarajevo_Sarajevo_Canton_Federation_of_Bosnia_and_Herzegovina.html
144. <https://www.uffizi.it/en/artworks/medici-venus>
145. <https://www.unesco.org/en#>
146. <https://www.unsa.ba/programi-razmjene>
147. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
148. <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>
149. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
150. https://www.usgs.gov/faqs/when-did-dinosaurs-become-extinct?qt-news_science_products=0#qt-news_science_products
151. <https://www.vedantu.com/biology/difference-between-ecosystem-and-biome>

152. <https://www.who.int/data/gho/data/themes/topics/GHO/health-infrastructure#>
153. <https://www.worldatlas.com/articles/10-of-the-world-s-oldest-civilizations.html>
154. <https://www.worldatlas.com/articles/city-with-the-highest-number-of-unesco-world-heritage-sites.html>
155. <https://www.worldheritagesite.org/connection/Strict+Nature+Reserve>
156. <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-tourist-board-2020>
157. <https://www.yellowstonepark.com/park/faqs/where-is-yellowstone-national-park/>
158. https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-402-x/2007/4007/ceb4007_002-eng.htm
159. https://zis.ks.gov.ba/sites/zis.ks.gov.ba/files/zemlje_turisti_8.pdf

Izvodi iz recenzija:

Prof.dr. Kristina Košić⁵²

...Rukopis- naučna monografija „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“ obiluje brojnim primerima pozitivnih postignuća iz raznih delova sveta, Bosne i Hercegovine, Sarajeva. Tematika je izuzetno aktuelna i važna, jer potencira razvoj održivih formi turizma: ekoturizam, ruralni, kulturni. Socio-kulturni impakti turizma su prikazani kao jedna od najvažnijih komponenti, jer su presudni za izgradnju zdrave atmosfere i kvalitetne životne sredine. Rukopis sadrži izobilje podataka... Teorijski rezultati su upotpunjeni i argumentovani empirijskim rezultatima autorskih istraživanja na terenu. Sadržaj i tematika su prevashodno iz oblasti „turizam“, „geoekologija“ i „humana geografija“, a u užem smislu turistička geografija, turističko planiranje, identifikacija i valorizacija, etnologija i dr. Rukopis predstavlja važan doprinos u proširivanju naučnih spoznaja, i fundamentalnu literaturu za predmete iz navedenih oblasti u sektoru visokog obrazovanja. Prilagođen je akademskoj naučnoj zajednici i studentima, odnosno geografima, turizmolozima, geokolozima, prostornim planerima, sociolozima, ekonomistima, kao i široj publici, jer predstavlja zanimljivo štivo pisano jasnim stilom i izrazom...

Prof.dr. Tatjana Pivac⁵³

...Rukopis „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“ predstavlja naučnu monografiju i originalan je autorski rad. Sadržaj rukopisa je dobro koncipiran i svojim sadržajem predstavlja izuzetan doprinos u proučavanju date problematike. Podeljen je u četiri poglavlja, 10 naslova drugog reda i pet naslova trećeg reda. Literatura i izvori koji su korišćeni su veoma bogati. Veoma je značajno da je autorka koristila noviju literaturu i samim tim su i predstavljeni podaci novi. Pored domaće literature, obimno je i korišćenje stranih radova. Poseban doprinos su autorske fotografije, i dobro obrađene šeme, grafikoni. Rukopis je u konceptualnom i jezičkom smislu u potpunosti prilagođen akademskom nivou, nivou nastavno-naučnog procesa. Studenti će moći na jedan zanimljiv način da savladaju oblast za koju je ovaj rukopis namenjen. Slike, šeme, tabele, grafikoni su u funkciji lakšeg savladavanja građiva. Rukopis u potpunosti ispunjava zahteve nastavno-naučne literature za naučne oblasti koje tretira...

Prof.dr. Senada Nezirović⁵⁴

...Rukopis „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“ predstavlja savremeni doprinos u proučavanjima navedene problematike, jer se radi o funkcionalnom i sistemski organiziranom naučnom djelu. Sadržaj rukopisa predstavlja naučni i originalni autorski rad, u kojem su kroz kompletan pregled savremenih naučnih istraživanja i vlastitih rezultata predstavljene teorijske i aplikativne osnove pozitivnih socio-kulturnih impakata turizma na geografsku i životnu sredinu. Korišten je enormno bogati fond savremene naučne svjetske, poglavito strane i domaće literature. Rezultati istraživanja su oplemenjeni autorskom kolekcijom fotografija- slike s terena (Austrija; Hrvatska; Egipat; Bosna i Hercegovina). Literatura, izvori i grafika su na reprezentativan način korišćeni u elaboracijama, definiranju, analizama i interpretaciji sadržaja. Ovako koncipiran rukopis značajna je novina i doprinos u dopunjavanju i nadogradnji dosadašnjih naučnih saznanja, i dopuna naučne literature u visokoškolskom obrazovnom procesu iz oblasti koje tretira...

⁵² Redovni profesor, uže naučne oblasti „Turizam“, „Ruralni turizam“, „Banjski turizam“, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

⁵³ Redovni profesor, uže naučne oblasti „Kulturni turizam“, „Gradski turizam“, „Vinski turizam“, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

⁵⁴ Vanredni profesor, uže naučne oblasti „Regionalna geografija“ i „Turizam“, Odsjek za geografiju, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Sarajevu

