

Dr. sc. Mirza Džananović

MOGUĆNOSTI PRIMJENE DIGITALNIH TEHNOLOGIJA U PROMOCIJI SADRŽAJA KULTURNOG TURIZMA NA PODRUČJU ZDK

Sažetak

Turizam i IT sektor predstavljaju najbrže rastuće privredne grane, kako na globalnom nivou, tako i u Bosni i Hercegovini. Mogućnosti udruživanja ove dvije, na prvi pogled možda nespojive grane, su ogromne i već postoje brojni primjeri uspješnog realizovanja različitih projekata, prvenstveno kroz digitalnu promociju turističkih kapaciteta. Savremena tehnologija odavno je omogućila zaštitu kulturne baštine kroz proces digitalizacije, a globalna tendencija ide u pravcu potpunog odbacivanja izrade fizičkih promotivnih materijala u korist digitalne prezentacije turističkih kapaciteta, naročito u vidu dubinskog mapiranja. Analizom prikupljenih podataka utvrđeno je nedovoljno korištenje savremenih tehnoloških dostignuća u promociji turističkih kapaciteta Zeničko-dobojskog kantona.

Ključne riječi: *turizam, kulturna baština, digitalizacija, dubinsko mapiranje, prezentacija turističkih resursa*

Uvod

Tehnologija je već desetljećima sastavni dio života savremenog čovjeka sa tendencijom potpune digitalizacije životne svakodnevnice. Sektor informacionih tehnologija predstavlja najbrže rastuću privrednu granu na globalnom nivou, a mogućnosti primjene njenih dostignuća su, čini se, sveobuhvatne i neograničene. Turizam, a naročito kulturni turizam, je jedna od rijetkih grana privrede koja uspijeva pratiti razvoj IT sektora i svesrdno se koristiti kapacitetima koje danas pružaju digitalne tehnologije. Bosna i Hercegovina također nije izuzetak. Naprotiv, brojne analize i statistički podaci jasno ukazuju da su IT sektor i turizam ne samo najbrže rastuće, već ujedno i najperspektivnije grane privrede. Međutim, korištenje savremenih tehnologija u promociji turističkih resursa u Bosni i Hercegovini nije u potpunosti zaživjelo, uprkos određenim pomacima koji se svake godine ostvaruju. Zeničko-dobojski kanton kao središnja regija Bosne i Hercegovine i prostor sa ogromnim prirodnim i kulturnim bogatstvom, dugom historijom, brojnim arheološkim lokalitetima, bogatim spomeničkim naslijeđem,

raznovrsnim i živopisnim tradicijama i običajima, a ujedno relativno razvijenom saobraćajnom i turističkom infrastrukturom, nažalost predstavlja negativan primjer po pitanju korištenja digitalnih tehnologija u promociji pomenutih turističkih resursa. Tome svjedoče podaci prikupljeni od nadležnih kantonalnih i lokalnih organa, tijela i službi, a koji su dobijeni uz pomoć Ministarstva za obrazovanje, nauku, kulturu i sport Zeničko-dobojskog kantona.

Promotivni materijali turističkih agencija, turističke zajednice, organa vlasti i ustanove kulture na području Zeničko-dobojskog kantona

Turistička zajednica ZDK bila je krovna organizacija zadužena za razvoj turizma i promociju turističkih potencijala na području cijelog Kantona. Međutim, zbog neodređenog pravnog položaja izazvanog odlukom Ustavnog suda FBiH iz 2014. godine, rad ove organizacije je u potpunosti paralizovan.

To se vidi i po zvaničnoj web stranici (<http://www.zedoturizam.ba/index.php/bs/>) koja nije dopunjena bilo kakvim materijalima još od 2015. godine. Turistička zajednica je redovno izdavala godišnji ili dvogodišnji Info-bilten, čijih je 6 brojeva dostupno na web stranici u digitalnoj verziji, a posljednji objavljeni Info-bilten bio je za 2012-2013. godinu. Također, na stranici su dostupni i redovni godišnji izvještaji o realizovanim godišnjim aktivnostima, a posljednji dostupni je za 2015. godinu. Analizom dostupnih izvještaja moguće je utvrditi da je Turistička zajednica posvećivala dosta pažnje izradi promotivnih materijala s ciljem promocije turističkih potencijala na području Kantona, ali su i ti poslovi zamrli tokom 2015. godine. Trenutno se na stranici objavljuju samo aktuelne informacije, odnosno prenose se informacije drugih ustanova, organizacija i medija, a koji se tiču turizma.

Kada su u pitanju djelatnosti Gradova i Općina sa područja ZDK, primjetno je da se promocija turističkih potencijala sve više usmjerava ka digitalnim oblicima prezentovanja, dok izrada printanog materijala skoro da više i ne postoji. Takav pristup je u skladu sa globalnim tendencijama te ima i svoje ekonomsko opravdanje. Međutim, analizom je utvrđeno da predstavljanje turističkih potencijala nije kvalitetno izvršeno ni putem digitalnih medija. Naime, različite digitalne platforme nude velike mogućnosti intenzivnog, kvalitetnog i ciljanog prezentiranja turističke ponude uz relativno mala finansijska ulaganja.

Najjednostavniji i najrasprostranjeniji način prezentiranja turističke ponude je putem izrade specijalizovanih web stranica posvećenih isključivo turističkoj promociji, što je već ustaljena praksa u ostalim turističkim destinacijama u svijetu i Evropi, ali i u regionu (npr. Split: <https://visitsplit.com/>), te u pojedinim gradovima Bosne i Hercegovine (npr. Sarajevo:

<http://visitsarajevo.ba/?lang=en>, Banjaluka: <http://www.banjaluka-tourism.com/index.php/en/>, Mostar: <http://www.visitmostar.net/>).

U ZDK jedino je Vareš prepoznao takav način promocije turističkih potencijala i izradio namjensku stranicu (<http://visitvares.com/>) sa izrazito modernim dizajnom i vizuelnim identitetom, kvalitetnim i preciznim informacijama na bosanskom i engleskom jeziku, uz mnoštvo informacija o najvažnijim turističkim atrakcijama, smještajnim kapacitetima, gastro ponudom i slično. Nažalost, ostali gradovi i općine u ZDK nisu uradili ništa slično, iako vareška stranica definitivno može biti uzor i drugim većim turističkim centrima u Bosni i Hercegovini. Nešto više pažnje promociji pojedinačnih lokacija ili objekata od značaja za turizam posvetile su pojedine kulturne institucije poput Muzeja grada Zenice ili Zavičajnog muzeja u Visokom, a u Zenici je također Zenička razvojna agencija (ZEDA) radila nekoliko promotivnih materijala koji su se ticali, manje ili više, turističke ponude u gradu. Iz pregledanih dostupnih materijala može se vidjeti da su svi kapaciteti u gradu usmjereni ka promociji Tvrđave Vranduk, kao najznačajnijeg turističkog resursa. Izrađeno je više promotivnih brošura u printanoj formi posvećenih turističkoj ponudi Zenice, u kojima je najviše prostora posvećeno Vranduku, ali je izrađen još veći broj brošura sa isključivom namjenom promocije same tvrđave. Poseban značaj imaju brošure izrađene 2011. godine, (Vranduk – Ženska strana povijesti), koja je urađena dvojezično (uporedni tekstovi na bosanskom i engleskom jeziku), te brošura objavljena 2018. godine (Vranduk – Kraljevski grad), koja je urađena trojezično (uporedni tekstovi na bosanskom, engleskom i njemačkom jeziku). Time su kapaciteti turističke ponude na tvrđavi Vranduk približeni i potencijalnim posjetiocima izvan bosanskohercegovačkog govornog područja. Ipak, uprkos sličnim brošurama urađenim i u drugim gradovima ZDK, još uvijek ima dosta prostora za napredak kako bi se sustigle čak i općine i gradovi iz susjednih kantona.

Kao dobar primjer kvalitetne promocije turističkih resursa u printanoj formi može poslužiti brošura Jajce koju je izdala JU „Agencija za kulturno-povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“. Brošura je urađena trojezično (uporedni tekstovi na bosanskom, engleskom i njemačkom jeziku) i predstavlja izrazito kvalitetan i cjelokupan pregled turističke ponude u Jajcu od osnovnih informacija o prošlosti i sadašnjosti grada, turističke ponude (kulturne baštine, kulturnih institucija, prirodnih ljepota, sportskih i rekreativnih ustanova, terena i lokacija, gastronomske ponude te preciznog kalendara godišnjih događaja u gradu), smještajnih kapaciteta, kontakt telefona najvažnijih institucija (servisnih, kulturnih itd) u gradu, te mini mapu Jajca za jednostavnu orijentaciju po gradu. Sličnih brošura nismo pronašli u gradovima i općinama iz ZDK.

Postojeći modeli digitalnog mapiranja sadržaja kulturnog turizma u turističkoj ponudi na području Zeničko-dobojskog kantona

Kako bi se utvrdilo eventualno postojanje nekog modela digitalnog mapiranja sadržaja kulturnog turizma u turističkoj ponudi izvršena je analiza zastupljenosti oblasti turizma na zvaničnim web stranicama gradova i općina na području ZDK. Utvrđeno je da 8 od 12 administrativnih jedinica (gradova i općina) na svojim zvaničnim web stranicama ima određenu sekciju posvećenu turizmu ili nekom obliku prezentacije turističke ponude, s tim da na 3 web stranice sekcija turizam, iako predviđena, u principu nema sadržaja ili uopće nije u funkciji. Međutim, model prezentovanja turističke ponude i na stranicama općina koje su to uradile je vrlo primitivan i sastoji se od nabrojavanja nekoliko najvažnijih turističkih lokacija sa jednom ili dvije fotografije i kratkim tekstom o svakom lokalitetu. U principu, sasvim je opravdano zaključiti da niti jedna općina ili grad sa područja ZDK nisu kvalitetno prezentovali turističke potencijale, izuzev Općine Vareš koja je formirala specijalizovanu i vrlo kvalitetnu web stranicu <http://visitvares.com/>.

U skladu sa prethodno navedenim prikupljenim podacima bilo je iluzorno očekivati postojanje nekog kompleksnijeg, ali kvalitetnijeg oblika promocije turističke ponude. Analizom nije utvrđeno korištenje bilo kakvog modela digitalnog mapiranja sadržaja kulturnog turizma u turističkoj ponudi na bilo kojem nivou (kantonalnom, gradskom, općinskom ili u nevladinom sektoru). To i nije veliko iznenađenje s obzirom da je proces prelaska sa tradicionalnog modela promocije putem biltena, brošura i sličnih fizičkih materijala, na savremeniji digitalni oblik još uvijek u toku. Doduše, postavlja se pitanje koliko je uopće razvijena svijest o prednostima koje tehnologija digitalnog mapiranja pruža, te da li postoje kadrovske i tehničke mogućnosti za ulazak u razvoj jednog takvog projekta.

Zaključak

Uprkos velikim turističkim potencijalima, povoljnom geografskom položaju i relativno razvijenom saobraćajnom infrastrukturu lokalne zajednice nisu u dovoljnoj mjeri posvećene razvoju turizma. Primijetni su pozitivni pomaci, naročito na polju osavremenjavanja pristupa promocije postepenim prelaskom na isključivo digitalne oblike prezentacije turističkih resursa. Također, uočava se povećano zanimanje lokalnih zajednica, kulturnih organizacija i nevladinog sektora za različite aspekte proširenja i unapređenja turističke ponude. Ipak, još uvijek je prisutan ogroman prostor za napredak, naročito po pitanju korištenja još modernijih ali i kompleksnijih oblika promocije poput korištenja tehnologije dubinskog digitalnog mapiranja. Trenutno nije utvrđeno prisustvo nikakvog plana ili projekta koji bi podrazumijevao korištenje

kapaciteta digitalnog mapiranja. Snažan poticaj prelasku na savremenije tehnologije možda bi bilo organizovanje stručnih edukacija osoba koje rade u sektoru turizma u pomenutim lokalnim zajednicama.

Literatura

Izvori

1. Jajce – Bosnia and Herzegovina, turistička brošura, JU „Agencija za kulturno-povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“ (dostupan na: <http://www.agencija-jajce.ba/images/pdf/pdf-vodic-Jajce.pdf>)
2. Vranduk, Ženska strana povijesti – Vranduk, A Feminine Side of History, Agencija za ekonomski razvoj ZEDA Zenica, Zenica, 2011
3. Vranduk, Kraljevski grad – The Royal City of Vranduk – Die Konigsstadt Vranduk, Ju , Muzej grada Zenice“, Zenica, 2018

Internet

1. <http://www.banjaluka-tourism.com/index.php/en/> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)
2. <http://www.visitmostar.net/> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)
3. <http://visitsarajevo.ba/?lang=en> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)
4. <https://visitsplit.com/> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)
5. <http://visitvares.com/> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)
6. <http://www.zedoturizam.ba/index.php/bs/> (pristupljeno 20. oktobra 2018. godine)

THE POSSIBILITIES OF APPLYING DIGITAL TECHNOLOGIES IN PROMOTING CONTENTS OF CULTURAL TOURISM IN THE AREA OF ZENICA-DOBOJ CANTON

Abstract

Tourism and IT sector represent the fastest growing branches of economy, both globally and in Bosnia and Herzegovina. The possibilities of these two, at first glance incompatible branches, are enormous and there are already numerous instances of successful realization of different projects, primarily through the digital promotion of tourist capacities. A long time ago, modern technology has enabled the protection of cultural heritage through the process of digitalization, and the global tendency is aimed at completely rejecting the production of

physical promotional materials in favor of digital presentation of tourist capacities, especially those in the form of deep mapping. Through the analysis of the gathered data, we revealed the insufficient use of all modern technological achievements in promoting the tourist capacities of the Zenica-Doboj Canton.

Keywords: *tourism, cultural heritage, digitalization, depth mapping, presentation of tourist resources*