

## SPOMENICI KULTURE I TURIZAM

S tehničkim progresom čovječanstva i povećanim blagostanjem ljudi porasla je i želja za upoznavanjem drugih zemalja i životom njihovih građana, razmjenom mišljenja i međusobnim zbližavanjem. Tako su se pojavili novi nomadi dvadesetog stoljeća poznati pod imenom: turisti. Danju i noću, ljeti i zimi, pojedinačno i u grupi, pješke i uz pomoć svih prevoznih sredstava (po kopnu, moru i vazduhu) polaze oni u hodočašće novim, njima nepoznatim materijalnim i duhovnim vrednotama drugih područja ove uzavrele planete. Neugasli romantičarski momenat je još uvijek prisutan i predstavlja jedan od faktora zbog kojih oni uopšte polaze u drugu sredinu. No ne treba pri tom ispustiti iz vida i izvjestan naučni, kulturno-istorijski interes stručnjaka za pojedine turističke oblasti, koji uz odmor i rasonodu, u posljednje vrijeme — postaju bitni razlozi za pokretanje golemih masa građana industrijalizovanih zemalja u krajeve s toplijim podnebljem, na sunčane morske plaže mediteranskih zemalja. I ukoliko neka zemlja ima bolje prirodne uslove, interes turista za nju tim je jače naglašen. Ali su značajni i drugi momenti: prije svega politički ugled zemlje u svijetu, njeno mjesto i odnosi s drugim nacijama, razuđenost i tehničko stanje komunikacija, mogućnosti smještaja i troškovi boravka, propagandna aktivnost, a naročito bogatstvo i raznolikost spomeničkog fonda.

Tako se, otprilike, razvijao međunarodni turizam, koji — u poslijeratno doba — pokazuje tendenciju stalnog porasta. Kao karakteristično, međutim, može se spomenuti da danas u turističkom prometu ne učestvuju više samo bogati građani, već gotovo svi slojevi ljudi, tendencija, uostalom, posebno naglašena u strukturi razvoja našeg domaćeg turizma.

Jugoslavija, zemlja izuzetnih prirodnih ljepota i kulturno-istorijskih vrijednosti, područje s veoma povoljnim klimatskim uslovima, nacija sa zdravom i progresivnog društvenom i političkom organizacijom, a i kao područje snažnog ekonomskog prosperiteta, ima sve uslove da se razvije u jednu od najačih turističkih zemalja Evrope, kakav je razvoj, uostalom, i sve više naglašen. Govoreći o međunarodnim vezama naših društve-

nih organizacija, u referatu podnijetom na Deseatom plenumu Saveznog odbora SSRNJ, drug Veljko Vlahović istakao je, između ostalog, i činjenicu da se broj inostranih turista koji posjećuju Jugoslaviju ubrzano približava cifri od jednog miliona godišnje. Upoređujući 1951. godinu kada je našu zemlju posjetilo oko 70.000, i 1959. godinu kada se taj broj povećao na 800.000 on je pružio ubjedljiv argumenat takvom iščekivanju. Nema sumnje da ovako velike posjete građana raznih nacionalnosti u našu zemlju utiču i na njihova drugačija shvatanja o političkoj stvarnosti u FNRJ i uopšte o životu naših ljudi. Analogno tome i odlasci Jugoslovena u druge zemlje donose nesumnjive nam koristi, jer pružaju pouzdaniju predstavu o životu drugih naroda, njihovim običajima i istoriji, kulturi i umjetnosti, prosvjeti i tehničkom progresu . . .

Podaci o nacionalnom dohotku i uopšte pokazatelji o tendencijama porasta turističkog prometa u svijetu navode na realnu pretpostavku da predstoji period daljnog jačanja turizma i turističkog prometa u našoj zemlji. S obzirom na nesumnjivo veliku ekonomsku isplativost i korist koju zemlja može da ima od povećane turističke frekvencije, razumljivo je da se i kod nas — u posljednje vrijeme — vrše naponi na unapređenju turističke službe i intenzifikaciji turističkog saobraćaja. Za uspješno prilaženje problemu potreban je, međutim, temeljan studij brojnih faktora, posebno na relaciji razmatranja i upoređivanja karakteristika tipičnih za domaći ili inostrani turizam, budući da svaki od njih ima svoje zakonitosti i specifične oznake. Smatra se, naime, da smo — gledano iz opštedruštvenog aspekta — za inostrani turizam zainteresovani prvenstveno iz privredno-ekonomskih i političkih razloga. Kod razmatranja, pak, unapređenja i razvoja domaćeg turizma polazni osnov čini socijalno-humanitarni aspekt, a tek onda dolaze privredno-ekonomski razlozi.

U pokušaju za anticipacijom specifičnih vidova turizma kod nas, posebno na liniji razmatranja njegove moralne strane i sa željama da gosta — u skladu s plemenitim tradicijama gostoljubivosti naših naroda — učinimo zadovoljnim kroz sve njegove potrebe — jer zadovoljan gost je i naj-

bolja reklama — daje dovoljno razloga da obratimo posebnu pažnju izučavanju raznih i složenih problema psihološkog karaktera.

Ali, ono što u ovoj prilici želimo naročito istaći je činjenica da je — uporedo s povećanjem turističkog prometa — poraslo i interesovanje za spomenike kulture i njihovo korištenje u tom pravcu, jer, prije svega, postoji prirodan interes putnika za poznavanjem njima nepoznatih prirodnih, kulturno-istorijskih i umjetničkih vrijednosti sredine u koju dolaze. Zbog toga je potrebno da se takvi objekti i praktično koriste za potrebe turizma, čime se — na određeni način — želi ostvariti specifična atmosfera u raspoloženju putnika koji obilaze takve objekte i u njima se zadržavaju. Sretnim ubacivanjem zanimljivog sadržaja u, inače, atraktivan ambijent, moći će se ostvariti prijatnije raspoloženje svakog putnika, čime se, nesumnjivo, može uticati i na njegovo nešto duže zadržavanje, što je upravo i osnovni zahtjev razumne turističke politike, budući da ima veoma pozitivnog odraza na povećanje platne bilanse.

Prirodno bi zbog toga bilo da i mi našim spomenicima kulture i prirode posvetimo odgovarajuću pažnju i brigu društva za njihovu njegu i održavanje. Ali, prema onome što je dosada urađeno može se dosta pouzdano ustvrditi da — uprkos pozitivnih zakonskih propisa i opšte pažnje koju društvo poklanja ovom problemu — nije u ovom pogledu mnogo učinjeno. Jer, činjenica je da još uvijek, i na sve strane (na primjer u Bosni i Hercegovini) stoje brojni, čak veoma zapušteni i gotovo derutni spomenici — te dugoročne neren-tabilne investicije — i predstavljaju tužan detalj u slici grada i sela, u određenom stepenu i ogle-dalo naše kulture. Razumije se da za takvo stanje ima dosta opravdanja, objektivnih razloga i poteškoća (stoljetna nebriga i nehat široke javnosti, neimaština, rđav i nesolidan građevni materijal), ali i nerazumijevanja. Tek unazad godinu-dvije dana zapaža se i na tom planu osjetno pomjerna-nje. Brojne ustanove i preduzeća i drugi zainteresovani faktori počinju sve više da vode brigu o spomenicima razmatrajući mogućnosti njihovog korištenja za svakodnevne potrebe života, posebno turizma. Takvo pomjerenje stava i mišljenja do-bilo je svoju, čak vrlo snažnu, podršku i kod naj-viših državnih faktora. U prilog tome, navešćemo izvještaj Odbora za prosvjetu Saveznog vijeća Savezne narodne skupštine o stanju i problemima u oblasti zaštite spomenika kulture, podnijet na sjednici Saveznog vijeća Savezne narodne skupštine, dne 2. XII 1960. godine, u kome je — između ostalog — istaknuto i slijedeće:

»Spomenici kulture, po mišljenju Odbora, mogu postati veoma važan faktor i u privrednom životu zemlje. Oni mogu biti od velikog značaja za razvitak i unapređivanje turizma, a podsticati razvitak saobraćaja, ugostiteljstva, trgovine i drugih privrednih grana. Međutim, dosada se nije mnogo učinilo na stvaranju odgovarajućih uslova

da se spomenici kulture iskoriste i u te svrhe. Bilo je tu i objektivnih teškoća, ali je bilo i nerazumijevanja. Zbog toga Odbor za prosvetu smatra da svi faktori — počev od komune do federacije mogu pomoći zaštiti spomenika kulture i time što bi ih povezali dobrim komunikacijama i saobraćajnim vezama, podigli ugostiteljske i turističke objekte, organizovali posete spomenicima

Veći doprinos zaštiti i čuvanju spomenika kulture mogu dati filmska i izdavačka delatnost, radio i televizija. Razvijajući svoju aktivnost i u pravcu zaštite spomenika kulture oni mogu veoma mnogo učiniti da značajniji spomenici kulture, putem publikacija ili filmskih ostvarenja, radio ili televizijskih emisija postanu još pristupačniji svim krajevima naše zemlje, a u isto vreme još šire upoznaju i inostranstvo sa ovim našim bogatim kulturno-istorijskim nasleđem.

Jedan od vrlo krupnih problema u oblasti zaštite spomenika kulture, po oceni Odbora, jeste materijalna baza čitave ove službe. Iako utrošena sredstva nisu mala, niti su mala sredstva koja se odvajaju za tekuće održavanje ove službe, veoma je akutno pitanje odvajanja znatno većih sredstava za potrebe zaštite . . . Sem toga, Odbor predlaže da se prouči mogućnost ustanovljavanja novih i širih izvora finansiranja zaštite spomenika kulture, kako bi se omogućilo potpunije održavanje i čuvanje ovog značajnog kulturno-istorijskog nasleđa.

Zaštita mnogih spomenika kulture ne bi trebalo da bude u nadležnosti samo komune. Mnogi od spomenika kulture i po svom značaju i po sredstvima koja treba odvajati za njihovo održavanje prelaze njene okvire i materijalne mogućnosti. Zato ovu oblast, po mišljenju Odbora za prosvetu, treba drukčije tretirati od ostalih javnih službi, i naći takva rješenja u kojima bi obaveze i odgovornost za zaštitu spomenika kulture imali i komuna, i republika, i federacija.«

Međutim prije nego što iznađemo najpogodnije forme korištenja spomenika kulture i prirode za potrebe turizma potrebno ih je osposobiti za takvu svrhu, tj. provesti sve preventivne mjere da ih učinimo fizički sigurnim, čistim i pristupačnim za prijem posjetilaca. Pristup može biti pješački i kolni. Ovo je posljednje veoma važno zbog činjenice da se sve veći broj putnika koristi, danas, motornim vozilima, čime im se pruža mogućnost brzog obilaska većih područja i njihovog spomeničkog fonda, čak i onih za koje smo doskora smatrali da su — zbog udaljenosti od postojećih saobraćajnica — zabačeni, i tako bez interesa za kulturnu javnost. Situacija se, unazad nekoliko godina, zbog malo prije navedenog razloga, iz osnova promijenila. Radoznao čovjek našeg doba pokušava da prodre u sve krajeve svijeta, čak i u ona mala do jučer zaboravljena mjesta, koja preko noći — zbog svoje prirodne ljepote i zanimljivih spomenika — postaju turistički privlačna i frekventna, ali samo uz uslov da smo ih po-

vezali saobraćajnicama i tako učinili dostupnim ljudima. Takav vid turističkog prometa, normalno je očekivati, poprimaće u bližoj budućnosti sve to veći značaj.

Tek nakon rješavanja tih osnovnih preduslova moći ćemo da pridemo i izradi jednog planskog programa konzervacije spomenika kulture i njihove adaptacije na novu funkciju. Zbog opsežnosti posla i brojnosti zahtjeva koji se u tom smislu — u posljednje vrijeme — postavljaju u čitavoj zemlji, i na širokom planu, biće potrebno provesti neku kategorizaciju spomenika kao turističkih vrijednosti da bismo tek onda mogli utvrditi prioritete naših ulaganja za njihovu rehabilitaciju i stepen pažnje koji im treba posvetiti. Tek tada ćemo moći provesti redosljed stvari i ostvariti njihov kontinuitet.

Takav tok stvari, uostalom, osjeća se, unazad kraćeg vremena, u praksi rada nekoliko naših komuna gdje se vidi istaknuto njihovo nastojanje za afirmisanjem spomeničkih vrijednosti svoje uže i šire okoline i njihovog korištenja u turističkim relacijama. Za prilike u Bosni i Hercegovini karakterističnije slučajeve predstavljaju nastojanje NOS-a i NOO-e Jajce, NOS-a i NOO-e Mostar, NOO-e Čapljina, NOO-e Travnik, NOO-e Busovača, NOO-e Centar i Ilidža u Sarajevu, i drugih komuna. Za razumijevanje takvih napora navešćemo samo slučaj Jajca, pošto je on u ovom momentu i najevidentniji.

Imajući pred očima kolosalno bogatstvo spomeničkog fonda u gradu i bližoj i daljoj njegovoj okolini, i sa željom da priđe njegovom planskom i sistematskom korištenju za kulturno-prosvjetne potrebe i turističke i privredne svrhe — Narodni odbor opštine Jajce pristupio je rješavanju problema na način koji je uključio relativno najviše mogući stepen efikasnosti rada. Uz predhodnu konsultaciju i saglasnost najšireg kruga zainteresovanih stručnjaka i drugih mjerodavnih faktora koji su postavili osnovne principe za prilaz ovom problemu, obrazovana je radna grupa koju su sačinjavali stručni saradnici republičkog Zavoda za zaštitu spomenika kulture i prirode u Sarajevu, građevinski tehničari NOO-e Jajce i glavni urbanista Jajca. Zadatak je njen bio da — u vremenu od 1—15 juna 1961. godine — obiđe na terenu sve spomenike kulture i prirode, upozna postojeću tehničku dokumentaciju, konsultuje stručnu literaturu i — na kraju — svestrano i temeljito prodiskutuje koje od tih spomenika — kako i po kome redosljedu — konzervirati, a koje adaptirati za savremene potrebe grada.

Na temelju ovako obavljenog posla, grupa je dobila zadatak da sačini:

- a) opšti registar svih spomenika kulture i prirode u Jajcu i njegovoj okolini;
- b) registar spomenika koje treba konzervirati;
- c) registar spomenika koje treba adaptirati.

Iz tako ustrojenih registara da pripremi:

- a) program konzervacije spomenika kulture i prirode, i
- b) program adaptacije spomenika kulture i prirode.

»Ovi bi programi, poslije razmatranja i usvajanja, morali biti obavezno prihvaćeni od strane glavnog projektanta generalnog urbanističkog plana Jajca i unijeti sa njegove strane u ovaj plan, a poslužili bi i kao projektni programi (projektni zadaci) za porudžbinu investicionih programa odnosno idejnih i glavnih projekata za konzerviranje ili adaptiranje pojedinačnih ili grupnih spomenika kulture ili za uređenje ambijenata oko njih. O ovome grupa treba da vodi računa i da programe takve i sačini.«

Na osnovu ovako datih uputstva, grupa je obavila svoj zadatak. Obilaskom i proučavanjem spomenika na terenu i diskusijom o vrijednosti i upotrebljivosti svakog pojedinog objekta i mogućnostima njihovog korištenja za život, došlo se do rezultata kakvi nisu mogli biti zamišljeni. Uvidom na terenu konstatovano je, na primjer, da Jajce sa svojom daljom prirodnom okolinom — izvor Plive i gravitaciono područje rijeke Janj — predstavlja jedinstvenu, organski vezanu, turističko-rekreativnu cjelinu, pa je u tom smislu treba i koristiti. Takve vrijednosti ovog područja rezultat su sretnog jedinstva veličanstvenih prirodnih ljepota i bogatstva i raznolikosti fonda spomenika kulture: bućni slapovi i kaskade sa skupovima od po nekoliko desetaka drvenih mlinova na Janju i Plivi; klisure i ponori divljih planinskih rijeka na čijim obalama žive — u jedinstvenom skladu — ansambli drvenih seoskih kuća strmih krovova; bogata sedrena područja i antičke grobnice u njima; kompaktna zdanja srednjovjekovnih gradova u pitoresknom pejzažu; kule i odžaci, i mnogi drugi spomenici. . . . Pedesetak između njih upisano je u registar objekata spomeničke vrijednosti, a najvredniji od njih predloženi su za adaptaciju i praktično korištenje. 90% tih spomenika-kaže se u izvještaju grupe stručnjaka — mogu da budu objekti prvorazrednog značaja u turističkom prometu, pouzdana vrela materijalnog prosperiteta komune. Upravo u tom smislu dat je i prijedlog Narodnom odboru opštine za njihovu adaptaciju, čime je otvoreno pitanje za snažnu orijentaciju komune na liniji razvijanja turizma kao jedne od primarnih privrednih aktivnosti grada i života njegovih žitelja.

Uz narodne odbore opštine i srezova, i druge ustanove, preduzeća i društvene organizacije sve jače ispoljavaju tendenciju takve eksploatacije spomenika kulture i prirode na svom području. Za ilustraciju ovakvih nastojanja navešćemo dvatri karakteristična slučaja iz prakse društvenih i privrednih organizacija u Sarajevu.

U planu rada turističkog društva »Turist« u Sarajevu za 1960. godinu, unijet je zaključak: »Postepeno otpočeti obnavljati istorijske sporne-

nike i u vezi toga aktivirati turističku propagandu za posjetu istih. Ovdje u prvom redu dolaze spomenici u starom dijelu Sarajeva — bezistani, hamam, Bašćaršija itd.«, dok Sreska ugostiteljska komora u Sarajevu, u programu izgradnje novih ugostiteljskih objekata, adaptacije i rekonstrukcije postojećih objekata, i planu potrebnih investicionih sredstava, s prijedlogom izvora finansiranja za period 1961—1965. godine — predviđa adaptaciju Gazi-Husrevbegova bezistana za bar i na način da objekat služi kao turistička atrakcija od čega investitor očekuje dragocjena strana sredstva plaćanja. Za ovu svrhu bi trebalo utrošiti cca 60 miliona dinara. Sredstva bi trebalo da daju: OIF 40 miliona, RIF 20 miliona.

Bivši NOO Stari Grad izradio je projekat kafane koja bi se izgradila na Žutoj tabiji i služila mjesnom stanovništvu i mnogobrojnim izletnicima. Ova radnja služila bi kao vidikovac na grad. Njena izgradnja košta 40 miliona dinara.

Izgradnjom kupališta na Bendbaši omogućeno je da veliki broj građana u ljetnim danima posjećuje uz Bendbašu radi kupanja i najbliža izletišta: Darivu i Koziju ćupriju.

Objekat na Darivi već je djelomično uređen, međutim, na Kozijoj ćupriji ima uvijek dovoljno izletnika i kupaca pa bi trebalo na tom području sagraditi izletničku kafanu. Kafanu bi trebalo graditi u stilu neke planinske kuće, čiji bi se namještaj prilagodio tom obliku objekta. Predloženo je da se u ovu svrhu obezbijedi cca 20 miliona i da se ispred kafane uredi parking-plac. Ukoliko se prebaci put preko Kozije ćuprije na Alifakovac, uz ovu kafanu mogao bi se sagraditi motel ili možda kamp.

*Kafana kod Bijambarske pećine.* — Na području na kojem se nalazi Bijambarska pećina, koja se po ljepotama ne razlikuje od Postojinske pećine, nema nijedan ugostiteljski objekat. Da bi se ovaj turistički raritet mogao što bolje koristiti, potrebno je radi posjetilaca sagraditi jednu kafanu u stilu planinske kuće, koja bi radila i zimi. Ovaj objekat treba sagraditi prije nego što se dovrši put za Tuzlu kako bi se razvila propaganda za posjećivanje pećine i stvorili uslovi za prijem posjetilaca.

Već i iz ovako navedenih primjera jasno se može naslutiti kako — u posljednje vrijeme — izvori finansijskih sredstava za konzervaciju spomenika kulture i njihovu adaptaciju za potrebe turizma, u posrednoj ili neposrednoj formi i obliku, postaju sve raznolikiji, čak i veoma zamjetni. Da potkrijepimo tvrdnju navešćemo i izvod iz zajmova odobrenih za turizam i ugostiteljstvo iz opšteg investicionog fonda u 1957., 1958. i 1959. godini, gdje su — za turizam — dali: NOO Dubrovnik za »sv. Klaru« 66,100.000 din. (1958 g), i NOO Split za Dioklecijanovu palaču 50 miliona dinara (1958 g). Znatno su veća, međutim, sredstva koja — za potrebe konzervacije spomenika kulture i njihovo privredno iskorištavanje — daje

Savezni fond za unapređenje kulturne djelatnosti. Sredstva ovog fonda — čini se — pretvaraju se u neku vrstu stalne brige za održavanje spomenika kulturno-umjetničkog nasljeđa FNRJ. Uzgred da napomenemo, republički Zavod za zaštitu spomenika kulture i prirode Bosne i Hercegovine dobio je u 1961. godini 13,500.000. dinara iz sredstava ovog fonda za konzervaciju i održavanje spomenika kulture u Jajcu, Mostaru i Počitelju.

Slično već gore pomenutom, i u prijedlogu programa razvoja privrede i društvenog standarda NO Opštine Centar, u Sarajevu, za period 1961—65. god., doslovno se ističe stav po kome »treba više propagirati i privesti komercijalnoj svrsi objekte istorijske vrijednosti, jer predstavljaju glavnu turističku atrakciju ovog grada.«

U stavci »Ugostiteljstvo i turizam« — predviđa se adaptacija i preuređenje — na kombinovani ugostiteljsko-trgovinski objekat orijentalnog stila — današnjeg Gazi-Husrevbegovog bezistana s predračunskom vrijednošću od 127 miliona dinara.

S obzirom na slabe materijalne mogućnosti ugostiteljskih preduzeća, pored društvenog investicionog fonda Opštine, očekuje se učešće društvenih investicionih fondova, sreza, Republike i FNRJ. Uzgred da napomenemo, prijedlog programa predviđa i adaptaciju sadašnjeg Gazi Husrevbegovog hamama u cafe-bar.

I iz već ovako navedenih nekoliko podataka o pokušajima konzervacije spomenika kulture s namjenskim programom korištenja u turističkim relacijama, vidi se da se, uglavnom, radi o adaptacijama za potrebe ugostiteljstva i oživljavanja zabavnog života komune. Složenijih nekih zahvata krupnijeg obima u kojima bi se razmatrali aspekti korištenja čitavih spomeničkih ansambala ili pak iznalaženja spektakularnijih sadržaja na liniji postizanja što većeg stepena atraktivne privlačnosti, osobito na liniji dovlačenja potrošača A-kategorije u našu sredinu (kako nazivaju krupne potrošače u turističkom rječniku), a koji su dosta rijetki u našem turističkom prometu, nema. Usamljen, i zasada još uvijek čedan pokušaj (osim prakse Dubrovnika, Splita i još nekih naših gradova koji iskorištavaju spomenike za mjesta izvođenja raznih kulturno-umjetničkih programa — dramske i operne predstave, koncerti, i sl.) ogleda se u nastojanjima Narodnog odbora opštine Jajce za iluminaciju svojih spomeničkih vrijednosti. Nešto slično, mada u mnogo manjem opsegu, pokušali su i NOO Višegrad, s rasvjetom starog Mosta Mehmed-paše Sokolovića za koju je svrhu upotrebljeno dvadesetak reflektora, i NOO Mostar, također, s rasvjetom svog Starog mosta.

U želji da učine grad još bližim i privlačnijim u očima turista, narodni odbori opštine i sreza Jajce, kroz sretan aranžman koji je sklopilo preduzeće »Feroelektro« s firmom »Phillips« iz Holandije, dobili su 88 reflektora razne jačine, koji — stručno postavljeni — osvjetljavaju najznačajnije spomeničke vrijednosti grada (Kaštel i peri-

metralne zidove starog grada, Medvjed — i Sahat-kulu, Dom AVNOJ-a, kompleks Crkve sv. Luke, vodopad i kaskade na Plivi, skupine vodenica na Plivskom jezeru).

Nema sumnje da ovako postavljen i realizovan program rasvjete predstavlja snažan prilog ljepšem izgledu spomenika istorijskog Jajca, njihovoj još većoj privlačnosti na liniji uspostavljanja kontakta s najširim javnošću, budući da se općenito smatra da arhitektonski objekti prošlosti ne smiju više da budu tretirani kao »muzealni eksponati«. Ovo s razloga, jer su iskustva u inostranstvu pokazala da takva rasvjeta u znatnoj mjeri unapređuje turistički promet. Statistike, na primjer, navode da se — od časa kada se u pojedinim mjestima, koja posjeduju vrednije spomenike starije arhitekture (srednjovjekovni gradovi, dvorci, crkve, džamije, kule, mostovi...) i prirodne ljepote (slapovi i vodopadi, pećine i klisure, veliko drveće, parkovi izvori i slično) provela noćna rasvjeta — broj noćivanja znatno povećao, čak i u omjeru od 800%, te da se svaki pojedinac-turista zadržao duže vremena u takvoj sredini. Ilustrativan primjer u tom pogledu pružaju neki gradovi Belgije i Francuske koji posjeduju vrijedne istorijske ansamble i gdje je ta nova rasvjetna tehnika imala dosada najviše uspjeha. Zato je shvatljivo da se u tim — da tako reknemo — izrazito turističkim zemljama država javlja kao investitor koji finansira modernizaciju javne rasvjete u gradovima i spomeničkim ansamblima. Napokon, smatra se kao logično, da tako osvijetljeni gradovi i istorijski ansambli pokazuju, u izvjesnom stepenu, i blagostanje zemlje, njen materijalni prosperitet i međunarodni prestiž, i kao najvažnije: oni postaju važan faktor kulturne potrebe i umjetničkog osjećaja današnjeg promatrača.

Primjenom svjetla u istorijskim ansamblima ili na otvorenom prostoru ne teži se više samo za ljepotom vizuelnog utiska, već se ide i dalje u traženju raznolikih sadržaja koji treba da obogate noćni život grada i tako dopuste produžavanje boravka do duboko u noć. Te nove forme zabave i razonode, uz konvencionalne oblike zabavnog života po kafanama i barovima, unutar koncertnih dvorana i na terasama, odvijaju se i u nastojanjima za organizacijom raznolikih noćnih svečanosti, od kojih su najpoznatije one u Versaillesu i turističkim mjestima francuske i italijanske obale, zatim poznate noćne priredbe »Son et lumière«, uz kombiniranu primjenu svjetla, zvuka i vode; razni isključivo svjetlosni programi i spektakli, grupne šetnje gradom i obilasci njegovih zanimljivosti noću (»Paris by night«) i slično tome.

Da bi uspjeh bio potpun na ovom je poslu potrebno angažovati odgovarajuće stručnjake, prije svega arhitekta i likovne umjetnike, urbaniste i estetičare, konzervatore i svjetlotehničare, čime će se, nesumnjivo, ostvariti željeni cilj, i najljepše — okolini prilagođeno — rješenje. Taj faktor prilagođivanja rasvjete ambijentu i naše razumijeva-

nje za prisutne vrijednosti predstavlja odlučan element za stvaranje odgovarajuće atmosfere i štimunga. Stanovišta pak da se pojedini monumentalni objekti mogu promatrati odvojeno od svog ambijenta, tj. osvjetljavanjem samog objekta i promatranjem s obzirom na bogatstvo detalja, neispravna su čak i u slučajevima kada se radi o objektima koji bi davali i briljantne svjetlo-tehničke efekte. Zato će tu i tamo, u ambijentu starijih bosanskih kuća, na primjer, vrlo dobro odgovarati plinske ili čak petrolejske lampe i kandelabri, korišteni na način da se u njih mogu ugraditi i normalne električne žarulje sa žarnom niti. Takvom rasvjetom moći će se ostvariti intima atmosfera starog miljea.

U drugim pak prilikama takva rasvjeta neće odgovarati, već će se ići na rješenje koje će — u konkretnom slučaju — najviše zadovoljiti. A to znači da će u jednom slučaju rasvjeta biti intima i tiha potrebna miru i odmoru, drugi put snažna i vesela namjenjena životnoj dinamici i komuniciranju. Rasvjeta koju želimo postići može se — do izvjesnog stepena — ostvariti i pojedinačnim izvorima svjetlosti postavljenim na stupovima i konzolama, ali i kroz pomoć ulične (višeće) rasvjete. Od naročitog su značaja grupe reflektora disponiranih na način da mogu mlazovima svjetlosti različitih intenziteta istaći kvalitet cjeline, strukturu građe i važnije detalje. No, bilo kako god osnovno je pritom podvući činjenicu da svaka istorijska epoha stvara arhitektonske prostorne oblike i formira građevna tijela na temelju izvjesnih ideja i zakonitosti. A to znači da bismo takve istorijske objekte iz različitih epoha htjeli rasvijetliti — moramo poznavati i poštivati zakonitosti, ideje i oblikovnu težnju dotičnog perioda, da bismo onda mogli utvrditi kakav sadržaj prostoru daju pojedine faze istorijskog toka, budući da razliku u rasvjeti objekata ove vrste uvjetuje i strukturalna građa, estetska i etička idejnost.

Rasvjeta pak starih mostova koji imaju spomenička svojstva, ali i koji su još uvijek ostali namjenski, jer aktivno služe za potrebe čovjeka, zahtijeva jedinstven tretman kako bi pružila maksimum preglednosti i dobre vidljivosti za potrebe saobraćaja noću, a onda i zbog estetsko-oblikovnih i turističko-atraktivnih razloga provelo prilagođavanje opšte slike spomenika u panorami grada. Ovo je, smatramo, bilo potrebno istaći upravo zbog činjenice što pojedini objekti ovog tipa predstavljaju osobito privlačna mjesta turističkog interesa (Stari most u Mostaru, Kozija čuprija kod Sarajeva, Most Mehmed-paše Sokolovića u Višegradu, most u Blažuju, i dr.) i što se u nekim mjestima (Mostar, Višegrad) — rekli smo već — zapažaju nastojanja i vrše pokusi za njihovom rasvjetom.

I inače, u najviše slučajeva, rasvjetom se danas ističu pojedinačni spomenici unutar urbanih cjelina (na primjer, Ali-pašina džamija u Sara-

jevu) da bi se tako još više istakla ljepota njihova. U pojedinim slučajevima takvi projekti penju se do stepena umjetničkih realizacija, u drugim, pak, pokazuju odsustvo inventivnosti arhitekta, dok su pojedina rješenja polovična. Dešava se, naime, da projekat u osnovnoj svojoj namjeni uljepšavanja objekta noću ispuni svoj zadatak u punoj mjeri, ali, često i nehotice, zanemari i drugi aspekt njegove ljepote, tj. izgled objekta danju. Dešava se, naime, da su rasvjetna tijela postavljena direktno na spomeniku ili u neposrednoj njegovoj okolini pa svojim prisustvom (formom i veličinom) zaklanjaju ili odudaraju od spomenika, narušavajući ljepotu cjeline i estetsku vrijednost objekta (reflektori na Ali-pašinoj džamiji u Sarajevu, reflektor ispod glavnog portala citadele u Jajcu).

Ovakvi nedostaci mogu se ukloniti samo kroz studiozan prilaz problemu i uz više pokusa za pronalaženjem rješenja koja će najbolje moći da odgovore postavljenom zadatku. Samo tako postići će se željeni uspjeh, štaviše, otkriće se nove, dotle nezapažene, vrijednosti koje će još jače istaći objekat u novom i zanimljivijem ruhu. Nakon toga, on će brzo dobiti na svom publicitetu. Zato i nastojanja u tom pravcu treba da su upravljena na liniju stvaranja posebne i vedre atmosfere za rasonodu građana i noćnu živost turističkih mjesta, što prije svega treba da ima svoj ekonomski značaj i vrijednost. Zbog navedenog, takvom rasvjetom nije poželjno obuhvatiti samo objekte unutar gradskih naselja, već i istaknutije spomeničke vrijednosti — stare gradove i dvorce, prirodne rijetkosti i nacionalne parkove — locirane u blizini glavnih turističkih itinerera u FNRJ.

U zaključku razmatranja ovog problema postavice se nužno i pitanje ko će finansirati projekte rasvjete i njenog održavanja. Naše je mišljenje da će na ovom poslu moći da — uz sredstva komuna, republičkih i saveznih državnih organa — izvjestan, pa i veći udio snose turističke i druge organizacije i privredna preduzeća zainteresovana za turizam i turistički promet (trgovina, ugostiteljstvo, putničke agencije).

Ovako osposobljeni, spomenici kulture i prirode postaju nesumnjivo jedno od najznačajnijih vrela prihoda tzv. turističke industrije — izraz preuzet iz turističke terminologije zapadnih zemalja, pa iako dosta neprecizan, posuđen je u svom današnjem značenju sa željom da se prikaže ogromna isplativost ove grane privrede koja u nekim zemljama dostiže fantastično velike prihode — (Italija, na primjer, ubire godišnje oko 300 milijardi lira od turizma!), tako da oni predstavljaju i ključne stavke u budžetima tih zemalja.

O tome kakav sve interes javnosti postoji za spomenike i kolike koristi zajednica može da ima od takvog njihovog korištenja, posebno u slučajevima kada ih budemo potpuno kompletirali za svrhe razgledanja, pokazuje i nekoliko primjeraka iz naše domaće prakse.

Gamzigrad kod Zaječara u Srbiji, je, na primjer, u toku 1959. godine razgledalo 12.000 ljudi, iako se ne može reći da on leži na pogodnim komunikacijama, dok je u Splitu, gdje su uslovi smještaja povoljni, a pristup lako moguć, podrume Dioklecijanove palače, samo u toku jedne sezone razgledalo oko 200.000 ljudi. Za prilike naše Republike spomenućemo samo Svrzinu-kuću u Sarajevu, koja, danas, egzistira kao dependansa Muzeja grada Sarajeva. Ovaj zanimljivi objekat muslimanske gradske arhitekture posjetilo je u toku tri ljetna mjeseca 1961. godine oko 6.000 stranih turista a gotovo svaki od njih kupio je pritom po jednu ili dvije dopisne karte-razglednice ili se fotografisao u zgradi, dok su svi bezuvjetno, platili ulaznice u iznosu od po pedeset dinara.

Nema sumnje, da sva tri navedena primjerka ukazuju na isplativost ovakvog korištenja spomenika kulture u, dakle, čisto komercijalnom smislu.

Gro prihoda dobiva se posrednim putevima (trgovina, ugostiteljstvo, saobraćaj, razni servisi, boravišna taksa), ali i neposredno. Najčešći vid ovog primanja predstavljaju (naplate za obilazak i razgledanje spomenika. Na žalost, međutim, mora se podvući da — za razliku od drugih zemalja (Italija, Francuska, Belgija, Austrija . . .) koje ovim putem ubiru veoma krupne iznose, kod nas su oni, relativno, veoma mali. Razlog su niske cijene ulaznica, a onda i činjenica da imamo mali broj spomenika osposobljenih za potrebe prezentacije. Tako se, naprimjer, u Italiji prosječna cijena za jednu posjetu i obilazak spomenika kreće između 200 i 300 lira, dok kod nas, i u slučajevima obilaska najmonumentalnijih spomenika, ona ne premaša iznos od 30—50 dinara. S druge strane, rekosmo već, posjedujemo veoma ograničen broj spomenika osposobljenih za svrhe razgledanja. Konkretno, na primjer, u Sarajevu — osim muzeja i Umjetničke galerije — samo su još Gazi Husrev-begova džamija, Srpsko-pravoslavna crkva i Svrzina kuća donekle, ali ne i sasvim, pripremljeni za ovaj zadatak, dok su svi ostali zanemareni i ne koriste se. Naravno, da svi spomenici i nisu podesni niti se mogu eksploatirati u navedenom smislu. Naime, najveći broj spomenika Bosne i Hercegovine su arhitektonski objekti koji, osim građevne konstrukcije i raspodjele prostora, ne sadrže u svojoj unutrašnjosti nikakve druge vrijednosti koje bi bile od interesa za razgledanje. Takvi objekti vidljivi su izvana i često nema potrebe za ulaskom u njihove unutrašnje prostore. Pa i u slučajevima gdje postoji zanimljiv fragment koji bi trebalo vidjeti, ali čije razgledanje ne zahtijeva duže zadržavanje posjetioca — smatramo da ne bi trebalo ići na naplatu ulaznica. Uostalom, izvjesna korist od tih posjeta je već unaprijed iznuđena i sastoji se u zadržavanju putnika i honorarima koje on plaća turističkoj službi grada za usluge koje su mu napravili profesionalni vodiči. Napokon, treba is-

taci da je takva praksa i u drugim zemljama gdje su — tokom turističke sezone — otvorena vrata mnogih objekata spomeničke vrijednosti za danonoćne posjete i bez ikakve naplate ulaznica (Venecija, na primjer). U svim tim slučajevima radi se o objektima sekundarnijeg značenja i vrijednosti u spomeničkom smislu. Dosljedno tome i kod nas bi se — u vrijeme turističke sezone — morali potruditi da vrata spomenika takvog značenja otvorimo za nesmetan ulaz svakog posjetioća. Ali da uspijemo u tome, potrebno je ostvariti i nužne tehničke preduslove za takvo kontaktiranje s javnošću, što prije svega znači da je nužno preduzeti mjere fizičkog osposobljavanja spomenika za navedenu svrhu, a tek poslije i rješavati pitanje njihovih čuvara i plaćanja te troškova održavanja i čišćenja prostorija zgrade. U slučajevima objekata namijenjenih prezentaciji, ovakvi zahtjevi su prvi i nužan prilaz u razmatranju postavljenog pitanja, nakon čega dolazi osposobljavanje spomenika za prijem posjetilaca i briga za njihovo što duže zadržavanje u prostoru. Da uspijemo u tom, nužno je potrebno da izabrani objekat — uz vlastite ljepote i vrijednosti svoje arhitektonike — ispunimo i inventarom koji mu odgovara, stvarima i predmetima istorijske i umjetničke vrijednosti (namještaj, slike, predmeti primijenjenih umjetnosti, stare knjige i rukopisi, ulomci dekorativne arhitekture i plastike i slično tome). Sve su to stvari kakve mi imamo i kakve se nalaze razbacane u raznim krajevima Bosne i Hercegovine, zanemarene i ugrožene, derutne, ali koje se mogu sakupiti, očistiti, konzervirati i u sklopu ovakvih ambijenata prezentirati kulturnoj javnosti. Objekti namijenjeni ovom zadatku moraju biti osigurani laganim pristupom, rasvijetljeni danju i noću, na način da bi boravak posjetioća bio što prijatniji, samim tim i što duži. Međutim, na žalost, rekosmo već, mnogi naši spomenici, koji bi se veoma dobro mogli da iskoriste za ove svrhe, ostali su do danas neobuhvaćeni brigom i pažnjom društva. Štaviše, neki između njih, zbog nenamjenskog korištenja i tehničke zapuštenosti, predstavljaju, i nerijetko, ružne tačke u urbanističkom dekoru grada, ogledalo našeg sopstvenog neukusa. Navešćemo dva-tri karakteristična primjera iz Sarajeva.

Stari jevrejski hram — koji bi mogao da bude odlično iskorišten kao dependansa nekog muzeja (konkretno, na primjer, kao dependansa Muzeja revolucije Bosne i Hercegovine, u kome bi bila prikazana stradanja bosansko-hercegovačkih Jevreja za posljednjeg rata), danas je neukusno stovarište, natrpano drvenom ambalažom, čak izvana, visoko uza zid, na sve četiri strane zgrade, tako da je objekat, formalno, postao nedostupan javnosti. Ili, na primjer, Gazi Husrev-begov hamam, koji bi također mogao da služi kao neki ugostiteljski objekat orijentalnog tipa (noćni bar, slastičarna i slično), još bolje kao dependansa centralnog muzeja tehnike Bosne i Hercegovine,

i kome bi bio predočen razvoj higijenskih uređaja BiH-e kroz istoriju. Danas je to obični skladišni prostor za smještaj knjiškog materijala. U sličnim situacijama nalaze se i drugi spomenici kulture Sarajeva (Gazi-Husrev-begova medresa, Morića-han, Hadži Sinanova tekija). Svi oni čekaju vrijeme kada će moći — i s pravom — da se aktivno uključe u život, za opšte dobro sviju nas i materijalni prosperitet komune.

Uz ulaznice za obilazak i razgledanje spomenika, u nekim mjestima naplaćuju se i ulaznice za šetnju po bedemima srednjovjekovnih gradova (praksa koju već duže vrijeme i sa uspjehom primjenjuju u Dubrovniku). Tu su i prihodi od ilustriranih dopisnih karti — razglednica (crno-bijelih i u koloru) sa foto-snimcima spomenika i važnijih predmeta spomeničkog značaja koje se prodaju kod obilaska spomenika. Zatim prodaja raznih suvenira, gipsanih odljeva i maketa spomenika izrađenih u metalu, drvu i mramoru, kao ukrasne stvarčice ili utilitarni predmeti (naljepera, upaljači, džepni noževi, tabakere i slično) ili utisnuti u svilu (džepne maramice, odjevni predmeti), i slično tome.

To bi, uglavnom, bila neposredna primanja i materijalna korist koju društvo može da ima od spomenika kulture i prirode u turističkom saobraćaju.

Shodno izloženom, biće sasvim razumljivo i stanovište da bi upravo ta sredstva ili bar jedan njihov dio trebalo iskorištavati za održavanje spomenika i njihovo daljnje osposobljavanje u turističkim relacijama. Praksa nekih zemalja pokazuje naznačenu tendenciju. U Italiji, na primjer, sve ulaznice za spomenike oslobođene su od poreza i idu u korist njihovog održavanja. Štaviše, u ovoj izrazito turističkoj zemlji oni su uveli u praksu da i opštinsku turističku taksu razdjeljuju po ključu:

$\frac{1}{3}$  u korist komunalnih organa,  $\frac{1}{3}$  za održavanje spomenika i  $\frac{1}{3}$  za socijalna davanja. Kod nas međutim, nije takav slučaj. U Zagrebu, Beogradu, Skopju, Ljubljani, Dubrovniku i nekim drugim mjestima boravišna se taksa dodjeljuje kao pomoć turističkim društvima za troškove propagande, zahtjev, uostalom, kojega je postavilo i Turističko društvo Sarajevo. Od toga, međutim, kako se bude rješavalo to pitanje zavisice, dobrim dijelom, i fizička egzistencija spomenika i mogućnost uspješne njihove prezentacije i korištenja u turističkom

U odnosu na eksploataciju spomenika kulture pohranjenih u muzejima, muzejskim zbirnama i galerijama umjetnina, zapaženo je da muzeji i galerije ne privlače (osim pojedinih, istina dosta rijetkih, izuzetaka) niti zadržavaju u svojim prostorijama onaj broj turista koliko bi to objektivno — prema realnim vrednotama naših muzejskih i galerijskih fondova — trebalo da bude. Razlozi su nedovoljna materijalna sredstva za uvođenje modernih načina ekspozicije i uključivanja novih sadržaja koji bi obogatili konvencionalne forme mu-

zejskog rada (izložbe, koncerti, predavanja sa diskusijama, filmske ilustracije, i slično) i neinventivnost muzealaca u iznalaženju takvih formi rada.

Pa i način kako je podešeno vrijeme posjeta muzejima trebalo bi unekoliko izmijeniti. Brojne su pritužbe raznim putničkim agencijama učinjene od strane slučajnih prolaznika i turista na naše prilike. Žale se oni zašto su muzeji, muzejske zbirke i galerija zatvoreni u pojedine dane, zašto su, s druge strane, otvoreni negdje samo prije podne, i zašto ne bi, konačno — bar u turističkoj sezoni — bili otvoreni i uvečer.

U izvjesnom stepenu korist od turizma povećala bi se i u slučaju kada bi naši muzeji izložili i kulturno-istorijske i umjetničke materijale izrađene u zlatu i drugim plemenitim kovinama, pohranjenim danas u trezorima, nepristupačnim javnosti. Na ovaj način interes za muzejske zbirke bi se povećao, posjete vremenski produžile.

Jedan od nedostataka naših muzeja je i postojanje sistema jednojezičnih natpisa, legendi i drugih pismenih tumačenja muzejskih eksponata. Nezavisno od različitih mišljenja o ovom pitanju, smatramo da bi uvođenje dvo — ili trojezičnih natpisa bio pozitivan prilog pravilnijem tumačenju kulturno-umjetničkih i istorijskih vrijednosti našeg spomeničkog fonda. Ovo je tim prije potrebno ukoliko želimo strancu prenijeti naše shvatanje o spomeničkoj vrijednosti izloženih eksponata, pa bi korist takvog objašnjenja, prema tome, bila dvostruka: prenijeli bismo strancu stvarnu istinu o predmetu i uz to pomogli da se lakše snađe pred izloženim materijalom, čime ćemo njegov boravak učiniti prijatnijim, a njega lično zadovoljnijim. To je veoma važan momenat na liniji daljnjeg priliva turista u našu zemlju, budući da je normalno očekivati da će posjetilac kojega smo uspjeli zainteresovati i koji je otišao zadovoljan ponovo navratiti u našu sredinu. Impresioniran onim što je vidio i doživio i sam će postati posrednik kod privlačenja daljnje publike, jer će svoje pozitivne utiske prenijeti i na vlastitu okolinu,

U tijesnoj vezi s ovim pitanjem stoji problem turističkih vodiča. To su profesionalni tumači nacionalnih spomeničkih vrijednosti pred očima i ušima stranih, rjeđe domaćih turista. Za nas nije bez interesa da znamo kakva je stručna upućenost ovih ljudi i stepen interpretativne jasnoće koju oni prenose o muzejskim predmetima i drugim spomenicima kulture. Ostaje, međutim, zapaženo da je donedavno najveći broj ovih ljudi bio u posjedu oskudnog znanja o materiji koju objašnjavaju jer su bili u stanju da daju samo površan opis vrijednosti spomenika, protkan po kojoj fabulom i anegdotom. Da popravi to stanje Turističko društvo »Turist« u Sarajevu pristupilo je osposobljavanju svojih vodiča kroz organizaciju tečajeva i ispita o građi koja se tumači stranim i domaćim turistima. Inicijativa je, nesumnjivo, bila korisna i aktuelna, jer su na tako organizovanim kursovima data detaljnija obavje-

štenja o kulturno-istorijskim i umjetničkim vrijednostima spomenika uz vršenje njihovih obilazaka. Predavači su poznavaooci ove materije, i oni su — uz pozitivan materijal — objašnjavali i napore društva na zaštiti i očuvanju tih vrijednih svjedoka nacionalne kulturne baštine. Nema sumnje da je, uz normalno-politički aspekt ovog pitanja, njegova ekonomska isplativost jasno podvučena. Jer vješt i inteligentan vodič može svojim pristupom i metodom rada »u šetnji gradom« uticati, čak i veoma pozitivno, na duže zadržavanje turista i njihovo bolje raspoloženje.

Na dužinu i kvalitet boravka turista u našoj sredini utiče umnogome i izgled grada i njegovih spomenika, estetska strana njegovog sadržaja. Apstrahiram pri tom osnovne elemente komunalne kulture koje mora sadržavati svako naselje našeg vremena, gdje prije svega mislim na higijenu grada i njegovu čistoću, ističem — u ovoj prilici — i drugu njegovu stranu: elemente ekonomske propagande s kojima se susrećemo na mnogim našim spomenicima. Radi se, dakle, o fasadama spomenika, o onim šarenim odjećama koje svakodnevno budu oči, o ukrašavanju zidova spomenobjekata bojama, sasvim neadekvatno i nenamjenski (objekti islamske sakralne arhitekture u Sarajevu, mostovi na Miljacki, kompleks zgrada u Potkujundžiluk ulici u Mostaru), o oronulim, zapuštenim i u osnovi ružnim zidovima mnogih dotrajalih spomenika, o drečćim, često neukusnim reklamama, svjetlosnim i dnevnim, o natpisima, u formi neinventivnim i likovno nezrelim, o često slaboj, a redovito neujednačenoj rasvjeti, o dječjim šarama i pornografskim crtežima odraslih po zidovima, o razdrtim plakatima, razbacanim papirima, umjetnoj rasvjeti i slično tome. Ovom su pitanju prilazili dobronamjerni građani pokušavajući da nešto pomognu. Bilo je čak i povremenih akcija kampanjskog karaktera, ali su rezultati, unatoč svega toga, ostali gotovo nezapaženi. Da poboljšamo tu situaciju biće potrebno potražiti nove forme rada na liniji uklanjanja navedenih nedostataka, za ljepši i kulturniji izgled naših spomenika kulture i prirode.

Kada smo već tako prišli postavljenom zadatku i ostvarili uvjete za prijem turista u našu sredinu i njihovo poznanstvo sa nacionalnim spomeničkim vrijednostima biće potrebno ostvariti i povoljnu klimu interesovanja domaće i strane javnosti za spomenike. Zato pristupamo organizovanju odgovarajuće propagandne djelatnosti.

Dosadašnji naponi i materijalna ulaganja koja su učinile turističke organizacije u tom pravcu i pored niza slabosti — ocjenjeni su kao zadovoljavajući, ali se ističe i nedostatak koordinacije i planiranja propagandnih akcija i propagandne aktivnosti uopšte, naročito u reklami namijenjenoj inostranstvu. Kao prva štetna posljedica takvog rada navodi se neredovito propagiranje pojedinih mjesta i regiona, štaviše neka mjesta i oblasti nisu uopšte propagandom obuhvaćeni, dok se, u



drugim slučajevima, dešava da su neka mjesta i krajevi propagirani više nego što to odgovara njihovim potrebama. Napokon, postoji i zapažena neujednačenost u primjeni metoda i sredstava propagande. Tako se, na primjer, u nekim mjestima izrađuju samo prospekti, drugdje vodiči i katalozi. Zbog navedenog, općenito se smatra da u srazmjeri na finansijska sredstva koja zajednica odvaja za turističku propagandu ona ne daje odgovarajući efekat, prije svega po kvalitetu, a onda i po intenzitetu. Zbog činjenice da se ovi poslovi često daju u rad licima koja nemaju veće stručnosti, niti im je problematika turizma bliska, dešavaju se i grube materijalne greške koje reflektiraju stanovito pogrešno svjetlo na činjenice i fakta. Tako se, na primjer, dogodilo da su u 1959. godini izašle iz štampe četiri automobilske karte sa najnovijim stanjem puteva. Odmah nakon izlaska konstatovano je da dvije od njih uopšte ne zadovoljavaju. Analogna je i situacija sa spomenicima kulture i prirode reklamiranim u turističkim publikacijama kada nisu rijetke greške, na primjer, u datiranju, valorizaciji, određivanju stila građnje i slično, što sve unosi zabunu i nered na liniji upoznavanja javnosti sa vrijednostima nacionalnog kulturno-istorijskog nasljeđa.

Iako pitanje finansiranja turističke propagande nije još u cijelosti riješeno, iako ono nije ni redovno ni sigurno niti mu se znaju izvori cifra od 460.000.000 dinara koliko je, u periodu 1958—1959. god., utrošeno na propagandu u našoj zemlji više je nego impresivna. Planski korištena ona bi — može se s dosta sigurnosti pretpostaviti — mogla ne samo da zadovolji naše potrebe po opsegu, već i kvalitetno, na način da dostigne visoku estetsku razinu i umjetnički kvalitet. Otuda i prijevka potreba uvođenja nešto više plana i sistema i u ovu privrednu oblast.

Od navedenih sredstava Turistički savez Jugoslavije izdao je u periodu 1958/59. godine razne propagandno-informativne edicije namijenjene inostranim turistima. Na primjer, plakate: Rab, Plitvice, Boka, Ohrid, Bled, Beograd, Mostar (od 3—6.000 primjeraka), četiri izdanja turističke karte Jugoslavije, tri izdanja opšteg prospekta FNRJ. TSJ je, nadalje, participirao sa sredstvima kod izdavanja nekih lokalnih i regionalnih prospekata, na primjer, Istre, Makedonije, Bosne i Hercegovine, Trebinja . . . Još ranije, Turistički savez Jugoslavije izdao je prospekte: »Folklor u Jugoslaviji«, »Kulturni spomenici u FNRJ« i dr.

Uz TSJ, turističkom propagandom namijenjenom stranim i domaćim turistima bavili su se i turistički savezi republika, srezova, turistička društva u našim komunama, ugostiteljska preduzeća i slično. A u svim tim prilikama gotovo najveći prostor i izuzetna pažnja posvećivali su se spomenicima kulture i prirode, kojima se pripisuje najveći atraktivni značaj. Otud i nesumnjiva istina da su upravo sredstvima turističke propagande naši spomenici kulture i prirode dobili

daleko najviše na svom publicitetu i tako postali poznati najširoj stranoj i domaćoj javnosti. A to je dovoljan razlog da se složimo u mišljenju po kome izrada sredstava turističke propagande ne bi smjela sasvim mimoći i stručne organe pozvane za pitanja ocjene i tumačenja spomeničkih vrijednosti našeg kulturno-istorijskog nasljeđa. Najsretnije rješenje dogodiće se u slučaju njihove uzajamne saradnje. Instrukтивan primjer može u tom pogledu da pruži zajednički napor Turističkog saveza Bosne i Hercegovine i Zemaljskog zavoda za zaštitu spomenika kulture i prirode NR B i H u Sarajevu na izradi reklamnih panoa i letaka o spomenicima kulture. Prvi, zainteresovani za korištenje spomenika u turističkom aspektu, drugi u nastojanju da ih prezentira javnosti i tako kompletnije obavlja svoju dužnost, našli su zajednički jezik za usku saradnju na istom poslu. Stručnjaci Zavoda prikupili su građu i sastavili tekstove letaka za panoa, dok se Turistički savez pobrinuo za tehničku stranu posla. I troškovi štampe razdijeljeni su na dva dijela. Na ovaj način došlo se do jednog obostrano korisnog posla.

U istu svrhu treba da posluže i posebno sastavljeni stručni tekstovi o spomenicima koji će — štampani u formi letaka i u većem tiražu — služiti kao korisni tumači istorijskih i umjetničkih vrijednosti najvažnijih spomenika. Estetski momenat ovog vida propagande zadovoljen je činjenicom da će za ovu svrhu biti iskorišten bojani papir, a tekst biti ilustrovan skicoznm crtežom objekta. Kao prva etapa u ovom zahvatu, izvršeno je postavljanje reklamnih panoa ispred nekoliko najvažnijih spomenika na relaciji Bihać—Trebinje. U obzir su došli: Martin-Brod na Uni, Boračko jezero, vrelo Bosne, Radimlja kod Stoca, Mogorjelo kod Čapljine. Tekstovima za letke obuhvaćeni su: srednjovjekovni grad Sokolac i »Fethija-džamija« u Bihaću, kompleks »Ferhadija-džamije« u Banjaluci; stari grad, katakombe, kuća Maršala Tita i Dom AVNOJ-a u Jajcu, tvrđava u Travniku, kompleks Gazi Husrev-begove džamije, Kuršumlija medresa, Brusa-bezistan, Hadži-Sinanova tekija i Stara pravoslavna crkva u Sarajevu; srednjovjekovna tvrđava u Vranduku; Stari most s okolnom aglomeracijom, i stara pravoslavna crkva u Mostaru; Počitelj . . . Uz ovaj za naše prilike sasvim nov način popularisanja spomenika kulture i prirode provode se i druge, i opet kroz turizam, razne forme reklamisanja nacionalnog spomeničkog fonda. Važno mjesto u tom pogledu imaju štampa i radio. Reklamisanje se vrši putem oglasa i članaka, vijesti, reportaža i fotografija u stranoj i domaćoj štampi. Uz redovne turističke emisije, sve naše glavne radio-stanice unijele su u svoje ljetne programe i posebne emisije namijenjene inostranim turistima (Beograd, Zagreb, Ljubljana, Sarajevo, Split, Rijeka . . .). Uz dnevne veće i manje lokalne listove i periodičnu štampu, izlazi u FNRJ desetak listova

i časopisa koji pretežno, ili većim dijelom, tretiraju turističku problematiku («Turističke novine», «Turistički vestnik», «Turizam», «Yugoslav Tourist News» i dr.). Gotovo u svakom od njih nađe se mjesta i prostora na liniji popularizacije spomenika kulture i prirode. Tako su, na primjer, «Turističke novine» — uz ostalo — uvele, i dugo već upražnjavaju, rubriku pod naslovom »Tragovi prošlosti«. U stvari je to kraći esej o spomeniku izabranom iz kulturne baštine naroda FNRJ, ilustriran sa jednom ili dvije fotografije.

U posljednje vrijeme, prišlo se i nešto većem korištenju filma i televizije posebno za propagandu našeg turizma u inostranstvu.

A u svim njihovim programima kamera se — uz ljepote prirode — najviše zaustavljala i zadržavala na spomenicima kulture, ističući uvijek ono što se smatra da je najljepše na njima.

Fotografije spomenika raznih formata upotrebljavane kao ilustrativan materijal mnogobrojnih propagandnih edicija, namjenjene domaćoj i stranoj javnosti, ili korištene za ukras trgovačkih izloga, kancelarija putničkih agencija, na sjedištima autobusa, u kupeima putničkih vozova, na izložbama i sajmovima, doprinijele su uveliko nagloj popularizaciji spomenika i brizi za njihovo očuvanje.

Snažno propagandno sredstvo u ovom smislu predstavlja i predavačka aktivnost, osobito ona u kojoj se koriste i moderna audiovizuelna sredstva. Tako je, na primjer, nabavljen veliki kontigent kolor-dijapozitiva koji služe kao ilustrativni materijal za predavanja namijenjena popularizaciji našeg turizma u inostranstvu. U istom tom cilju organizuju se (Austrija, Njemačka, Francuska) predavanja o turističkim atraktivnostima, prirodnim ljepotama i spomenicima, te uslovima boravka stranih turista u Jugoslaviji.

Od značaja za turizam i popularizaciju spomenika u turističkim relacijama je i učestvovanje turističkih organizacija Jugoslavije na raznim sajmovima u zemlji i inostranstvu. Tako je TSJ, u okviru izlaganja Savezne spoljno-trgovinske komore, tokom 1958/59. god., učestvovala na sajmu u Lajpcigu, Frankfurtu (M., Kairu, Milanu, Kazablanki, Njujorku, Poznanju, Londonu, Štokholmu, Damasku, Solunu, Beču, Plovdivu, Tunisu, Budimpešti, i Brnu. Na svjetskoj izložbi u Brislu, na izložbi turizma u FNRJ, na Zagrebačkom velesajmu.).

Tu su i priprema i izdavanje knjiga za inostranstvo, uzajamne posjete javnih i kulturnih radnika (novinari, književnici, filmski radnici, predavači

i dr.) što se pokazalo kao vrlo uspješni vidovi propagande. Od velikog značaja u navedenom smislu su i predstavnštva TSJ u nekim zemljama (Sjedinjene Američke Države, Engleska, Francuska, Švedska, Njemačka, Austrija, Švajcarska) koja su, tokom posljednjih nekoliko godina, razvila široku propagandnu aktivnost u cilju popularizacije FNRJ kao turističke zemlje. Od ne manje važnosti u tom pogledu je i »Turistička enciklopedija« FNRJ koja sadrži brojne podatke o spomenicima kulture i njihovom vrednovanju.

No ipak, uza sve navedeno, može se još uvijek reći da sve one mogućnosti koje nam pružaju prirodne ljepote i zanimljivosti naših krajeva, bogatstvo i raznolikost spomeničkog fonda, lov, ribolov, folklor, zimski sportovi i slično, u pravcu intenziviranja i materijalnog prosperiteta turističkog prometa kod nas — nisu još dobile recipročan propagandno-popularni publicitet. Istini za volju treba priznati da se s obzirom na relativno ograničene finansijske mogućnosti Turističkog saveza Bosne i Hercegovine i turističkih društava u našoj Republici nije ni moglo nešto više učiniti. Biće zbog toga potrebna saradnja i finansijska pomoć i drugih društvenih organa, ustanova i preduzeća zainteresovanih za ovakvu aktivnost.

Na kraju, i nešto povećana briga u odnosu na izbor motiva, kvalitet foto-snimanja, tehničku izvedbu i papir ilustriranih dopisnih karata doprinijeli bi osnovnom zadatku — kvalitetnom usposnu turističkog propagiranja spomenika kulture i prirode u našoj sredini.

Način na koji smo — u ovoj prilici — razmatrali ovo pitanje nije mogao iscrpiti sve niti utkane u potku ovog nadasve aktuelnog i složenog problema našeg vremena, problem iskorištavanja spomenika kulture i prirode u modernom turističkom saobraćaju. To, napokon, i nije bila svrha članka, niti su to mogućnosti raspoloživog prostora časopisa dozvoljavale. Zato je ovo prije poticaj kojim se željelo ukazati na aktuelnost pitanja, na činjenicu kako snažan udio i važno mjesto zauzimaju spomenici kulture i prirode u turističkom prometu danas, na ekonomsku isplativost i koristi koje društvo ima od takve njihove namjene i korištenja. Samim tim ovim se pokušalo uticati na veću društvenu angažovanost i drugačije, plansko i sa više sistema, prilaženje u razmatranju i rješavanju ovog važnog društvenog zahtjeva.

## DIE KULTURDENKMÄLER UND DAS TURISTENWESEN

Der obige Artikel soll mehr als Anregung dienen um auf die Aktualität der Frage und auf die Tatsache hin zu weisen, wie einen grossen Anteil und bedeutende Stelle die Kulturdenkmäler in Touristenwesen einnehmen und im Beziehung darauf welchen Nutzen

und ökonomische Gerechtigkeit ihr Erhalten mit sich zieht. Im ganzen meint der Autor, man solle mehr planmässig und mehr systematisch an die Betrachtungen und Beschlüsse über diese wichtige Förderungen herangehen.