

**МСц Срђан Милошевић асистент<sup>1</sup>**

Универзитет Едуконс Сремска Каменица – Нови Сад

Факултет за спорт и туризам

## **ЧИНИОЦИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА – СТУДИЈА СЛУЧАЈА БАР, ЦРНА ГОРА**

САЖЕТАК: Културни туризам у многим земљама препознат је као шанса за економски и укупни друштвени развој. Према извештају Европске комисије из 2013., 22% туриста који су путовали у 2012. години у Европи, навели су да је култура представљала главни разлог њиховог путовања. С обзиром на ову чињеницу, не чуди што културни туризам представља предмет бројних истраживања у свету. Култура у туризму се све више схвата као основна вредност на коју се он ослања, без које не може да се развија и од које зависи, без обзира да ли је она пратећи или носећи садржај туристичке понуде. Многе мање развијене државе, почињу да развијају политику културног туризма, схватајући културни туризам као своју шансу. Подручје Бара представља богату ризницу споменика културе, на додиру балканског залеђа и јадранске обале, насталих у различитим историјским епохама, од праисторије, преко антике, средњег века, па све до нашег времена. Међу њима се налазе православни и католички манастири и самостани, цркве, споменици исламске културе, утврђења и друго. Њихова заштита, проучавање, презентација и популаризација треба да постане обавеза, како би се ово богато културно наслеђе укључило у туристичку понуду, али и сачувало за будуће генерације. Обрада ове теме ће обухватити кабинетску методу – прикупљање чињеница из литературе и њихову анализу, као и личну анализу постојећих

---

1 [srdjan.milosevic@tims.edu.rs](mailto:srdjan.milosevic@tims.edu.rs)

података са давањем потенцијалних смерница за правце организације и развоја. У раду ће бити коришћен и метод туристичке валоризације по моделу Хилари Д. Крос, која ће дати комплексну оцену одабраног културног добра од значаја за развој туризма у Бару.

*Кључне речи:* Културни туризам, културна добра, локални развој, туристичка валоризација, Општина Бар

## УВОД

У новије време када су се почеле сагледавати све предности туризма, а посебно економске, многа су места почела искоришћавати културне атрактивности за привлачење туриста. Предност културних туристичких кретања је и у њиховој најравномернијој расподели по месецима (Galdini, 2007). Равномерна расподела туристичког промета по месецима, повољно се одражава и на искоришћавање услужних капацитета (Stanciulescu, 2008), а самим тим и на ефекте туристичког привређивања у целини. Културни туризам се углавном одвија у урбаним срединама, али то није и не треба да буде правило (Милошевић, 2011). Разлог за велико интересовање за културна добра је једним делом последица глобализације и жеље да се упознају културе разних народа. То упознавање има најдубљи смисао ако се посете локалитети у којима се таква културна добра налазе. Сасвим је сигурно да се утисци о културном добру разликују ако се виде у музеју или на месту где су настала. Културна добра, како покретна тако и непокретна, су сведоци идентитета једног народа, као и народа који су раније живели на одређеној територији (Хаџић, 2005).

Подручје општине Бар представља богату ризницу културних добара која сведоче о његовој бурној културно-историјској прошлости, где су се често прожимали и спајали разни културни токови са ширег подручја Балканског полуострва. У историјским изворима ово насеље се по први пут помиње у IX веку под грчким именом Антибареос (римски Антибарум, те словенски Бар).

Зачеци туризма на територији барске општине датирају још из XVIII века. Блага медитеранска клима, лековитост морске воде и пешчаних плажа, изузетна архитектонско-амбијентална целина овог места, пружиле су одмор првим организованим групама туриста 1890. године из садашње Чешке и Словачке. Подручије барске општине налази се на југу Црне Горе, између Јадранског мора и Скадарског језера. Бар је од Отрантских врата

удаљен свега 180 км ваздушне линије и има краће и непосредније везе са свим пристаништима на обалама Средоземног мора, у односу на било коју луку на балканској обали Јадрана ([www.visitbar.org](http://www.visitbar.org)). Изградњом друмске магистрале и пруге (Београд-Бар), ојачане су саобраћајне везе са градовима у унутрашњошћу Балкана, Београдом и Подунављем (Голубовић-Матић, Милошевић, 2012). Преко луке и аеродрома у Подгорици, подручје је постало приступачно и удаљенијим емитивним земљама.

Због специфичне ситуације у којој су се налазиле све земље бивше Југославије у протеклих петнаест и више година изгубљен је значајан део интернационалног туристичког тржишта. Како Црна Гора тако и град Бар, у грађењу имица атрактивне туристичке дестинације, мора да предузме бројне активности.

Предмет проучавања у овом раду представљаће град Бар и његова искориштеност културних ресурса са аспекта културног туризма, као и могућност развоја културног туризма у Бару. Циљ рада је указати да Бар поседује културне ресурсе, као и амбијент за развој културног туризма, и да се на посматраном подручју може применити концепт културног туризма и то у комбинацији са осталим облицима туризма. Релативно је мали број радова који се посебно бавио могућностима развоја културног туризма на територији Црне Горе, а још мање на територији града Бара.

## **АНАЛИЗА КУЛТУРНОГ НАСЛЕЂА БАРА**

Различита културна струјања и утицаји у додиру Истока и Запада оставили су видљив траг на овом простору, забележен у духовној и материјалној култури (Касалица, 2009). Ти утицаји и трагови сведоци су да се није слепо подржавала уметност других култура (као што су Рим, Византија, Ислам и Венеција), које су одређеним временима биле присутне на овим просторима (Касалица, 2000). Овде је у 12. вијеку настао чувени „Gesta Regum Sclavorum“ или „Барски родослов“ - хроника средњевековних словенских земаља и владара на Балкану (Мијушковић, 1967).

На подручју општине Бар до сада је регистровано, заштићено и категорисано 32 споменика културе, међу којима се налазе изузетна остварења, као што су манастирски комплекси, цркве, утврђења и друго (Касалица, 2000). Највећи број споменика културе везан је за словенски културни слој, посебно за време владавине Војислављевића, Немањића, Балшића, Црнојевића и Петровића (Загарчанин, 2001). То су манастири и цркве који

су настајали у временском распону од 13 векова. Међу њима се истичу манастири Старчево, Бешка и Морачник као задужбине зетских владара Балшића у области Скадарског језера, као и манастир Пречиста Крајинска, некадашње седиште зетске митрополије. Ту су и рушевине бенедиктинског самостана Богородице Ратачке које и данас импресионирају својом величином (Ратковић, 1989). На подручју општине Бар налази се и велики број црквених храмова православне и католичке конфесије, најстарији датирају чак из VI века. Такође, веома значајну групу споменика културе чине старе урбане агломерације и утврђења. Међу њима свакако најзначајнији је Стари град Бар (споменик I категорије), који представља највећу урбану агломерацију у рушевинама у Црној Гори (Перочевић, 2000). Изузетан значај Старог Бара је заправо мешавина различитих стилова видљива на појединачним грађевинама, као што су романичке, готске и ренесансне грађевине, док је у доба Турског царства, средњовековни град добио источњачка обележја (Загарчанин, 2001). Међу споменицима исламске архитектуре, по својим споменичким вредностима, издваја се Омербашића џамија у Старом Бару и аквадукт који представља једини објекат те врсте у Црној Гори ([www.visitbar.org](http://www.visitbar.org)).

*Табела 1: Регистровани и категорисани непокретни споменици културе на подручју општине Бар*

I КАТЕГОРИЈА	II КАТЕГОРИЈА	III КАТЕГОРИЈА
Стари град Бар	Остаци триконхалне цркве на Тополици	Утврђење Бесац
	Манастир Ратац	Утврђење Грможур
	Манастир Пречиста Крајинска	Манастир Доњи Брчели
	Манастир Старчево	Манастир Горњи Брчели
	Манастир Морачник	Џамија Омербашића
	Манастир Бешка	
	Утврђење Нехај	
	Црква Св. Текле	

*Извор : [www.barinfo.me](http://www.barinfo.me)*

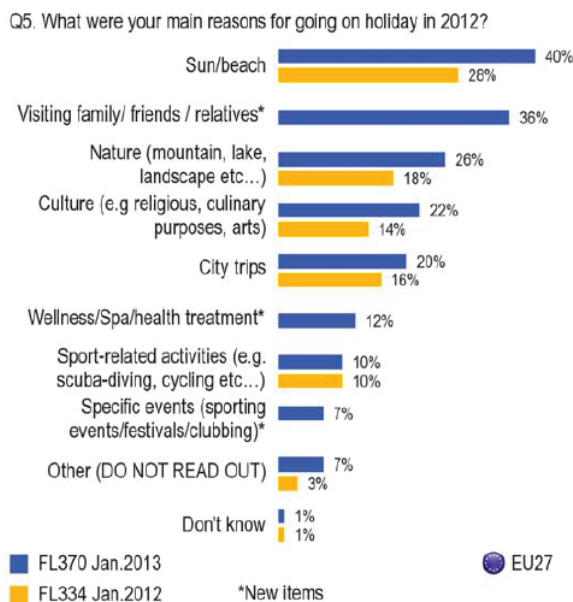
Завреме свих тих смена цивилизација, држава и владара, људи су за собом остављали трагове материјалне културе, од којих су неки нестајали у ратовима, земљотресима, али многи су сачувани и до данас, често у рушевинама, као споменици културе и сведочанство богате и бурне прошлости барског краја. Закључује се да присутност овако разноврсног и бројног споменичког фонда, који употпуњује богато духовно стваралаштво различитих етничких заједница на овом простору, речито говори о јединственој мешавини култура. Самим тим, општина Бар, поред наутничког и купалишног туризма, развој туристичких капацитета, између осталог, треба да усмери и на

програме културног карактера (Дашић, Јовичић, 2011). Природа и култура су комплементарне, и културно препознавање једне заједнице повезано је са природним окружењем у којем се развијало (Петрић, Микулић, 2009). Свакако да поједини споменици превазилазе локалне оквире, а за неке од њих можемо рећи да својом оригиналношћу представљају изванредна градителска остварења.

## МОГУЋНОСТ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА БАРА

Културни туризам је данас у многим земљама препознат као значајна шанса за економски и укупни друштвени развој. Као посебан облик туристичких кретања, последњих година културни туризам бележи изузетно брз раст на глобалном тржишту. Светска туристичка организација дефинише културни туризам као: „ путовање особа из културних мотива: студијска путовања, путовања ради посматрања уметничких догађаја, културне туре, путовања на фестивале и друге сличне догађаје, посећивање места и споменика у циљу проучавања фолклора или уметности и ходочасништво“ ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)). Према извештају Европске комисије из 2013. године (*Attitudes of Europeans Towards Tourism – Report, 2013*), 22% туриста који су путовали у 2012. години у Европи, навели су да је култура представљала главни разлог њиховог путовања. Овоме треба додати и 7% туриста који су истакли да им је главни мотив била посета разним фестивалима и манифестацијама (слика 1.). С обзиром на ову чињеницу, не чуди што културни туризам представља предмет бројних истраживања у свету. Култура у туризму се све више схвата као основна вредност на коју се он ослања, без које не може да се развија и од које зависи, без обзира да ли је она пратећи или носећи садржај туристичке понуде. Многе мање развијене државе, почињу да развијају политику културног туризма, схватајући културни туризам као своју шансу.

Слика 1. Главни разлог путовања у 2012. години за Европљане



Извор: European Commission, Flash Eurobarometer 370 - TNS Political & Social (Attitudes of Europeans Towards Tourism), Report, 2013.

Културни сектор представља значајну ресурсну базу за развој културног туризма. Ова повезаност указује на важност развоја културног туризма за укупни развој туризма на територији града Бара. Културни сектор представља и важан део укупног економског развоја, што су многе земље препознале, улажући значајна средства за ревитализацију културног наслеђа, изградњу нових музеја, галерија, конгресних центара и друго. Оно што чини посебном туристичку понуду сваке нације, регије или локалне заједнице јесте препознатљиви културни идентитет. Основна разлика по којој се једна земља разликује од друге или по чему се један град разликује од осталих је култура народа и етничких група, језици, историја, национални споменици, веровања, обичаји и све оне специфичне локалне културне вредности које не постоје нигде друго у таквом односу и са таквим особеностима. То „изворно“ или специфично локално је у ствари оно што привлачи или не привлачи туристе. За успех у привлачењу туриста неопходно је развијати нову пословну политику, која ће културне потенцијале пласирати и учинити довољно атрактивним како би се на туристичком тржишту развијала потражња за њима (Voultzaki, 2000). Тек онда се може говорити о развијеним и осмишљеним односима између понуде и потражње. У све то морали би да се укључе партнери, са којима треба да

се заснују односи са међусобним уважавањем (Јегдић, 2010), а пре свега, на познавању и уважавању локалног културног наслеђа, историје, једном речју културног идентитета. Зато, основу сваке локалне развојне стратегије треба да представља чврста туристичка понуда која је заснована на особеностима локалних културних потенцијала (Page, Hall, 2003). Ово се у први мах чини као веома лак задатак, међутим питање идентитета није баш тако једноставно. Познато је да је у последњих неколико деценија јавна политика која је вођена, а нарочито културна политика, настојала да афирмише нови, вештачки наднационални културни идентитет. Тиме су сви посебни идентитети, како мањинских народа, тако и етничких група, села и градова стављани на маргине јавног интереса (Дојчиновић, 2005), што доводи до тога да осећај регионалне или локалне припадности није развијен. Због свега тога, мора се развити осећај припадности како би се прихватили локални потенцијали и као такви били презентовани на тржишту понуде.

Као што је познато држава није једини носилац развојних стратегија, јер су приватни и невладини сектори равноправни партнери јавног сектора, и тек у таквој једној партнерској сарадњи може да се постигне ефикасно ангажовање свих потенцијалних капацитета и ресурса. Свакако, држава игра значајну улогу у стварању услова за развој културног туризма, само треба да усмери пажњу у том правцу. Постоје многи добри примери из праксе других европских и светских земаља који су своје стратегије темељили на развоју културног туризма. Па тако многи министри култура у развијеним земљама одобравају велике количине новца локалним заједницама за развој културе и њено укључивање у туристичке токове (Дојчиновић, 2005). Тиме се локални културни потенцијали директно укључују у глобалне туристичке трендове, што градовима доноси велике развојне шансе, имиџ културног средишта и профит, а држави у улози инвеститора у економски исплативе пројекте, самосталне и развијене градове и регије које воде у децентрализацију система одлучивања. Такође, у пракси постоје и добри примери држава мање развијених, са мањим националним културним богатством, које развијају политику културног туризма. Међу њима спадају и државе из нашег окружења које своје националне културне потенцијале развијају кроз разне пројекте засноване на свести и знању о великој улози културе у развоју туризма.

Оно што општина Бар може учинити за развој културног туризма је трагање за културним ресурсима и тражити више од посећивања културних знаменитости, цркава, музеја, иако је и то неопходно. Потребно је истражити обичаје, језик, гастрономију и укључити туристу у живот локалне

заједнице како би постао истраживач локалних културних специфичности. Основни принцип такве политике културног туризма јесте коришћење локалних ресурса (Томка, 2004), те стога и Министарство културе треба да подстакне истраживање развојних потенцијала, трагајући за оним јединственим, специјалним и различитим. При томе, локалне специфичности нису лажне и вештачке већ оне треба да представљају печат општине. Развој културног туризма треба прилагодити променљивим потребама грађана али истовремено културни туризам за многе треба да представља изазов (Соопер, Халл, 2008). Дакле, потребно је извршити реформисање како би се створили услови за ефикасно ангажовање свих потенцијалних капацитета и ресурса за развој културног туризма у Бару. То се пре свега односи на стратешку оријентацију локалних органа управе на партнерску сарадњу на свим нивоима, у оквиру које треба развијати дугорочне стратешке планове одрживог развоја (Јегдић, 2010). Такође, потребно је промовисати идеје културног туризма у јавности. За развој овакве стратегије потребно је обезбедити неколико услова и то: образовање кадрова из области културе и туризма, финансирање и доношење закона у области заштите и промоције културног наслеђа (Page, Hall, 2003). То такође, подразумева равноправно учешће грађана у животу заједнице, потпуно разумевање вредности својствених наслеђу који води уважавању разноликости, толеранцији и способности превазилажења разлика (Кушен, 2010). Познато је да туризам зближава народе, јача развој идентитета и свести о значају културног наслеђа различитих народа, а истовремено подстиче уважавање различитих култура и постаје фактор толеранције. За успешну организацију културног туризма, мора се осмислити сарадња са свим секторима и актерима који учествују у организовање како би се дошло до поделе одговорности за њихово спровођење (Петрић, Микулић, 2009), као и до равноправне расподеле остварене добити. Ово је веома важно, јер је пракса до сада показала да, по правилу, културне институције улажу средства у одржавање и заштиту споменика културе, а туризам их експлоатише, а да при том остварена добит није равномерно распоређивана (Јерковић, 2009). Бројни културни потенцијали са којима располаже једна локална заједница могу и требају да буду активирани као туристички. Дугачак је списак материјалних добара и духовних вредности које се у општини Бар могу активирати и учинити привлачним за туристе. Без обзира на бројност, оне се могу сврстати у неколико група:

*Локални обичаји* – обухватају не само обичаје, већ и фолклор, музику и игру, веровања, исхрану, локална специфична јела, занаство, начин прављења вина, ракије, сира, итд. У том смислу до сада су се афирмисале неке манифестације као што су: „Маслинијада“, Фестивал вина и укљеве“, али



ту не треба стати. Ове манифестације представљају прави пример презентације локалних обичаја везаних за гастрономију.

*Археолошка налазишта, споменичко наслеђе, просторне културно-историјске целине, културни пејзажи* – Поред појединачних споменика културе, археолошких, историјских и других посебних локалитета, културна баштина обухвата и градске и културне пејзаже као културне целине. Они указују на интеракцију човека и природе и илуструју развој људске заједнице и насеља током времена. Да би туриста боље разумео и упознао једну дестинацију, треба га анимирати причама о настанку културне целине, начину живота, навикама њених становника, знаменитим људима који су ту живели и значајним историјским догађајима који су се ту одвијали. Дакле, потребно је оживети културно наслеђе како би туриста имао доживљај који ће памтити, уз писане информације које може да понесе (Larsen, 2007).

*Природна богатства* – чине све врсте лековитих биља од којих се праве чајеви (у Бару их има неколико, а најпознатија је *Румијина трава* – са планине Румија), станишта ретких животиња и птица, ловишта, посебне и ретке биљне врсте, националне паркове, итд. Познато је да туристи све више теже да посете еколошки чисте средине са очуваном природом. Скадарско језеро нуди мноштво садржаја, а чини се да није довољно искоришћено у туристичке сврхе, ако изузмемо организовање крстарења која су по правилу без услуге водича, те су тако туристи остављени на милост бродских возача који по правилу не говоре стране језике.

*Установе културе, музеји, музеји на отвореном* – у развијеним дестинацијама је одавно престало да важи правило да су музеји места где се чувају музејски предмети и колективно сећање (Дојчиновић, 2005). Они се све више баве продукцијом анимационих и комуникационих садржаја намењених музејским посетиоцима, као што су на пример, анимационе радионице или мултимедијално „причање прича“ о музејским предметима, као и разне креативне радионице (Томка, 2004). У Бару се још није изашло из традиционалних оквира појма музеј. Те стога своју шансу могу потражити управо у оваквим моделима развоја што ће сигурно и повећати ефекте пословања.

*Нова креативност и савремене уметничке форме* – савремена уметност је више него атрактивна за туристе. Разни музички фестивали модерне музике данас представљају места са озбиљним туристичким прометом. У Бару се већ, традиционално, неколико година одржава „Бар гитар фест“, а фестивал који привлачи највећи број посетилаца је свакако „Љето

са звијездама“ који претендује да постане широко познат. У том правцу савремених уметничких форми треба да се креће општина Бар.

На то колики се значај у свету придаје развоју културног туризма указује и чињеница да многе земље имају стратегијски и акциони план развоја културног туризма, са јасним задацима које треба реализовати. Процесу имплементације стратегије развоја туризма придаје се веома мали значај, и развој туризма у Бару одвија се фрагментарно. Потребно је и да јавни сектор укључи локалне заједнице у процес одлучивања, што је став у високо развијеним земљама, јер расподела моћи представља одлучујући фактор у овом процесу.

### **СИСТЕМ ЕДУКАЦИЈЕ КАДРОВА ЗА ПОТРЕБЕ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА**

Како савремени тако и туризам будућности поставља све сложеније захтеве туристичкој производњи и свим учесницима у изградњи туристичког производа (Јовичић, 2002). При том, један од основних проблема, интеграција културе и туризма не подразумева само увођење уметничких и културних садржаја у туристичку понуду, већ пре свега висок степен културе пословања у туризму, културе изградње туристичког производа и културе давања туристичких услуга (Шешић-Драгичевић, Стојковић, 1994). Култура и туризам морају постати међузависне делатности у свим могућим видовима њихове интеграције. Како би ова веза профункционалисала, потребно је у већ постојеће организационе облике увести нову пословну политику, која би туристичку привреду усмерила ка остваривању културе туристичког пословања, тј. културе изградње туристичке понуде засноване на културним и уметничким потенцијалима локалне средине (Петрић, Микулић, 2009). Основни облик савремено конципираног менаџмента културног туризма мора да се ослони на едукацију кадрова (Дојчиновић, 2005). Како би туристичка понуда била обликована по мери потреба туристичких потрошача, а у исто време била усклађена са стварним могућностима туристичког подручја, неопходно је да њени креатори поред стручних и специјалистичких знања из области културе и туризма, поседују знања, вештине и способности из других, сродних, развојних области (Cooper, Hall, 2008), као што су: економија, социологија, психологија, етнологија, саобраћај, спорт, менаџмент, маркетинг, анимација, итд. Знање је важан чинилац туристичког пословања, па се стога намеће потреба да сви учесници у креативном процесу стварања и промовисања туристичке понуде имају потребна интердисциплинарна знања, која ће перманентно

унапређивати и осавремењавати. Оспособљавање, унапређивање и стална контрола стручности и радне способности специјалистичког кадра из свих производних и непроизводних делатности у туризму, његово правилно распоређивање и усмеравање на одговарајуће задатке туристичког привређивања су основни задаци стратегије едукације (Дојчиновић, 2005). Због специфичности културног туризма да основне туристичке услуге, као што је рецимо информисање и анимација, пружа локално становништво, обученост грађана постаје императив (Ковачевић, Плавша, 2011). Потребно је да они стекну стручна, као и да прошире општа знања, као и знања о културним вредностима средине у којој живе како би туристе могли да упознају са локалним природним, етничким и другим културним вредностима.

Едуковање кадрова за потребе туризма потребно је спровести кроз добро осмишљене садржаје и редовна образовања на свим нивоима (Јерковић, 2009), уз нагласак да они нису потпуни без отварања могућности образовања уз рад, перманентног оспособљавања и тренинга, као и могућности стицања одређених знања кроз интердисциплинарне студије и специјалистичке програме. У доста сложену програму образовања треба уградити потребу али исто тако и створити могућности да се будући кадрови у културном туризму приближе стварним проблемима из праксе кроз обраду студија случајева, вођења практичне наставе и тренинга. Кроз овакав сегмент образовања отвара се могућност стицања знања и вештина која се могу употпунити и теоријским знањима и омогућити брже укључивање у пословни процес. Такође, потребно је и стварање система перманентног образовања запослених у области културног туризма кроз разне семинаре, радионице, као и кроз разне облике допунског стручног усавршавања кадрова из области културе, туризма, маркетинга, заштите споменика, екологије, спорта, урбанизма, итд. Исто тако, корисно би било оснивање локалног развојно-истраживачког центра културног туризма за стратешко истраживање и анализу развојних потенцијала општине Бар.

## **ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА СТАРОГ БАРА ПО МОДЕЛУ ХИЛАРИ Д. КРОС (*HILARY DU CROS*)**

У планирању одрживог развоја културног туризма на одређеној дестинацији од великог је значаја туристичка валоризација културних добара, односно процена њихове вредности са становишта туризма, што омогућава сагледавање могућности да се ова добра укључе у развој туризма на дестинацији (Хаџић, 2005). Туристичка валоризација културних ресурса

треба да обухвати сва културна добра на једној дестинацији. Многа културна добра претендују да постану туристички производ у културном туризму. Cros Du (2000) је увела у процес туристичке валоризације дестинације културно-туристичке субиндикаторе и степен њиховог градуирања. Циљ туристичке валоризације по моделу Х. Д. Крос је процена туристичке вредности културних добара, што омогућава сагледавање могућности да се културна добра укључе у развој туризма. Процес туристичке валоризације се односи на туристички сектор и сектор управљања културним добрима, као и за оцену робусности културних добра да прими посетиоце. Туристичка вредност је релативна и зависи од времена, простора, развијености и карактеристика туристичке тражње, али и од субјективне процене аутора (Schianetz, Kavanagh, 2008). Лоша страна валоризације могла би да буде управо та субјективност аутора, која је често узрок касније лоше организације туризма у простору који се валоризовао. За потребе овог рада урађена је туристичка валоризација, по поменутом моделу, Старог Бара како би се стекао увид у његову тржишну привлачност и робусност.

*Стари град Бар* - је једини споменик културе на подручју општине Бар који припада првој категорији заштићених непокретних културних добара, односно споменицима културе од изузетног значаја за Црну Гору. Током своје дуге историје Стари Бар је мењао више владара, а када су га Црногорци ослободили Стари Бар је практично престајао да буде насеље, јер је претрпио тешка разарања највећег броја објеката у њему који су претворени у рушевине. Полусрушени град од тада престаје да живи, а живот се постепено сели на морску обалу.

На око четири хектара простора који обухвата град индетификовано је 250 стамбених, јавних, војних и сакралних објеката насталим у различитим временским периодима (Перочевић, 2000). Стари Бар није био, попут осталих приморских градова, ситуиран на самој обали, већ удаљен од мора око 4 км. За овакво његово постављање било је неколико разлога, међу којима се нарочито издвајају постојање живе воде и рељеф терена. Најстарији троугаони део града био је опасан зидинама чији остаци и данас постоје. У његовом северном делу, на најистакнутијем месту подигнута је одбрамбена цитадела, од XX века позната под именом Татаровица. Са источне и јужне стране град је заштићен неприступачним литицама, које су биле делимично осигуране одбрамбеним зидовима, док је дуж северозападне стране град био опасан бедемима. У граду постоји неколико тргова, а сви су они сталном изградњом и преиначавањем околних грађевина, на крају и њиховим рушењем, изгубили свој првобитни облик. Два се међу њима нарочито истичу. То је трг испред колегијалне црквице светог Петра

(данас св. Јована Владимира) и трг испред катедрале светог Ђорђа. Тргова намењених продаји пијачне робе, у самом граду изгледа да није било. Трговина са сељацима обављана је, да они не би улазили у град, изван градских зидова, испред градске капије (Бошковић, 1962). За време турске власти Стари Бар је добио водовод са питком водом, који је заменио дотадашње цистерне. Тада је изграђен аквадукт - једина грађевина те врсте у Црној Гори. Од значајнијих објеката у граду Турци су, изузев аквадукта, подигли барутану, велики хамам и сахат-кулу (Касалица, 2000). У Старом граду је сачувано десетак црквених објеката, углавном у рушевинама.

Данас Стари Бар представља највећу урбану агломерацију у рушевинама у Црној Гори. Стари град Бар је за време СФРЈ проглашен спомеником културе прве категорије, међутим, тек је након земљотреса 1979. године, почела обнова појединих објеката. До сада су рестаурирани: градски бедеми, сахат-кула, цитадела, дио уз улазну капију – тзв. сценско-изложбени простор, зграда царинарнице, тзв. велика палата у северном делу града, капела уз манастирски комплекс, хамам, црква св. Петра (данас св. Јована Владимира), црква св. Венеранде, аквадукт, док је конзервирано више од 70 објеката.

## **ПРОСТОРНО КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКА ЦЕЛИНА СТАРИ БАР СУБИНДИКАТОРИ У МОДЕЛУ Х. Д. КРОС**

### 1. Туристички сектор

Тржишна привлачност Старог Бара

- Амбијент Старог града Бара је добар, а његови потенцијали нам говоре да у будућности може бити чак и одличан, те је оцена 4.
- Стари Бар је добро познат ван локалних граница, његова посећеност се повећава из године у годину, те је оцена 4.
- Стари град је важан симбол у националној историји, многи владари су га освајали и многе су се значајне битке одиграле на овом простору, што је свакако имало утицаја на историју народа са овог тла. Оцена је 4.
- Бурна историја Старог града омогућава посетиоцима да чују занимљиве приче из његове прошлости. О разним народима који су у њему живели, владарима који су га освајали, биткама које су се одвијале. Стари град представља евокативно место, те је с тога оцена 5.

- Стари град Бар се јасно диференцира од околних културних добара. Оцена 5.
- Стари град има изузетне услове за организовање разних фестивала, културног стваралаштва, фестивала класичне музике, литерарних остварења, те је оцена 5.
- Стари Бар има висок степен комплементарности са другим туристичким облицима на дестинацији (купалишни туризам, спортско-рекреативни, наутички, манифестациони...), те је оцена 5.
- Туристичка активност у региону се повећава. Међутим, мањкавост у туристичкој организацији забрињава, она је искључиво окренута љетњем туризму, оцена 3.
- Дестинација се у извесној мери асоцира са културом, те је оцена 3.

Фактори од значаја при дизајнирању производа

- Приступ културном добро је у високом степену дозвољен, међутим, нису доступни сви прилази зидинама, те је оцена 3.
- Транспорт од популационог центра до културног добра није толико приступачан, ако се узме у обзир да се управо гради нови пут који ће умногоме олакшати приступ оцена је 2.
- У близини се налазе и друга вредна културна добра, како у самом старом граду, тако и у његовој околини, те је оцена 3.
- Услугне погодности које се тичу информација, затим путокази до културног добра и освежење су веома добри (постојање неколико ресторана и кафеа), паркинг простор је мали и слабо означен, те је оцена 4.

Укупна оцена индикатора туристичког сектора је 50, односно висок је степен тржишне привлачности, што нам говори да постоје добри услови за креирање туристичког производа.

## 2. Сектор менаџмента културних добара

Културно-историјски значај

- Стари град Бар, сачуван у својим рушевинама и обновљеним појединим објектима, има велику архитектонску вредност, оцена је 2.
- Бурни историјски догађаји који су се одвијали на територији данашњег старог града указују на његову високу историјску вредност, те је оцена 2.
- Из године у годину повећава се број посетилаца у Старом Бару, међутим његова едукациона вредност још увек није максимално

кориштена, потребно је профилисати професионалне водиче – едукаторе који ће свакако допринети подизању оцене овог индикатора, те је оцена 1.

- Друштвени значај Старог Бара је велик, он представља место окупљања његовог становништва, све већи број туриста, међу којима се успоставља комуникација и разна дружења, оцена је 2.
- Проучавање историје Старог Бара представља дугогодишњи предмет интересовања бројних археолога, истакнутих историчара, што свакако указује на његов научни значај, стога је оцена 2.
- У приморском делу Црне Горе, не постоји грађевина слична овој стога она представља раритет у ширем региону, оцена је 2.
- Стари Бар доприноси репрезентативности града Бара, али у будућности он мора представљати главно обележје овог града, стога је оцена 3.

#### Робусност

- Стари Бар има могућност да прими бројне посетиоце без оштећења објекта, што говори да простор није осетљив, те је дакле оцена 4.
- С времена на време предузимају се одређене мере репарације, бројни објекти су до сада обновљени, међутим никако да се започне озбиљан пројекат његове потпуне обнове, оцена је 1.
- Не постоји конкретан план управљања овим културним добром, што је недопустиво, ако се узме у обзир значај Старог града, оцена је 1.
- Иако Стари град има приоритет у односу на друга културна добра у овом граду, регуларни мониторинг и одржавање недовољно се спроводи, оцена је 1.
- Потенцијал за текуће инвестирање и консултацију кључних стејхолдера је добар, међутим консултације и инвестирање морају бити имплементирани у оквиру планирања и спровођења туризма на дестинацији, оцена је 3.
- Могућност негативног утицаја великог броја посетилаца на физичко стање културног добра је мала, као и на животни стил и културне традиције, оцена је 5.
- Могућност да модификација, као део развоја производа има негативан утицај на физичко стање културног добра је мала, као и на стил живота и културне традиције локалне заједнице, те је оцена 5.

Укупна оцена индикатора за сектор менаџмента културних добара је 34, што представља осредњу вредност.

Табела 2. Матрица тржишне привлачности и робусности

Робусност	41 - 60	М (1,1)	М (1,2)	М (1,3)
	21 - 40	М (2,1)	М (2,2)	М (2,3)
	0 - 20	М (3,1)	М (3,2)	М (3,3)
		0 - 20	21 - 40	41 - 60
Тржишна привлачност				

Стари Бар је културно добро у категорији **М (2,3)**, што значи да је подобно за развој туризма на дестинацији. У последње време урађено је доста када је Стари град Бар у питању, међутим, то је само део амбициозног плана. Већина рестаурираних споменика у њему није у целини завршена и стављена у планирану функцију. Реализација неких важних пројеката није ни започета. Више од половине остатака градитељске баштине је до сада неистражено, угрожено и неконзервисано. Постоје планови и идеје да, студиозно ревитализовани Стари град Бар постане важно место сажимања старо-нове урбане поетике, науке, уметности, екологије, културног туризма. Такође је неопходно вршити перманентну процену утицаја туристичких активности у околини културних добара, како би се она потпуније заштитила. Менаџмент добара културног наслеђа има и велику одговорност, да се управљање овим добрима врше у складу са локалним обичајима и уз процену оптималног броја посетилаца, односно уколико је потребно, његово ограничење. Изузетно је корисно да се посетиоци детаљно информишу о значају културног добра који посећују, јер то повећава њихово поштовање ових добара, што има за последицу и њихово боље очување. Успешна презентација културних добара повећава и квалитет доживљаја туристе и подстиче жељу за поновном посетом.

## ЗАКЉУЧАК

Присутност разноврсног и бројног споменичког фонда, који употпуњује богато духовно стваралаштво, традиција и обичаји, гастрономија и фолклор, представља добру ресурсну основу за развој културног туризма у Бару. Са културно-историјским наслеђем минулих векова и цивилизација које су пошле Балкан, Бар треба промовисати као модел културног туризма који би одражавао богатство различитости, са кључном одредницом „између“ (мора и балканског горја, Истока и Запада, прошлости и садашњости, стварности и легенди...). Дакле, Бар као модел културног ту-



ризма Балкана. С обзиром на добру саобраћајну повезаност копненим и морским путем, Бар би могао постати исходиште и значајна станица за културне руте дуж обале и према унутрашњости Балкана, вођене геслом “сусрети и прожимања култура”. Оне би повезивале различите културне нише (споменици православља, култура Ислама, путеви римских императора на Балкану, византијска уметност и сл.).

Туризам у Бару мора бити базиран на локалним атрактивностима, мора бити аутентичан, такође, веома је важно да буде економски одржив и да утиче на развој локалне заједнице. Добит од културног туризма је вишеструка и огледа се кроз укључивање сопствених производа, кроз уписаност, кроз повећање средстава за очување и ревитализацију културних добара, као и побољшање услова рада културних институција, затим, кроз оживљавање традиције и демократизације културе и кроз корист од изграђене инфраструктуре за потребе туризма, коју и они могу користити. Други у низу користи су локалне организације, друштва, удружења и различите институције, које своју добит остварују наплатом различитих провизија, такси и пореза. Трећа у низу, јесте сама држава која свој интерес види у привредним токовима. Културни туризам мора имати подршку локалне заједнице, јер је домицилно становништво често најбољи промотер културног туризма на дестинацији. Међутим, развој културног туризма са собом носи обавезу да становници Бара морају постати свесни сврсисходности и добробити оваквог облика туристичких кретања, морају бити гостољубиви и за сарадњу приступачни људи. Такође, све институције морају одбацити старе навике и проћи кроз детаљно преиспитивање и реорганизацију. Приступ туристима мора бити такав да их привлачи, а не да их тера. Једна од значајних препрека може бити проблем у нестручности, неинформисаности, неколегијалности, неажурности, неорганизованости, необразованости и другим лошим особинама менаџмента и запослених у туризму. Стога образовање у домену културних добара мора бити незаобилазан дио образовања свих оних који су укључени у активности културног туризма, што се посебно односи на интерпретаторе културних добара који су у директном контакту са гостима.

## SUMMARY

### FACTORS OF CULTURAL TOURISM - A CASE STUDY: BAR, MONTENEGRO

**Cultural tourism has been recognized** as an opportunity for economic and general social development in many countries. According to the European Commission report (2013), 22% of tourists who traveled in 2012 in Europe cited culture as the main reason for their journeys. Given this fact, it is not surprising that cultural tourism is the subject of numerous studies worldwide. No matter whether culture acts as a support or as a core of tourist offer, there has been an increasing trend of seeing culture as a fundamental value in tourism without which tourism cannot be developed and on which it depends. Many less developed countries are beginning to develop a policy of cultural tourism, realizing that cultural tourism is their chance. The area of Bar municipality is a treasury of monuments which were built in various periods of time, starting from prehistory and ancient times until the present day. Among them there are Orthodox and Catholic monasteries and convents, churches, monuments of Islamic culture, forts and many more. Their protection, research, presentation and popularization should become obligatory in order to include this rich cultural heritage into the tourist offer, and preserve it for future generations. Processing of these topics will be conducted by means of the cabinet method - collecting and analysing facts from literature; as well as by personal analysis of existing data, alongside with giving policy directions for potential organization and development. The paper will use the method of tourist valorization by Hillary Du Cross, which will give a complex evaluation of selected cultural property of importance for the development of tourism in Bar.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бошковић, Ђ., *Стари Бар*, Савезни институт за заштиту споменика културе, Београд, 1962.
2. Voultzaki, M., *Innovative partnerships for sustainable urban tourism; Tourism development in urban destinations: case study of Thessaloniki*, "Tourism on Islands and Specific Destinations" International Scientific Conference University of the Aegean- School Interdepartmental Program of Post Graduate Studies in Tourism Planning, Management and Policy, Chios Island, Greece, 2000.
3. Дашић, Н., Јовичић, Д., Селективни облици туризма у Црној Гори, *Гласник српског географског друштва*, 91 (1), 2011, 135-146.
4. Дојчиновић, В., *Културни туризам – менаџмент и развојне стратегије*, Clio, Београд, 2005.

5. Galdini, R., Tourism and the city: opportunity for regeneration, *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, Volume 2, Number 2, Autumn, 2007, 95-111.
6. Голубовић-Матић, Д., Милошевић, С., *Sustainable tourism in the function of reducing the gap between the port of Bar and the city of Bar, Montenegro*, In "transformation of historical cities' functions in the context of tourism and sustainability", Publishing house - University of economy in Bydgoszcz, Poland, 2012, 139-144.
7. European Commission, Flash Eurobarometer 370 - TNS Political & Social, *Attitudes of Europeans Towards Tourism*, Report, 2013.
8. Загарчанин, М., Култ на простору Бара, *БАРС*, број 22, Бар, 2001, 18 – 19.
9. Јегдић, В., Међусекторска партнерства, услов одрживог развоја и одговор на изазове глобализације, *Социјална мисао*, 66, 2010, 153-173.
10. Јерковић, С., Развој европских урбаних туристичких система, *Гласник Српског географског друштва*, 89 (1), 2009, 21-30.
11. Јовичић, Д., *Менаџмент туристичке дестинације*, Желнид, Београд, 2002.
12. Касалица, В., *Споменичко наслеђе Бара*, Културни центар Бар, Бар, 2000.
13. Касалица, В., *Бар ризница културе*, Културни центар Бар, Бар, 2009.
14. Ковачевић, Б., Плавша, Ј., Ставови локалног становништва о креирању спортско-рекреативне туристичке понуде Шајкашке, *Гласник Српског географског друштва*, 91 (3), 2011, 92-106.
15. Кушен, Е., Сустав туристичких атракција, *Међународни зnanствено-стручни часопис Туризам*, 58 Бр. 4. 2010.
16. Larsen, S., Aspects of a Psychology of the Tourist Experience, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 7, No. 1, 2007, 7-18.
17. Мијушковић, С., *Љетопис Попа Дукљанина* (ур.), ГЗ, Титоград, 1967.
18. Милошевић, С., Тенденције у урбаном туризму, *Tims. Acta – Journal of sport sciences, tourism and wellness*, Vol 5 No 2, 2011, 61 – 69.
19. Page, S.J., Hall, M.C., *Managing Urban Touris*, Prentice Hall, Person Education, 2003.
20. Перочевевић, О., *Стари град Бар*, Културни центар Бар, Бар, 2000.
21. Петрић, Л., Микулић, Д., *Улога културног туризма у процесу урбане реорганизације*, Acta Turistica Nova, Vol. 3 No.1.
22. [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=67713](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=67713), 2009.
23. Schianetz, K., Kavanagh, L., Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems, *Journal Of Sustainable Tourism*, Vol. 16, No. 6, 2008.
24. Stanculescu, G., City image – as tourism destination, *Annals of Faculty of Economics*, vol. 4, issue 1, 2008, 1218-1222.

25. Томка, Д., *How to overcome the lack of the network of cultural destinations on the tourist map of Serbia*, Networking and partnerships in destination development at management, ATLAS, Neaples, 2004.
26. Хаџић, О., *Културни туризам*, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, 2005.
27. Cooper, С., Hall, С. М., *Contemporary tourism, an internationa approach*. ВН Elsevier. 2008.
28. Cros Du, Н., *Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism in Hong Kong*, Final Report to the Lord Wilson Heritage Trust Council, SAR. 2000.
29. Шешић-Драгичевић, М., Стојковић, Б., *Култура, Менаџмент, Анимација, Маркетинг*, Београд, Клио, 1994.
30. [www.barinfo.me](http://www.barinfo.me)
31. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
32. [www.visitbar.org](http://www.visitbar.org)

## RÉSUMÉ

In modern times one cannot imagine the business of cultural institutions without applying management and marketing culture that guarantees success in the market an economy, as well as effectiveness of operations. In the last decades cultural tourism has been perceived as an important segment which contributes to the overall development of urban centres. It is also a complementary activity that involves a variety of resources and puts them in the service of tourism products.

According to the European Commission report (2013), 22% of tourists who traveled in 2012 in Europe cited culture as the main reason for their journeys. Given this fact, it is not surprising that cultural tourism is the subject of numerous studies worldwide. No matter whether culture acts as a support or as a core of tourist offer, there has been an increasing trend of seeing culture as a fundamental value in tourism without which tourism cannot be developed and on which it depends.

Cultural tourism in many countries has been recognized as an opportunity for economic and overall development. Cultural tourism, although still considered to represent an alternative form of tourism, recorded an extremely rapid growth in the global market in recent years.

The area of Bar municipality is a treasury of monuments which were built in various periods of time from prehistory and ancient times until the present day. There are 32 cultural monuments under the state protection, registered and categorized in the area of Bar. Among these monuments there are rare building masterpieces such as monastery complexes, churches, fortifications, etc. Therefore, current situation entails a permanent necessity of taking care of, protecting, studying, presenting and popularizing these monuments, transferring the knowledge to the future generations.

This paper covers the tourist valorization of the Old town of Bar using the Hillary Du Cross method. Old Bar is built inland and shows fascinating urban solutions which have stood the test of time for centuries. For several hundred years it has been invisible, hidden among dense olive groves. There is a ruined village within Old Bar, surrounded by a wall, and the wreck of an old Venetian fortress surrounded by mosques and bazaars. The town is a Montenegrin multicultural phenomenon and the most important medieval archaeological site in the Balkan region.

Овај рад је примљен **12.03.2014.** а на састанку редакције часописа  
прихваћен за штампу **14.05.2014.** године.

