

ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА УРБАНИХ ЦЕНТРА БАЧКЕ

TOURIST VALORIZATION OF URBAN CENTRES IN BAČKA

Пивац, Т.*

Резиме

Посебно место у културним туристичким кретањима, припада старим градским језгрима, или урбаним центрима, која су незаобилазан део посете неком граду. Они су најдинамичнији и највитаљнији делови градског простора, и по правилу, његови најстарији делови. У њима се налази највећи број културно-историјских објеката, установа културе и најпогоднија су места за одржавање бројних и разноврсних манифестација. У свим градовима у Бачкој има културних догађања, у неким више, а у неким мање, али ипак нема право културног туризма. Разлог томе је што наша културна добра и програми културног карактера још увек нису претворени у програме, туристичке производе као једна осмишљена и заокружена целина која би задовољила домаће, а камоли страно тржиште.

У раду је спроведена туристичка валоризација, која је реализована применом квантитативно-квалитативне методе, а односи се на девет градова у Бачкој (Нови Сад, Суботица, Сомбор, Апатин, Бачка Топола, Бечеј, Кањижа, Сента, Бачка Паланка). Добијени резултати указују на тренутно стање и место наших градова у туристичким кретањима.

Кључне речи: Бачка, урбани центри, туристичка валоризација

Abstract

Old city centres or urban centres occupy unique position within cultural tourist travels, for being unavoidable part of town visits. They stand for the most dynamic and vital parts of the towns' area, and as a rule, their oldest parts as well. Most of the cultural and historic monuments, and cultural institutions are situated there. Also the centres are the most convenient sites for numerous and various happenings. More or less, there are cultural happenings in all the towns of Backa, but still they lack in real cultural tourism. The reason lies in the fact that our cultural assets and programmes of cultural content have not been turned into tourist products as a well-defined and grounded units which would satisfy both domestic and foreign markets.

* Мр Татјана Пивац, ПМФ, Департамент за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад

This work applies the method of tourist valorization that was achieved through the application of quantitative-qualitative method and which refers to nine cities in Backa (Novi Sad, Subotica, Sombor, Apatin, Bačka Topola, Bečej, Kanjiža, Senta, Bačka Palanka). The results obtained show the present condition and place of our cities in tourism movements.

Key words: Backa region, urban centres, tourist valorization

Увод

У културним туристичким кретањима, значајно место заузимају стара градска језгра, или урбани центри, која су незаобилазан део посете неком граду. Центри градова су најдинамичнији и највиталнији делови градског простора, и по правилу, његови најстарији делови. Њихов развој и трансформације су непрекидан и врло сложен процес, који одражава све промене кроз које друштво пролази. У њима се налази највећи број културно-историјских објеката, установа културе и најпогоднија су места за одржавање бројних и разноврсних манифестација. Стара језгра градова припадају просторно културно-историјским целинама. Просторно културно-историјска целина јесте урбано или рурално насеље или њихови делови, односно простор са више непокретних културних добара од посебног културног и историјског значаја.

На преласку из XVIII у XIX век, на јужном ободу Панонске низије почела су да се формирају типична градска језгра са читавим ансамблима зграда, богатих људи и званичника, институција у барокном, а затим у класичном стилу. Део овог и оваквог градског, архитектонског, споменичког блага је сачуван до данас у облику “стarih” градских језгара, појединих улица или појединачних зграда, које чине урбано језгро, језгро настанка и развоја неког града. Нека од њих су у досадашњој културолошкој и туристичкој валоризацији створиле одговарајући имиџ и увелико су препознатљива, као што су Нови Сад, Сомбор, Суботица. Нека од њих се налазе и под заштитом. Градови Бачке су настајали и трају у специфичним природним, историјским и друштвеним околностима. Те околности су утицале на формирање специфичне физиономије градова. Сам изглед, стилови градње и начин живота ових градова носе обележја која се разликују од других градова наше земље. Наши градови, нарочито њихова стара језгра, са карактеристикама провинцијализма појединих европских праваца, у великој мери су задржала своје основне црте. Чине га објекти архитектуре од великог културно-историјског значаја. Иако поседују велике вредности, градска језгра Бачке, још увек нису или су у малој мери присутна на туристичком тржишту.

Градови у нашој земљи имају богато културно наслеђе. Историјска збивања и присуство различитих цивилизација на овим просторима оставили су нам вредну структуру споменичких вредности из разних периода цивилизације. Међутим, поставља се питање колико су наши градови са својим културним наслеђем отворени за туристе? Да ли градови у Бачкој поседују довољно атрактивну културну баштину, музеје, галерије и интересантне манифестације? Да ли ови градови могу бити места посете? Какав је производ који они нуде?

Поступак туристичке валоризације

Када се говори о туристичкој валоризацији пре свега се мисли на туристичке атрактивности који се као објекти или појаве могу привредно експлоатисати или су то објекти или појаве који имају шири друштвени значај, па таквим својим значајем представљају својеврсну корист.

Туристичка валоризација је у директној вези са туристичким атрактивностима. Уколико је већа атрактивност, по правилу је већа и вредност.

Валоризација представља скуп мера које се предузимају ради одржања и повећања неке вредности туристичких атрактивности. То су туристичке атрактивности које се економски могу експлоатисати, мада су то најчешће вредности ширег друштвеног значаја као што су то у овом случају монументални споменици. Валоризација подразумева и све оне мере које се свесно предузимају ради очувања и повећања туристичких вредности, све до њиховог економског ефектирања, а то онда аутоматски укључује низ економских мера, као што су инвестиције, организација делатности и слично.

Резултат туристичке валоризације је туристичка вредност неког културног добра. На основу резултата основних елемената туристичке валоризације, приступа се вредновању тих елемената у циљу формирања опште туристичке вредности. Вредновање је вршено применом упоредно-компаративног метода. Основни принципи ове сложене методе су:

- могу се поредити само туристичке атрактивности исте врсте;
- морају се утврдити елементи на основу којих ће се вршити вредновање и поређење;
- у систем компарације морају се уврстити највише афирмисани мотиви, најближи и неки други карактеристични мотиви;
- може се применити и принцип комплементарности укључивањем у вредновање мотива друге врсте (Томка, 1998).

Да би извршили туристичку валоризацију културно-историјских споменика типа просторних целина, какви су и урбани центри, неопходни су следећи елементи:

1. туристичко-географски положај (подразумева просторни положај градова у односу на ужу и ширу географску регију-матична места туриста, националне границе и граничне прелазе, међународне путне правце, приступачност). Овај елемент је један од најбитнијих чинилаца приликом афирмације туристичких простора.
2. уметничке вредности (вредновање естетских квалитета, монументалност објеката, као и раритетност и очуваност истих чиме расте њихова укупна вредност)
3. културно-историјски значај (ослања се на чињенице које потичу из историје простора, значај старог језгра за одржавање разних природби и манифестација)
4. туристичка вредност амбијента у коме се споменик налази је битна претпоставка туристичке валоризације, јер допуњује основне уметничке вредности. Вреднују се уређеност објеката, разноликост, очуваност)
5. туристичка атрактивност и препознатљивост су неопходни за валоризацију и употребљавају се у оцењивању знаменитости и привлачности за туристе као и степен туристичке посећености.
6. уређеност и опремљеност простора (подразумева ниво изграђености туристичких основних и допунских објеката: постојање информативних табли, одморишта, чесми и сл.)
7. уклопљеност у туристичко богатство (процена туристичке вредности комплементарних мотива исте дестинације (ова процена се врши у циљу утврђивања комплементарности или конкурентности других мотива, а што утиче на обједињавање туристичке понуде или на сегментацију тржишта)

Оцене, унапред постављених елемената валоризације, се крећу у распону од 1 до 5 и означавају значај саме дестинације:

Оцена 1 (недовољан квалитет) – није за туристичку презентацију;

Оцена 2 (квалитет задовољава) – локални туристички значај;

Оцена 3 (добар квалитет) – регионални значај;

Оцена 4 (врло добар квалитет) – шири регионални значај, национални значај;

Оцена 5 (одличан квалитет) – међународни туристички значај.

Туристичку валоризацију је спровео сам аутор, а извршили су је стручна лица. У сваком граду анкету су попуњавала по три експерта:

- туристички радник (лице запослено у Туристичкој организацији, Туристичком информативном центру или туристичкој агенцији),
- особа запослена у установи културе (музеј, галерија, Завод за заштиту споменика културе)
- особа која ради у Општини (одељење за привреду или покрајински секретаријат).

Елементи туристичке валоризације, за сваки урбани центар, су валоризовани, а затим табеларно приказани. Приказана је просечна оцена сваког валоризованог града. Добијене вредности изражавају тренутно стање, могућност једноставног сагледавања слабих и каквих тачака појединачног туристичког потенцијала.

*Табела 1. Туристичка валоризација
Новог Сада*

Table 1. Tourist valorization of Novi Sad

Елементи туристичке валоризације	Нови Сад
Туристичко-географски положај	4,33
Уметничке вредности	4,33
Културно-историјски значај	3,66
Амбијент	3,66
Атрактивност и препознатљивост	4
Уређеност и опремљеност простора	2
Уклопљеност у туристичко богатство	4

*Табела 2. Туристичка валоризација
Сомбора*

Table 2. Tourist valorization of Sombora

Елементи туристичке валоризације	Сомбор
Туристичко-географски положај	4,33
Уметничке вредности	4
Културно-историјски значај	4,66
Амбијент	4
Атрактивност и препознатљивост	4
Уређеност и опремљеност простора	2,33
Уклопљеност у туристичко богатство	3,66

*Табела 3. Туристичка валоризација
Суботице*

Table 3. Tourist valorization of Subotica

Елементи туристичке валоризације	Суботица
Туристичко-географски положај	5
Уметничке вредности	3,66
Културно-историјски значај	3
Амбијент	5
Атрактивност и препознатљивост	4,66
Уређеност и опремљеност простора	3,66
Уклопљеност у туристичко богатство	4,33

*Табела 4. Туристичка валоризација
Апатина*

Table 4. Tourist valorization of Apatin

Елементи туристичке валоризације	Апатин
Туристичко-географски положај	4
Уметничке вредности	3,66
Културно-историјски значај	4,33
Амбијент	3
Атрактивност и препознатљивост	3
Уређеност и опремљеност простора	2,33
Уклопљеност у туристичко богатство	4

Табела 5. Туристичка валоризација
Бачке Тополе

Table 5. Tourist valorization of Backa Topola

Елементи туристичке валоризације	Бачка Топола
Туристичко-географски положај	3,66
Уметничке вредности	3
Културно-историјски значај	2,66
Амбијент	2,33
Атрактивност и препознатљивост	2,66
Уређеност и опремљеност простора	2,33
Уклопљеност у туристичко богатство	2,33

Табела 6. Туристичка валоризација
Сента

Table 6. Tourist valorization of Senta

Елементи туристичке валоризације	Сента
Туристичко-географски положај	3,33
Уметничке вредности	3,33
Културно-историјски значај	4,33
Амбијент	4
Атрактивност и препознатљивост	3
Уређеност и опремљеност простора	2
Уклопљеност у туристичко богатство	3,33

Табела 7. Туристичка валоризација Бечеја

Table 7. Tourist valorization of Becej

Елементи туристичке валоризације	Бечеј
Туристичко-географски положај	3,33
Уметничке вредности	3,66
Културно-историјски значај	3,66
Амбијент	3,66
Атрактивност и препознатљивост	3,66
Уређеност и опремљеност простора	2,33
Уклопљеност у туристичко богатство	3,33

Табела 8. Туристичка валоризација Кањижа

Table 8. Tourist valorization of Kanjiza

Елементи туристичке валоризације	Кањижа
Туристичко-географски положај	3
Уметничке вредности	2,66
Културно-историјски значај	3
Амбијент	2,33
Атрактивност и препознатљивост	3,33
Уређеност и опремљеност простора	2
Уклопљеност у туристичко богатство	3

Табела 9. Туристичка валоризација Бачке Паланке

Table 9. Tourist valorization of Backa Palanka

Елементи туристичке валоризације	Бачка Паланка
Туристичко-географски положај	5
Уметничке вредности	3
Културно-историјски значај	4
Амбијент	4,33
Атрактивност и препознатљивост	3
Уређеност и опремљеност простора	2,66
Уклопљеност у туристичко богатство	4

Највећу оцену (5) за *туристичко-географски положај* имају **Суботица и Бачка Паланка**. У непосредној близини Суботице се налази српско-мађарска граница и најпрометнија међународна саобраћајница-пут Е 75. Од великог значаја је и пруга Суботица-Будимпешта. Суботица, као погранично место је изузетно важно транзитно место. Повољан туристичко-географски положај, Бачка Паланка, дугује реци Дунав и близини ауто-пута Београд-Загреб. У протеклих десетак година положај Бачке Паланке није био повољан због ратних дешавања и близине границе са Хрватском, али успостављањем политичких, економских и других веза са нашим суседима, као и обнављањем порушеног моста "25.мај" ка Илоку, Бачка Паланка има изванредан значај за транзитни туризам. Висока оцена туристичко-географског положаја Новог Сада (4,66) указује на чињеницу да је **Нови Сад** важна раскрсница копнених, водених и железничких путева у Војводини. Велики значај за град, али још увек недовољно искоришћен, има река Дунав. Све већи број иностраних туристичких бродова пристаје уз обале Новог Сада. Ове туристе је потребно на што бољи начин прихватити, угостити и показати им све што Нови Сад и околина могу да им понуде.

Код оцењивања туристичко географског положаја примећује се врло субјективна оцена анкетираних лица из Бачке Паланке. Без обзира на бројне повољне факторе положаја Бачке Паланке, ипак Нови Сад има далеко повољнији положај који се огледа: у близини аеродрома (удаљен је око 65 km), близини главног града Београда (80 km), кроз Нови Сад пролази међународна саобраћајница Е-75, значајан је и као раскрсница железничког саобраћаја.

Нови Сад има највећу оцену (4,33) за своје *уметничке вредности* што потврђује чињеница да већина објеката у центру града има карактеристике архитектонске монументалности и историјског значаја. На другом месту, према оценама компетентних људи, се налази Сомбор (4), а треће место заузимају Суботица, Апатин и Бечеј (3,66), места чији се строги центри налазе под заштитом Републичког завода за заштиту споменика културе. Сомбор и Суботица се нарочито истичу естетским квалитетима и раритетношћу објеката, Суботица пре свега због бројних грађевина које су грађене у стилу мађарске варијанте сецесије, а Сомбор са градитељским наслеђем барока, класицизма, еклектике, сецесије и модерне.

Оцена *културно-историјског значаја* градова изненађује, јер су највише оцењени **Сомбор и Сента** (4,66). Међутим, то су градови који имају дугу и веома богату историју и за које се везују значајни историјски догађаји. Такође, у њима су рођени и у њима су живели познати српски уметници (писци, сликари).

Према *амбијенту* у коме се градско језгро налази градови су оцењени: **Суботица** (5), **Бачка Паланка** (4,33), Сомбор и Сента (4). Као параметри су узети уређеност, разноликост и очуваност објеката (поштовање и заштита ликовних и урбаних вредности и њихово истицање и уклапање приликом интервенција у градском језгру), као и коришћење природних вредности парковског зеленила и дрвореда ради оплемењивања животне средине.

Суботица, Нови Сад и Сомбор имају највише оцене за *атрактивност и препознатљивост*. Ови градови су најпривлачнији за посетиоце што илуструју и табеле промета домаћих и страних туриста.

Важан елемент обликовања урбаног простора представља урбана опрема при чему треба тежити ка типизирању елемената и експлоатацији традиционалних мотива и облика средине, чиме се добија препознатљивост и визуелни идентитет. *Уређеност и опремљеност* анализираних градова је веома ниска и креће се од 2 до 3,66. Највишу оцену има **Суботица**. Ово је показатељ да надлежни органи малу пажњу посвећују уређености старог градског језгра. Потребно је постављање информативних пунктова, информативних табли, одговарајућих табли на зградама које се налазе под заштитом или у којима су рођени или живели познати грађани, постављање одморишта, чесми, канти за ђубре и сл. Посебну пажњу треба обратити на осветљење најзначајнијих објеката.

Последњи елемент туристичке валоризације је *уклопљеност у туристичко богатство*. Према туристичким вредностима комплементарних мотива, који су значајни за обједињавање туристичке понуде, градови са највећим оценама су: **Суботица** (4,33), **Нови Сад, Апатин и Бачка**

Паланка (4). Ови градови су, захваљујући пре свега природним потенцијалима своје непосредне околине (Палић, Лудашко језеро, Фрушка гора, Дунав), од стране стручњака добили највише оцене.

Полазећи од претпоставке да су анкетирана стручна лица, у својој оцени елемената туристичке валоризације, субјективни и пристрасни свако према свом граду, туристичку валоризацију су извршили и експерти из различитих области из Новог Сада за свако обрађивано место.

Туристичку валоризацију су извршили:

- професор историје на Факултету,
- магистар просторног планирања-стручни сарадник (ЈП Завод за урбанизам Војводине),
- магистар географских наука-стручни сарадник за културни туризам (Покрајински секретаријат за образовање и културу),
- документариста (Покрајински завод за заштиту споменика културе),
- дипломирани географ-туризмолог (Туристичка организација Војводине).

Табела 10. Туристичка валоризација градова Бачке
Table 10. Tourist valorization of urban centres in Backa

Елементи туристичке валоризације	Нови Сад	Суботица	Сомбор	Бачка Топола	Бачка Паланка	Апатин	Сента	Кањижа	Бечеј
Туристичко-географски положај	4,8	4,6	3,4	3,4	3,4	3,4	3	3,2	3,2
Уметничке вредности	4,8	4,6	4	2,6	2,8	2,6	2,8	2,6	3,2
Културно-историјски значај	4,6	4,2	3,4	2,6	2,6	2,6	2,6	2,8	2,8
Амбијент	4,4	4,6	4,2	2,6	2,4	2,8	2,6	2,4	2,6
Атрактивност и препознатљивост	4,8	4,6	4	2,8	2,4	3,2	2,4	3,2	3
Уређеност и опремљеност простора	3,8	4,2	3,4	2,8	2,4	2,6	2,6	3	2,6
Уклопљеност у тур. богатство	4,2	4,4	3,8	3	2,8	3	2,8	3,2	2,8
Општа туристичка вредност	4,5	4,5	3,8	2,8	2,4	2,9	2,7	2,9	2,9

Градове у Бачкој, према општој туристичкој вредности, можемо да поделимо у две групе:

Првој групи припадају Нови Сад, Суботица и Сомбор. Ови градови су у оцени свих елемената туристичке валоризације добили високе оцене, те можемо да закључимо да имају аутентично старо градско језгро, са бројним историјским објектима и уметничким вредностима имају највеће могућности за развој градског туризма.

Другој групи припадају Апатин, Бечеј, Кањижа, Бачка Топола, Сента и Бачка Паланка. Општа туристичка вредност ових градова је испод 3. Они имају добре потенцијале, нарочито туристичко-географски положај. У близини ових насеља се налазе вредни природни и антропогени туристички потенцијали. Апатин се не може валоризовати без Горњег Подунавља и локалног етноса (Срби, Немци, Мађари, Роми, Хрвати-Шокци), Бечеј без дворца Дунђерских-Фантаст, Кањижа без лековитих вода бање, Сента без Тисе и Бачка Паланка без Дунава и Челарева.

Сви анкетирани су поред оцене елемената туристичке валоризације, морали да одговоре на питање који од наведених градова имају најбољу могућност за развој културног туризма, а који најмању, и да наведу по три града. Нови Сад је за 33% испитаника град који има највеће

могућности за развој културног туризма, затим следе Суботица са 28% и Сомбор са 19%. Најмање могућности за развој овог облика туризма имају Бачка Паланка са 23%, Бачка Топола са 22% и Кањижа са 19%

Претходно приказани и анализирани подаци нам указују на чињеницу да се наши градови не искоришћавају на онај економски начин какав би требало да постоји. Да би туристичке вредности постале економски вредности, односно да би од потенцијалног стања прешле у економску вредност, потребна су улагања превасходно у туристичко опремање простора, враћање евокативних успомена минулих векова на ове просторе и сврсисходно презентовање туристичких мотива.

Закључак

На туристичкој мапи света постоји велики број малих дестинација које нуде аутентичност, раритетност, очуван простор и културни идентитет. Једна од тих дестинација могу бити и очувана градска језгра Бачке. У Бачкој постоје одличне могућности за развој градског туризма, који у себи садржи елементе културног туризма. Градови су комплексне (самосталне) антропогене туристичке вредности. Они су на неки начин огледала прошлости, садашњости и наговештај будућности. Они се састоје од мозаика разних мотива, па туриста са сплетом својих интересовања, или другачије речено, лепезом својих туристичких потреба, у градовима као туристичким дестинацијама може концентрисано те потребе и да задовољи. Градови достижу комплексност своје туристичке вредности кроз појединачне сегменте: археолошке, уметничке, архитектонске, етнографске, споменичке и друге вредности.

У свим градовима у Бачкој има културних догађања, у неким више, а у неким мање, али ипак постоје, али ипак нема правог културног туризма. Туристички развој не одговара културним вредностима дестинација. Разлог томе је што наша културна добра и програми културног карактера још увек нису претворени у програме, туристичке производе као једна осмишљена и заокружена целина која би задовољила домаће, а камоли страном тржиште.

Такође, наши градови нису на адекватан начин туристички уређени, немају одговарајућу материјалну базу, инфраструктуру и туристичку надоградњу која одговара нивоу културног значаја. Да би се недостаци превазишли, морају се спровести одговарајући задаци како би у скорје време могли да говоримо о градском, културном туризму:

- курсеви обучавања за менаџере културних добара,
- дизајнирање регионалних културних рута (пр. Путевима музеја, Путевима барока, Путевима сецесије и сл),
- промоција гастрономије,
- оснивање тематских паркова,
- побољшање инфраструктуре,
- стварање квалитетнијег хотелског смештаја,
- ефективна кооперација јавног и приватног сектора.

Културна добра треба доживљавати у њиховом тоталитету, као објекте и као просторе у којима се некада нешто збивало, па зашто се не би збивало и данас? Промоција културних добара у туризму би подразумевала ревитализацију објеката, оживљавање, уношење компоненте осмишљених активности у простор.

Културно наслеђе треба и мора да буде отворено за туристе, али уз обавезу очувања тог добра. Још нисмо искористили у туризму све могућности нашег културног наслеђа и зато нам је потребна потпунија и комплекснија сарадња заштите културног наслеђа и туризма, како би се културна баштина нашла у улози снаге која подстиче бржи и свеобухватнији развој

туристичке привреде, за коју се предвиђа да ће у XXI веку бити највећи извозник у светској привреди.

Литература

- Пивац, Т. (2004): Туристичка атрактивност урбаних центара Бачке као значајног потенцијала развоја градског туризма, магистарска теза, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
- Томка, Д. (1998): Култура кроз простор, време и туризам, Институт за географију, Нови Сад
- Томка, Д. (1999): Културни туризам данас-или где је место културног туризма Југославије у свету, Туризам бр.3, Институт за географију, Нови Сад
- Томка, Д. (2000): Просторне културно-историјске целине-шанса за културни туризам Југославије, Туризам бр.4, Институт за географију, Нови Сад
- Томка, Д. (1996): Туристичка промоција културних добара, Зборник радова са научног скупа са међународним учешћем "Туристички потенцијали Југославије", ПМФ, Институт за географију, Нови Сад