UNIVERZITET U SARAJEVU

FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

ODSJEK POLITOLOGIJA

ULOGA RATNOG TURIZMA U OBNOVI MEĐUETNIČKOG POVJERENJA U POSTKONFLIKTNIM DRUŠTVIMA

- *Novembar 2019.* -

Kandidatkinja

Ruba Velagić

Broj Indexa:

880/p

Mentorica

doc. dr. Sarina Bakić

Sadržaj:

I. Teorijske osnove rada.....4

II. Metodološki okvir rada

1. Problem istraživanja.....6
2. Predmet istraživanja.....8
   2.1. Kategorijalno pojmovni sistem.....8
3. Ciljevi istraživanja
   3.1. Naučni cilj.....10
   3.2. Društveni cilj.....11
4. Sistem hipoteza
   4.1. Generalna hipoteza.....11
   4.2. Posebne-pojedinačne hipoteze.....11
   4.3. Sistem varijabli.....12
5. Način istaživanja/Metodologija.....12
6. Vremensko i prostorno određenje istaživanja.....13

Prvi dio

1. Odnos međunarodnih odnosa i turizma.....13
2. Uloga turizma u rehabilitaciji postkonfliktnih društva.....14
3. Razvoj dark turizma u post-konfliktnim društvima: vrste, odredišta, ideje.....15
   3.1.Srebrenica – Potočari.....16
4. Kreiranje identiteta post-konfliktne države u međunarodnim odnosima: povjerenje u sigurnost turističkih destinacija.....18
5. Izgradnja održivog mira kroz obilježavanje mjesta stradanja i njihov turistički potencijal.....19

Drugi dio

1. Potencijali za razvoj ratnog turizma u post-konfliktnoj Bosni i Hercegovini.....21
   1.1. Mostar – restauracija urušenih društvenih odnosa.....22
   1.2. Sarajevo – opsada kao brend.....23
2. Nacionalistički diskurs i razjedinjeni pogledi na ratnu prošlost u „turističkom storytelling-u“.....26

3. Državne, federalne i kantonalne institucije u službi razvoja i promocije turizma Bosne i Hercegovine u svijetu.....27
4. Brendiranje i imidž: suvenir iz post-konfliktne Bosne.....28

Treći dio

1. Analiza teorijskog dijela.....30
2. Intervju: Agencija Insider (Sarajevo); Muzej ratnog djetinjstva (Sarajevo) Agencija Ihouse-travel (Mostar).....30
   2.1. Analiza podataka iz sprovedenih intervjua.....40
3. Anketa: strani turisti nakon posjete Bosni i Hercegovini/uzorak od oko 100.....41
   3.1. Analiza rezultata anketnog istraživanja.....48
4. Suvenir shopovi/Agencije – PHOTO.....49

ZAKLJUČAK

...

1. Inicijalni spisak literature
2. Kraća biografija kandidatkinje
3. Izjava o autentičnosti radova

I. Teorijske osnove rada

Proučavanje međunarodnih odnosa ima širok raspon teorijskih pristupa. Neki nastaju iz same discipline; drugi su uvezeni, u cijelosti ili djelomično - iz disciplina kao što su ekonomija društvena antropologija ili sociologija. Doista, malo je društvenih naučnih teorija koje nisu primijenjene na proučavanje odnosa među narodima. U moru teorijske građe, isprepliču se različiti aspekti sa kojih promatramo društvene fenomene. Nastanak i rezultat konflikta, odnosno sukoba između suverenih država ili gerilskih grupa, ili bilo kojeg drugog oblika stanja koje nije mir, nedvojbeno je posljedica politika koje nastaju na međunarodnoj sceni, različitih geostrateških interesa koje za sobom ostavljaju ništavilo, iz kojeg bi se kao feniks iz pepela trebalo razviti novo sjećanje, koje postaje dijelom šarolikog nasljeđa svijeta.

U suvremenoj literaturi, turizam se analizira kroz prizmu ekonomije i doprinosa ekonomskom rastu, socijologije, kroz prizmu kretanja i migracije „elita“, a kroz međunarodne odnose, od 90tih i kroz prizmu uticaja konflikta na motivaciju pojedinaca za posjete razorenim društvima ili lokalitetima stradanja. Kako je ovo tema inovativna, građa na koju se oslanjam bit će više sekundarna, jer je primarna literatura koja se bavi ovom tematikom fragmentirana. Dakle, fokus pažnje jeste na analizi diskursa akademskih članaka.

Od momenta povezivanja politike, rata i turizma u jednu hipotezu, istraživanja na ovu temu su postala popularna, a pogotovo u u posljednjih 20tak godina. (Figal, 2008.); (Lynch, 2011.); (Light, 2017.)

Autori se slažu da korelacije postoje, ali nisu složni po pitanju da li se post-konfliktni turizam može promatrati van okvira turizma naslijeđa (Light, 2017.) Suprotno njihovim tvrdnjama, u bosansko-hercegovačkom primjeru se vidi da su mjesta stradanja, ratna infrastruktura, i post-ratna restauracija, omogučile sasvim nove turističke potencijale, koji se vezuju isključivo na ratno naslijeđe.

Wise tvrdi da rat i konflikti mijenjaju turističke destinacije na dva moguća načina: neka mjesta prinuđena su koristiti dokaze iz rata/konflikta kao način privlačenja turista kako bi ih edukovali o tim događajima, takav brend nazivamo ratnim turizmom; U suprotnom, pokušava se stvoriti novi identitet, potpunim brisanjem ratne imaginacije i brzim distanciranjem od ratnog sjećanja. (Wise, 2012).

Iako se na prvi pregled turističke ponude privatnih agencija u Bosni i Hercegovini čini da smo definitivno dio ove prve kategorije, ovu je temu potrebno konkretnije istražiti, te pokušati pratiti fenomene brendiranja ratnog naslijeđa kao turističke ponude u različitim dijelovima Bosne i Hercegovine.

S druge strane, Korstanje i Ivanov u tekstu iz 2012. *Tourism as a form of a new psychological resilience: The inception of dark tourism* smatraju da je tamni turizam jedan novi oblik psihološkog otpora, te ne naglašavaju njegove antropološke korijenje ili konekcije sa etnocentrizmom i nacionalizmom. Prosto smatraju da je tamni turizam pod-vrsta psihološkog otpora koji pomaže zajednici bolje razumjeti prirodu katastrofe. (Korstanje & Ivanov, 2012)

Tamni turizam (crni turizam ili turobni turizam) je zapravo vrsta turizma koji uključuje putovanja na mjesta koja su historijski povezana sa smrću i tragedijom. U posljednje vrijeme predloženo je da koncept uključuje i motive zbog kojih turista posjećuje tu lokaciju. Tanaturizam, izveden iz drevne grčke riječi thanatos za personifikaciju smrti, koristi se manje nego pojmovi tamni ili crni turizam. (Fonseca, Seabra, & Silva, 2016:2)

Neophodno je istražiti postoji li bilo što napisano na ovu temu, s politološkog gledišta u Bosni i Hercegovini ili regiji, kao što je to slučaj sa Sri Lankom, Južnom i Sjevernom Korejom, Vijetnamom, Kambodžom, Ruandom itd. Pokušati ćemo osigurati empirijsku potvrdu da je interesovanje za posjetu Bosni i Hercegovini, između ostalog (prirodni resursi, bogata historija, gastronomija itd.) motivirano interesom za ratno nasiljeđe kroz internacionalnu anketu onih koji su je posjetili i intervjue sa liderima najrazvijenijih turističkih agencija na bosanskohercegovačkom tržištu.

Kada govorimo o ekonomskim dobrobitima, razvoj i oporavak nacije nakon rata je proces obnove te nacije u kojoj turistička industrija, putem pravilnog planiranja, može odigrati značajnu ulogu. (Fernando, Bandara, & Smith, 2013:695) Autori ističu da turizam može igrati ulogu u ublažavanju siromaštva putem zapošljavanja, povećanja deviznih prihoda i ubrzavanja ekonomskog rasta, uključujući i ratom pogođena područja.

Razmatrana je potencijalna uloga turizma u doprinosu miru iz socio-kulturnih, političkih, ljudskih prava, socijalne pravde, zaštite okoliša (klimatske promjene), društvene odgovornosti poduzeća, zdravlja, globalizacije, međugeneracijskog turizma i alternativnih turističkih perspektiva. Postoje parcijalne analize i ekonomske statistike država i pokrajna koje su razvile turističku ponudu, a bile dijelom svremenih oružanih sukoba. Sve države bivše Jugoslavije su na sličnom putu, a postoji tek nekoliko studija koje se dotiču ove teme i fenomenologiju razvoja

turizma zapadnog Balkana stavljaju u neki teorijski kontekst, bilo iz prizme ekonomije, turističkog menadžmenta, mirovnih studija ili međunarodnih odnosa. Naš stav je da post-konflikta društva, odnosno one zajednice koje definiramo kroz prizmu njihovog razaranja i uništenja kulturološkog i civilizacijskog naslijeđa kao takva mogu ponuditi materijal za razvoj turizma, kao grane ekonomije koja može pomoći razvoj tih zajednica i dugoročno obezbjediti njihov oporavak.

Tamni turizam i thanatourism prvi su put predstavljeni akademskoj publici 1996. godine u tematskom izdanju Međunarodnog časopisa za istraživanje baštine. Izdanje je sadržavalo jedan rad o tamnom turizmu (Lennon & Foley, 1996.), jedan o tzv. turizmu naslijeđa (Seaton, 1996.) i dva druga rada, od kojih niti jedan nije koristio termin da opiše taj fenomen. Za Foleya i Lennona, tamni (ili "tragični") turizam bio je definiran kao "prezentacija i potrošnja (od strane posjetitelja) stvarnih i komodificiranih mjesta smrti i katastrofe" (str.198). Tvrdili su da je tamni turizam postmoderni fenomen zbog naglaska na spektakl i reprodukciju, (Rojek, 1991.) Rojek već 1991. kroz termin *black spot* turizam analizira fenomen posjećivanja mjesta masovnog stradanja kao što je Galipolje, Turska. Tragom razumjevanja tamnog turizma kao post-modernog fenomena, dolazi do nove definicije onoga što turista jeste. Uživanje u jelu, piću, sunčanju sada je zamjenjeno istraživanjem naslijeđa, kultura, stila života, historije. Ako nije u potpunosti zamjenjeno, onda je barem jednim dijelom u fokusu istraživanje duha mjesta koji posjeću.

U istraživanju, pokušat ćemo dokazati da je motivacija turista za posjete ratom pogođenih zona prisutna i inspirisana sa nizom psiholoških, antropoloških i globalizacijskih elemenata. Bosna i Hercegovina će biti u fokusu konkretnog istraživanja, dok ću kroz teoriju komparativne politike pokušati pronaći sličnosti sa drugim post-konfliktnim društvima koja razvijaju turizam na osnovi tog naslijeđa. Vjerujemo da će ovakvo istraživanje osvjetiliti jedan potpuno neznan, a sveprisutan fenomen i povezati u jedan teorijski sistem, uočavajući ključne korelacije između razvoja turističke ponude i ratno-inspirisanog sadržaja na kojem je ta ponuda bazirana.

II. Metodološki okvir rada

1. Problem istraživanja

Rat kao najgore sredstvo rješavanja međunarodnih sporova, konstantno podsjeća na destruktivnu stranu ljudskog duha. Historija je smjena civilizacija koje su poput živih

organizama, nastajale, rasle, i na kraju nestajale. Bivale su zamjenjene novim. Iz sadašnje pozicije, kao posmatrači onoga što je ostalo od povijesti, možemo uočiti jednu matricu. Ratna stradanja za sobom ostavljaju neizbrisiv trag, koji ne samo da upotpunjava identitet društvenih grupa, nego ga često i oblikuje. Taj identitet dalje biva predstavljen na međunarodnoj sceni, kroz vanjsku politiku, kulturu, turizam i migracije. Tako rat, stradanje, horori destrukcije ostaju povezani sa mjestima na kojima su se odigrali i postaju simboli onoga tamnog dijela ljudske povjesti. Samim tim, nije čudno da se potreba ljudi da posjećuju takva mjesta razvila u poseban oblik turističke djelatnosti: *dark tourism* ili tamni turizam. Turističke ture inspirisane ratnom prošlošću Bosne i Hercegovine, postale su novi trend, a suveniri u obliku metaka i bombi mogu se kupiti na svakom uglu. Fascinacija destrukcijom ili potreba da čovjeka da shvati kompletno naslijeđe ljudskog roda, što god to bilo – dijelom je bosanskohercegovačke stvarnosti.

Na tragu autora koji su se do sada bavili uzročno-posljedičnom vezom rata i razvoja turizma, uticajem međunarodnih odnosa na razvoj turizma generalno (Vuković, 2003.); kroz različite primjere (Šri Lanka, Sjeverna/Južna Koreja) (Bigley, Lee, & Chon, 2010.), kroz psihološku motivaciju (Fonseca, Seabra, & Silva, 2016); uočavam nedostastak primjene ovih teorija na slučaj BiH, odnosno bar provjere da li su neka mjesta postala turističke destinacije samo zato što su mjesta stradanja (Potočari) ili dovitljivog preživljavanja, vrijednog divljenja (Tunel Spasa).

Centralni fokus, odnosno granice analize, je neophodno postaviti, zbog obimnosti teme i rasprostranjenosti fenomena. Iako u terijskom dijelu, makar to bilo samo deskripcijom, dajemo pregled na osnovi dostupne savremene literature, *case study* Bosne i Hercegovine bi trebao obezbjediti provjerljivost teorijskog dijela, makar djelomično. Iako postoji izuzetna potreba da se ovakvo istraživanje osmisli na regionalnom nivou, uzimajući u obzir ograničene mogućnosti: prije svega vrijeme koje je potrebno za analizu uticaja regionalnog turizma na proces izgradnje mira; ograničit ćemo se na Bosnu i Hercegovinu i tri destinacije (Sarajevo, Mostar, Srebrenica).

Lična motivacija za realizaciju ovog naučnog teksta i istraživanja, proizilazi iz akademskih i profesinalnih iskustava, koje sam kroz protekle dvije godine, stekla. Politološka znanost na koju sam se fokusirala u toku studija na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu, zatim studiji međunarodne ekonomije na Univerzitetu u Splitu, i u konačnici rad u turističkoj djelatnosti u Sarajevu, Mostaru i cijeloj Bosni i Hercegovini. Uočavajući fenomene koji povezuju ove dvije strane (politološku teoriju i formiranje turističkih usluga), razvila se akademska radoznalost i potreba da te naočigled sasvim povezljive elemente, pokušam dokazati i u emprijskom smislu.

U nedostatku dobre akademske analize ovih fenomena, potrebno je načiniti teorijski okvir rat-nasljeđe-turizam, kako bi bilo lakše komparirati i staviti u kontekst međunarodnih odnosa. Možda će onda biti lakše razviti strategiju Bosne i Hercegovine, u vezi sa načinom na koji želi da bude predstavljena na internacionalnoj turističkoj sceni, te da li će i koliki će biti značaj njenog ratnog naslijeđa u tom procesu (1992-1995).

2. Predmet Istraživanja

Teorijski uvod u kojem je predmet analize postojeća literatura koja problematizira povezanost međunarodnih odnosa i turizma, također analiza koncepta *dark turizma* i njegovih karakteristika, zaključno sa generaliziranom tezom da je moguće kreireti identitet u države u međunarodnim odnosima, tako da je ona obilježena post-konfliktnim naslijeđem i da je upravo to ono što privlači njene posjetioce.

Istraživanje je kontkretizovano na slučaj Bosne i Hercegovine, odnosno na analizu njenih institucija, privatnog sektora i važnih destinacija i memorijala koji se odnose na ponudu povezanu sa ratnim naslijeđem.

Bosna i Hercegovina pokazuje značajan napredak u oblasti turizma. Podaci Svjetske turističke organizacije pokazuju da je dolazak turista porastao u prosjeku za 24% između 1995-2000. U 2016. godini u Bosni i Hercegovini registriran je dolazak 1.148.530 turista, što je povećanje od 11,6%, dok je ostvareno 2.376.743 noćenja, što predstavlja porast od 10,9% u odnosu na prethodnu godinu. Prema procjeni iste organizacije, Bosna i Hercegovina će imati treću najveću stopu rasta turizma u svijetu za razdoblje između 1995. i 2020. godine. (Turner, 2018) Ako je vjerovati ovim podacima, čini se da je turizam jedina grana privrede koja tako brzo i u kontinuitetu raste, stoga znatiželja da se što dublje shvati i objasni motivacija turista za dolazak u BiH predstavlja važan dio održavanja tog kontinuiranog rasta.

2.1. Kategorijalno pojmovni sistem

Kako bi što bolje razumjeli hipotezu/e, varijable koje na njih utiču, te što jasnije predstavili tok misli u jedan logičan sistem, potrebno je raditi na etimologiji, pojašnjenju i rasvjetljavanju riječi, fraza i značenja. Kako je istraživanje interdisciplinarno i dotiče se niza akademskih oblasti, tumač/pojmovnik pomoći će nam orjentirati se i neke zasebne fenomene povezati u zajedničku misaonu cjelinu.

Post-konfliktna društva

Unutar svijeta u kojem živimo, svijeta koji je pun konflikata, nasilje se kad-tad mora okončati, ratovi se kad-tad moraju okončati, i tada na scenu stupa pokušaj da se konstiturira mir kao opravdani kulturni i politički proizvod koji omogućava da se čovječanstvo i dalje razvija. (Ćurak, 2016) U kontekstu istraživanja, post-konfliktnim društvima smatram ona društva ili države u kojima je sukob završen nekim mirovnim ugovorom ili makar zaleđen, ali mir je uspostavljen i društva se nalaze u periodu obnove svoje privrede.

Turizam

Definicija Svjetske turističke organizacije kaže da turizam obuhvaća *aktivnosti osoba koje putuju i borave na mjestima izvan njihovog uobičajenog okruženja ne više od jedne uzastopne godine za slobodne, poslovne i druge svrhe*. Hunziker i Krapf, švicarski istraživači turizma i profesori, definiraju turizam kao *zbroj pojava i odnosa koji proizlaze iz putovanja i boravka nerezidenata, ukoliko ne dovode do stalnog boravka i nisu povezani s ostvarivanjem aktivnosti*. (1942) Te dvije definicije ukazuju na određene karakteristike turizma koje ga razlikuju od drugih oblika putovanja. Prvenstveno, definicije označavaju turizam kao privremeno putovanje u nepoznato okruženje bez namjere trajnog naseljavanja ili stalnog zaposlenja.

Kao jedna od najvećih industrija na svijetu, turizam je brzo rastao tijekom posljednjih šest desetljeća. To je bilo značajno za smanjenje nezaposlenosti, povećanje ekonomskog rasta i doprinos očuvanju prirodnih resursa i kulturnoj razmjeni. Statistika koja se odnosi na međunarodne turističke dolaske ukazuje na nastavak rasta industrije s 25 miliona ljudi u 1950. godini na 800 miliona u 2005. Smatra se da će industrija doseći do 1,56 milijardi turista širom svijeta do 2020. godine.

U smislu ekonomske dobiti, turizam je bio glavni izvor prihoda za mnoge post-konfliktne zemlje i zemlje u razvoju širom svijeta. U većini nerazvijenih zemalja u svijetu, dobit od sektora turizma ima najveći udio u njihovim ekonomijama. Osim toga, turizam raste brže od ostalih sektora ekonomija nerazvijenih zemalja. Iz tih razloga, turizam ima potencijal da bude važna polazna tačka za ekonomski oporavak u većem dijelu nerazvijenog svijeta, koji trpi ozbiljnu nezaposlenost zbog posljedica svjetske ekonomske krize.

Dark turizam

Tamni turizam, shvaćen kao tip turizma koji uključuje posjet stvarnim ili rekreiranim mjestima povezanim sa smrću, patnjom, nesrećom, nije novi koncept s turističkog stajališta. Zapravo,

mjesta rata, katastrofe, smrti i zločini su uvijek fascinirali ljude i podložni su posjetama masa. Ljudi su odavno, namjerno ili na drugi način, privučeni mjestima, atrakcijama ili događajima povezanih na ovaj ili onaj način sa smrću, patnjom, nasiljem ili katastrofom. Koncept tamnog turizma ozbiljnije je proučavan posljednjih godina i mnoga su odredišta širom svijeta gdje postoji, te igra važnu ulogu u ekonomiji zemalja u razvoju.

Ratno naslijeđe

Generalno, ratnim naslijeđem možemo smatrati sve što poslje konflikta ostane, sve tragove koje u psihološkom, emotivnom, političkom ili fizičkom smislu rat iza sebe ostavi, a da pri tome ima neku vrijednost za direktne ili indirektne učesnike tog konflikta. U ovom istraživanju ratno naslijeđe je shvaćeno kao dio veće cjeline naslijeđa naroda ili države, koje u svijetu post-modernog tuizma ima neodoljivu moć privlačenja inostranih gostiju. Ratno naslijeđe može biti arhivirano kroz institucije kulture kao što su muzeji, galerije i izložbe; zatim kroz spomen sobe, memorijale, groblja ili aktivno, kroz obilježavanja dana borbi, maršove, rekonstrukcije borbi itd.; uništena arhitektura i ruševine su također važan element ratnog naslijeđa, različite građevine koje su korištene kao logori, ratni zatvori ili bolnice; osim arhitekture uništene u ratu, ratnim naslijeđem se smatra i ratna infrastruktura, tuneli, prostorije, podrumi, zaštitne pregrade specifične namjene, kao i naprave koje su korištene u svakodnevnom životu i kroz svoju inovativnost, obezbjeđivale preživljavanje.

3. Ciljevi istraživanja

3.1. Naučni cilj

Cilj ovog rada je dokazati da naslijeđe nasilnih sukoba, ne mora nužno biti destruktivna, nego može biti i konstruktivna društvena snaga, pogotovo za razvoj turizma, ako su njegovi akteri „praktični“ a ne „apokaliptični”. To bi značilo postaviti se prema ratnom naslijeđu kao zlu koje se već desilo i nemoguće ga je mijenjati jer pripada prošlosti, ali uz kvalitetne strategije moglo bi služiti kao element obnove: što kulture sjećanja, što ekonomske dobiti.

U radu se također pokušava dobiti neka nova saznanja o kompliciranom odnosu između turizma, naslijeđa i konflikta. Cilj je analizirati postojeće stanje u Bosni i Hercegovini kada je u pitnanju korištenje potencijala ratnog naslijeđa za razvoj turizma, sadržaj tih aktivnosti, kao i njihov uticaj u kreiranju *mainstream* političke istine i imidža Bosne i Hercegovine u svijetu.

U teorijskom dijelu, cilj je odrediti uticaj savremenih međunaordnih odnosa na rehabilitaciju post-konfliktnih društava, obezbjediti građu za razumjevanje novih tendencija u razvoju turizma kroz perspektivu post-modernističke teorije; istražiti promjene u mentalitetu turiste, koji sada potražuje drugačije sadržaje od onih prije 30-50 godina.

3.2. Društveni cilj

Društveni cilj ovog istraživanja je dati preporuke i sugestije koje mogu pomoći turističkim agencijama u kreiranju njihove ponude; turističkim vodičima – s ciljem da bolje razumiju teorijski kontekst onoga o čemu svakodnevno pričaju; za državne institucije, u smislu ideja za brendiranje turističkog identiteta, prateći nove trendove u turizmu; za uposlenike memorijala, ratnih muzeja itd.

4. Sistem hipoteza

4.1.Generalna hipoteza:

Istraživačko pitanje: Mogu li post-konfliktna društva generirati prostor za rast i razvoj turizma iz ratnog naslijeđa države?

Post-konfliktna društva imaju kapacitete da generiraju novi oblik turizma (tamni turizam) iz sjećanja na ratno nasljeđe.

U ovom radu pokušava se dokazati da ratno naslijeđe pozitivno, odnosno konstruktivno utiče na razvoj turističke ponude i turističkih kapaciteta, generalno i na slučaju Bosne i Hercegovine; Ovo je usmjerena hipoteza kojom pokušavam odrediti prirodu odnosa između pojmova obuhvaćenih u kategorijalno-pojmovnom sistemu, te ustvrditi uticaj nezavisne na zavisnu varijablu, te taj teorijski okvir konkretizirati kroz istraživanje na području Bosne i Hercegovine.

4.2. Pomoćne hipoteze

U toku istraživanja provjerićemo *da li tamni turizm doprinosi bržoj reintegraciji, ekonomskom rastu i učinkovitijem razumjevanju drugih međunarodnih aktera o ratnim zbivanjima* ili je etički problematičan, jer nije u potpunosti reprezentativan? Ako post konfliknta društva mogu uspješno inkorporirati ratno naslijeđe u svoj turistički identitet, hoće li izgradnja održivog mira između zaraćenih strana biti olakšana ili otežana; Insitucije Bosne i Hercegovine nisu dovoljno

konstruktivne kada su u pitanju kapaciteti za razvoj ratnog turizma, i pritisak je na privatnim akterima, kao što su turističke agencije.

4.3. Sistem varijabli

Ako je ratno naslijeđe prezentirano na odgovarajući način, ono postaje motivacija za dolazak turista i potencijal za ekonomski razvoj; gdje je *rast i razvoj turizma* zavisna varijabla odnosno pretpostavljeni učinak koji možemo očekivati ako su potencijali iskorišteni i na ispravan način prezentovani. Konkretno stanje ili nezavisna varijabla je: da je *ratno naslijeđe* postalo velikim dijelom cjelovitog bosanskohercegovačkog naslijeđa, i da akcije koje poduzimaju u vezi s tim, mogu biti ili konstruktivne ili dekonstruktivne, ali ono ostaje duboko ugravirano na bosanskohercegovačkom identitetu.

5. Način istaživanja

Način istraživanja u teorijskom dijelu je ispitivanje literature, pretraživanje baza podataka sa naučnim radovima kao što su *Science Direct, Academia.edu, ResearchGate* ili regionalni *Hrčak*, zbog savremenosti predmeta istraživanja u teorijskom dijelu rada, internet istraživanje je glavni način prikupljana podataka. Google baza knjiga nudi desetak naslova objavljenih radova na temu tamnog turizma.

U ovom radu ćemo koristiti kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih podaka. Prije sprovođenja ankete i intervjua, prikupit ćemo teorijsku građu i druge relevante podatke i informacije koje su iz različitih izvora: knjiga, zbirki naučnih radova, kao i kroz internet pretragu. Nakon toga planiramo sprovesti anketu koja će sadržati kombinaciju pitanja sa višestrukim izborom i pitanja sa mogućnosti slobodnog odgovora. Sprovest ćemo anketu na uzorku od oko 100 ljudi koji su u proteklim godinama posjetili Bosnu i Hercegovinu, a nisu državljani iste. U nastavku, obavit ćemo nekoliko polustruktuiranih intervjua sa ljudima koji uspjeli iskoristiti kapacitete koje ratni turizam nudi. Osim ovoga, metodom analize sadržaja, napraviti fotografije kojim ćemo potvrditi postojanje cijelog kulta rata u suvenirnicama, agencijama i turističkim centrima.

Nakon obrade prikupljenih podataka pristupićemo kvalitativnoj i kvanitativnoj analizi građe i potvrditi ili opovrgnuti našu hipotezu. Smatramo da će ovakav metodološki pristup omogučiti

prikupljanje dovoljne količine podataka da odgovorimo na istrazivačko pitanje i izvedemo relevante i kvalitetne znanstvene zaključke.

6. Vremensko i prostorno određenje istaživanja

Proces prikupljanja naučne građe traje od početka 2018. kroz rad u turističkoj djelatnosti, razvoj nacrta teze u početku 2019., sa očekivanim datumom finaliziranja istraživanja u julu, te kompletiranje i odbrana teze u novembru 2019.

Istraživanje se sprovodi na teritoriji Bosne i Hercegovine (intervjui) i internacionalno sa stranim turistima koji su posjetili Bosnu, online putem iz više od 10 zemalja širom svijeta. U teorijskom dijelu i u procesu prikupljanja podataka za *case study* koristim podatke i izvore od 1990-danas.

- Prvi dio -

1. Odnos međunarodnih odnosa i turizma

Međunarodni odnosi su nauka koja proučava odnos između država i određuje državnu politiku za razvoj svih privrednih sektora, uključujući i sektor turizma. Moglo bi se reći da su međunarodni odnosi odraz ljudskog ponašanja u okruženju međunarodne zajednice i smatraju se interdisciplinarnim naučnim područjem. Mnogi faktori koji se isprepliću i preklapaju, utiču na funkcionisanje država i formiraju konačni ishod mnogih akcija, ponašanja i stavova koje države, kao zasebni subjekti, grade jedna prema drugoj.

Razlog za nastanak UNESCO-a pripisuje se pošasti socijalne i psihološke traume i ekonomskog razaranja uzrokovanog ratom, kao i rastućem talasu liberalizacije koja se pojavila u zemljama sa različitim kulturama i civilizacijama, za što je motiv želja čovječanstva da uspostavi trajni mir i podrži razvoj kulture zbog svoje ključne uloge za postizanje međunarodnog razumijevanja i suživota. (Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe, 2015.)

Turizam doprinosi bližim međunarodnim, kulturnim, civilizacijskim i ekonomskim odnosima između različitih zemalja svijeta, posebno između susjednih zemalja, koje vode ka održavanju mira, sigurnosti i stabilnosti među narodima, turizam doprinosi i pokazivanju slike zemlje i društva širom svijeta. Turizam je postao jedna praktična manifestacija međunarodnih odnosa.

Međunarodni odnosi su grana političkih znanosti, čiji je sastavni dio i analiza ekonomskih politika država, a turizam je neodvojiv od toga, tako da postoji uska veza između međunarodnih odnosa i turizma, rezultirajući očiglednim preklapanjem između političkih i ekonomskih uslova, posebno jer je turizam vrlo važan sektor, kroz koji se može poboljšati ekonomski rast.

Pored toga, postoji i međusobni uticaj između međunarodnih odnosa i turizma, na primjer, postoji veza između raspodjele dohotka (ekonomski) i političke stabilnosti u zajednici (politička situacija).

2. Uloga turizma u rehabilitaciji postkonfliktnih društva

Prema Boutros-Ghaliju u Agendi za mir, postkonfliktna izgradnja mira je akcija za identifikaciju i potporu strukturama koje će težiti jačanju i učvršćivanju mira kako bi se izbjegao povratak u sukob. (Ghali, 1995:34) To razumijevanje stavlja naglasak na fazu nakon sukoba koja se fokusira na pitanja izgradnje kapaciteta, procesa pomirenja i društvene transformacije.

Smith kategorizira aktivnosti izgradnje mira u četiri glavna cilja: "pružanje sigurnosti; uspostavljanje društveno-ekonomskih temelja dugoročnog mira; uspostavljanje političkih okvira dugoročnog mira; stvaranje klime pogodne za pomirenje, ozdravljenje rana rata i pravde. Smith definira rehabilitaciju kao „paletu izgradnje mira" koja uključuje specifične, ali ipak preklapajuće aktivnosti. (Smith, 2004)

Postkonfliktna obnova snažno je povezana s aktivnostima izgradnje mira i fokusira se na pitanja vezana uz fizičku obnovu, ekonomski oporavak, izgradnju institucija i društvenu integraciju, uglavnom se bave tematskim područjima socioekonomskih temelja i političkog okvira.

Svjetska banka definira postkonfliktnu rekonstrukciju kao obnovu društveno-ekonomskih okvira društva i rekonstrukciju uvjeta za funkcioniranje mirnodopskog društva, uključujući upravljanje i vladavinu prava kao bitne komponente. I izgradnja mira i postkonfliktna obnova važni su za pružanje podrške društveno-ekonomskim, političkim, sigurnosnim i pomirbenim procesima uz istovremeno smanjenje rizika od ponavljanja sukoba.

Razvoj turizma može potaknuti ekonomsku stabilnost, proširiti infrastrukturu i usluge, povećati zaradu u stranoj valuti, stvoriti izravnu i neizravnu zaposlenost i povećati učinak umnožavanja na primarne i sekundarne sektore. Osim toga, turizam se smatra kao put ka širem razvoju i zajedničkom rastu, i više nije samo generator deviza. (Can tourism offer pro-poor pathways to

prosperity?, 2007) Tako je došlo do toga da turizam može imati i pozitivan i negativan utjecaj na lokalno stanovništvo, sukobe i okoliš, ne samo kao izvor ekonomskog razvoja, nego i kao akter koji utječe na društvene promjene kroz promoviranje izgubljenih tradicija, poticanje globalnog ljudskog dostojanstva, poticanje interesa za kupovinu suvenira, privrženost zajednici, povećavanje kulturnog prihvaćanja, kroz interakciju i podizanje svijesti o drugom i drugačijem, kroz povezivost i gostoprimstvo, te kroz njegovanje i očuvanje umjetnosti i kulture.

Oblik turizma koji se usredotočuje na prikazivanje utjecaja nasilja i sukoba na društvo je „tamni turizam". Međutim, ovaj oblik turizma je vrlo kontroverzan, jer se smatra da naginje ka komodifikaciji tragedije i ljudske smrti, a postoji i opasnost od političkog ideologiziranja turističkog *storytelling*-a. Također se naziva „turizam genocida" ili „ratni turizam". Unatoč nekim analizama o tome što je zapravo tamni turizam, definicija i aktivnosti koje spadaju u takvu kategoriju imaju širok raspon, od institucionaliziranih muzeja ili spomen-mjesta, bivših zatvora ili komora za mučenje itd. Primjer koncentracijskih logora u Auschwitzu, u Poljskoj, najistaknutiji je slučaj koji se koristi za ilustraciju oblika tamnog turizma.

3. Razvoj tamnog turizma u post-konfliktnim društvima: vrste, odredišta, ideje

Tamni turizam, shvaćen kao tip turizma koji uključuje posjet stvarnim ili rekreiranim mjestima povezanima sa smrću, patnjom, nesrećom, ili naizgled mračnim, nije novi koncept, čak ni sa turističkog stajališta. Zapravo, mjesta rata, katastrofa, smrti i zločina uvijek su fascinirala ljude i podložna su posjetama.

Ljudi su odavno namjerno ili na drugi način privučeni mjestima, atrakcijama ili događajima koji su na ovaj ili onaj način povezani sa smrću, patnjom, nasiljem ili katastrofom. Koncept tamnog turizma dizajniran je i proučavan posljednjih godina, a mnoge su destinacije diljem svijeta gdje se provodi, igrajući važnu ulogu u privredi zemlje i njenom imidžu. Međutim, postoji nedostatak u literaturi o toj specifičnoj vrsti turizma. Glavni je cilj ovog rada predstaviti pregled literature o ovom novom turističkom proizvodu gdje je traženje ove vrste uzbuđenja glavna motivacija. Naime, namjera je predstaviti neke definicije, historiju i evoluciju tamnog turizma, kao i uvesti njezine tipologije i pronaći elemente tamnog turizma u Bosni i Hercegovini.

Tamni turizam kao turistički proizvod počeo je privlačiti pozornost istraživača još od ranih 90-ih, ali ne postoji konsenzus ne samo o konceptualizaciji, nego i o određivanju. Zapravo, druge oznake su korištene za opisivanje iste pojave, i to:

„Crna mrlja“ kao „komercijalni razvoj grobalja i mjesta na kojima su se slavne osobe ili veliki broj ljudi susreli s iznenadnom i nasilnom smrću (Rojek, 1991:136). Pažnja koja se pridaje događajima smrti, patnje i zločina te kasnijem razvoju tamnih turističkih mjesta pripisuje se inherentnoj ljudskoj radoznalosti prema smrtnosti i tamnijim aspektima čovječanstva. Nakon što je prepoznat kao fenomen, nekoliko je zemalja pokušalo integrirati tamni turizam kao proizvod u svoju turističku industriju. Mnoge destinacije diljem svijeta implementirale su strukture koje podržavaju ovu novu ponudu, razvijajući tamni turizam kao važan element u ekonomiji zemlje i njenoj slici u svijetu.

Ratni predmeti kao i bojna polja, groblja, spomenici, muzeji i demonstracije žive povijesti su poslužili kao baza za razvoj širokog spektra ratnih turističkih atrakcija i povezanih infrastruktura. Općenito govoreći, ratni turizam čini se povezanim s bojnim i stradalničkim scenama, kao i sa mjestima koja imaju važnu ulogu u povijesti naroda, vojnim muzejima, utvrdama, dvorcima itd. Zapravo, postoje brojni razlozi zbog kojih turisti posjećuju ta mjesta sukoba, uključujući komemoraciju, zabavu, obrazovanje i hodočašće. Mjesta na kojima su se odigrale značajne historijske bitke važne su kao spomen-krajolik, jer nas pozivaju da ponovo iskusimo povijesna osjećanja, osobito osjećanja smrti, patnje i žrtve.

Zatvorski turizam je posjet zatvorima koji imaju tamnu povijest i kombinira obrazovanje i zabava. S ovom vrstom turizma, nekadašnja mjesta kažnjavanja i zatvaranja postala su popularna turistička iskustva jer se deaktivirani zatvori pretvaraju u muzeje ili baštine. Posljednjih desetljeća obnovljeno je nekoliko starih zatvora i pretvoreno u turističke destinacije. Najpoznatiji zatvori na svijetu su Alcatraz i otok Robben. Stari zatvori poput otoka Alcatraz i Robben su kameni tihi svjedoci djela koja su bivši režimi bili spremni učiniti ljudima koji su prekršili zakone ili se činili prijetećim ili sumnjivim.[1]

Turizam uključuje i kretanje ljudi koji posjećuju groblja kako bi vidjeli statue i pogrebne ukrase, groblja iz rata, grobove i spomen sobe ratnih aktera ili važnih političkih figura, čije posjećivanje izaziva osjećaj nacionalnog ponosa ili za strance bolji uvid u etnogenezu države koju posjećuju.

[1] Jedan od oblika zatvorskog turizma je i Goli Otok, u Hrvatskoj. Goli otok je jedan od najpoznatijih zatvora u Europi nakon Drugoga svjetskog rata, otvoren 1948., a zatvoren 1988. godine. Desetine hiljada turista posjete dva otoka na kojima su gotovo svi zatvorski objekti devastirani, a uz bolju brigu države mogli bi postati turistička atrakcija.

Ako je istina da većina ljudi povezuje groblja sa tugom i morbiditetom, također je istina da postoji sve veći broj ljudi za koje su izvor fascinacije ili interesa.

Postoji grana tamnog turizma koja se bazira na posjetu mjestima gdje su se dogodili okrutni povijesni događaji, posebno područja povezana s istrebljenjima. Holokaust turizam privlači mlade putnike, rođene dugo nakon događaja koji predstavljaju takva mjesta, kao način predstavljanja počinjenih pogrešaka u prošlosti. Auschwitz ostaje najvažnije mjesto holokausta, sjećanja i kolektivnog žalovanja u svijetu.

Trenutno, turističke atrakcije povezane s genocidima i ratovima čine jednu od najvećih kategorija turističkih posjeta širom svijeta. Auschwitz-Birkenau, Kambodža, Ruanda, Vietnam, Bosna i Hercegovina i ostale države u našoj regiji, mogu se izdvojiti kao neke od mjesta na kojima su se dogodili genocidi i masovna zlodjela. (Fonseca, Seabra, & Silva, 2016)

3.1.Srebrenica Potočari

Genocid u Srebrenici je ratni zločin izvršen u julu 1995. za vrijeme rata u Bosni i Hercegovini. Genocid se sastojao od masovnih, planski provedenih ubistava zarobljenih Bošnjačkih muškaraca i dječaka između 12 i 77 godina. Više od 8000 osoba ubijeno je na najsvirepije načine i nekima od njih se još uvijek traga za tijelima. Ovaj zločinački čin, okarakteriziran je kao genocid u presudi Haškog tribunala. [2]

Odlukom tadašnjeg Visokog predstavnika u Bosni i Hercegovini Wolfganga Petritscha od 25. oktobra 2000. godine, određena je trajna zemljišna lokacija za izgradnju mezarja i spomen obilježje za stradale u srebreničkom genocidu. Drugom odlukom istog visokog predstavnika za od 10. maja 2001. godine određeno je osnivanje Fondacija "Srebrenica – Potočari", Spomen obilježje i mezarje. Bivši američki predsjednik Bill Clinton je septembra 2003. godine i zvanično otvorio memorijalni centar zrtava genocida. Prethodno, u martu iste godine, izvršen je ukop prvih 600 identificiranih žrtava genocida. Ovaj prostor zauvijek obilježen tugom, postao je mjesto okupljanja i molitve da se takvo što nikada ne ponovi. Genocid u Srebrenici

[2] Proces genocida predstavlja niz događaja koji se odvijaju prema određenom obrascu za koji se može uočiti da ima svoje faze, i kog odlikuje izvjesna i njemu svojstvena 'unutrašnja logika'. Proces genocida ima svoj početak, strukturiran tok i svoj kraj. Kao prvo, mora da se definiše ciljna grupa (žrtve se obično biraju isključivo na osnovu toga što pripadaju nekoj grupi ili kategoriji), koja je određena kao meta progona ili uništenja. Kao drugo, mora da se izvrši eksproprijacija imovine pripadnika te grupe; kao treće, oni moraju da budu koncentrisani na jednom mjestu; kao četvrto, moraju da budu deportovani; i na kraju, značajan broj njih mora da bude ubijen. Iako u stvarnosti ove faze mogu vrlo brzo da se odvijaju jedna za drugom, u zavisnosti od okolnosti, uočeno je da prve faze procesa progona mogu da se odvijaju sasvim javno, dok su kasnije faze u najvećem broju slučajeva, obavijene velom tajnosti. (Ton Zwaan: 'O etiologiji i genezi genocida i drugih masovnih zločina uperenih potiv određenih grupa')

smatra se najvećim zločinom nad čovječnosti u Europi nakon Drugog svjetskog rata, i kao takav ovaj memorijal budi interese inostranih gostiju koji ga posjećuju, i smatrano je jednom od poznatih destinacija tamnog turizma. Memorijalni centar Srebrenica - Potočari, godišnje posjeti blizu 120.000 posjetilaca iz Bosne i Hercegovine, ali i cijelog svijeta. Mnogi od njih pretraživajući web stranice za turiste kao što su Tripadviser ili različiti travel blogovi, nailaze na savjete da ne putuju sami na lokalitet Potočara i odlučuju se da to urade u sklopu tura koje nude turističke agencije (Sarajevo): Srebrenica Tour, Srebrenica and Drina, Understanding Genocide etc. Na web stranici darktourism.com Srebrenica je okakterizirana kao „*Srebrenica stands for the worst genocidal atrocities committed in Europe since the Holocaust. Here the "never again" pledged after WWII was truly nullified. Given the significance of the events of 1995 and because it was only so recent, visiting the site is heavy-duty dark tourism, also in view of the remoteness of the site. This is not for the casual dark tourist but only for the really committed.* „ Uz Bosnu i Hercegovinu, ponuđen je još niz „tamnih“ destinacija, poput afričkih (Ruanda), južnoameričkih (Kolumbija) i azijskih država (Šri Lanka, Kambodža) itd.

I dalje postoji opasnost od banalizacije pravnih presuda i različitih ličnih interpretacija turističkih vodiča, a ova tema nije obuhvaćena niti obrađena u priručnicima za vodiče. Projekat Mapiranje genocida, kojim je uz prethodno opsežno istraživanje dostupnih dokumenata, svjedočanstava, studija, knjiga, filmova, fotografija na jedno mjesto objedinjeno sve što je poznato o genocidu koji se desio u Bosni i Hercegovini, bio bi korisno edukativno sredstvo za sve one koji rade ture iz oblasti tamnog turizma.[3]

4. Kreiranje identiteta post-konfliktne države u međunarodnim odnosima: povjerenje u sigurnost turističkih destinacija

U eri nestabilnosti, političkih previranja i ekstremizma, turizam se suočava sa značajnim izazovima. Kako je turizam vrlo osjetljiva industrija, politička stabilnost, mir i prije svega sigurnost, preduvjeti su da bi se turizam razvijao. Osim toga, turisti i turistička tržišta sklona su panici, a događaji, kao što su građanski nemiri, rat ili terorizam, mogu navesti turiste da promisle svoje odluke da posjete određena odredišta. Turizam je vrlo osjetljiv na sukobe jer nasilje može ometati turističke aktivnosti, prouzročiti štetu potrebnoj infrastrukturi i utjecati na smanjenje broja turista. Turističke destinacije vjerojatno će imati manje mogućnosti i biti manje

[3] http://www.srebrenica-mappinggenocide.com/bh-m/ posljednji put pregledano: 1.9.2019.

privlačne turistima ako su nesigurne ili blizu sukoba. Tako turistička industrija teži da više napreduje u miru nego u sukobu. Iako bi ova dividenda mira pružila turističkim akterima motivaciju da se uključe u promicanje mira, istraženo je samo nekoliko slučajeva angažmana u turizmu. Uvid u to kako bi se turizam mogao uključiti u sprječavanje sukoba, rješavanje sukoba ili izgradnju mira u postkonfliktnom razdoblju putem 'mira kroz turizam', do sada je analizirao samo nekoliko znanstvenika, ali praktična realizacija ovog vidljiva je u današnjoj Ruandi, Irskoj i Sjevernoj Irskoj, pa i u Sjevernoj i Južnoj Koreji.

S druge strane, neposredni utjecaj i kratkoročne, srednjoročne i dugoročne posljedice pojave nasilja i konflikta mogu biti katastrofalne, ne samo za zemlju odredišta, već i za regiju u kojoj se nalazi u cjelini. Ne samo da će se destinacija morati suočiti sa ekonomskim gubitkom; to je i opći osjećaj nestabilnosti i ekonomskih poteškoća koje obeshrabruju ulaganja i neizbježno pojačavaju ciklus nasilja i nestabilnosti zbog velikog broja mladih ljudi, pogotovo oni koji su ostali nezaposleni, bez izgleda i sve više nihilistički nastrojeni i stoga sugestibilni za ekstremističke ideologije. U vrijeme pisanja nijedna zemlja nije uspjela u potpunosti zaštititi svoj turistički sektor od tih utjecaja. Tako ni Bosna i Hercegovina, društvo koje 25 godina iza rata pokušava izgraditi sliku o sebi kao stablinoj i sigurnoj državi koja ima što šta da ponudi. Nakon što je rat 90tih prekinuo razvoj turizma i Bosnu i Hercegovinu stavio na sve svjetske ekrane ali kao razrušenu agresijom i genocidom, zadatak bosanskohercegovačkog društva u miru je da tu sliku zamjeni prirodnim i historijskim ljepotama i znamenitostima. To je dugoročan proces, za koji su zaduženi svi: institucije, mediji, građani/ke, umjetnici i sl. Države su danas primorane približiti se širokom i raznolikom globalnom tržištu sa jasnom, vjerodostojnom, privlačnom, specifičnom i potpuno isplaniranom vizijom, identitetom i strategijom. (Anholt, 2007:112) Za vrijeme Jugoslavije, ovaj državni brend je definitivno postojao, međutim sada su sve bivše republike dužne da rebrendiraju svoj imidž u globalizacijskom javnom prostoru.

5. Izgradnja održivog mira kroz obilježavanje mjesta stradanja i njihov turistički potencijal

Sljedeći primjeri iz različitih dijelova svijeta ukazuju na razvoj memorijalnog turizma: Memorijalni centar Thiepval u Francuskoj u spomen na britanske i južnoafričke vojnike koji su poginuli u Bitci na Sommi u Prvom svjetskom ratu, Memorijalni centar i muzej Auschwitz-Birkenau u sjećanje na masovne žrtve holokausta u Drugom svjetskom ratu, zatim Memorijalno groblje Hang Duong i pripadajući zatvor Phu Hai u Vijetnamu u spomen na žrtve nasilne

francuske kolonizacije u 19. stoljeću i Vijetnamskog rata od 1955. do 1975. godine, Memorijalni centar u Srebrenici u spomen na masovne žrtve iz 1995. godine za vrijeme Rata u Bosni i Hercegovini, kao i vrlo posjećen Memorijalni centar i muzej izgrađen na lokalitetu nekadašnjeg Svjetskog trgovinskog centra u New Yorku, poznatiji kao Ground Zero, u spomen na žrtve terorističkog napada u septembru 2001. godine. (Kesar & Tomas, 2014)

Osim Memorijalnog centra koji se nalazi u Srebrenici u Bosni i Hercegovini su i mnogi objekti, hoteli, osnovne škole, sportske dvorane, policijske stanice, fabrike gdje su se u ratu izvršavala ubistva, silovanja i mučenja zarobljenih civila ili vojnika. Većina tih mjesta stradanja nisu obilježena, iako postoje presude u tim slučajevima i počinioci su osuđeni. U Bosni i Hercegovini ne postoji ni strategija kroz koju bi pitanje memorijala bilo aktuelizirano.

Spomenici su uglavnom jednostrani, odnosno u zajednici gdje žive pripadnici jednih nema mjesta za sjećanje na druge, iako su stradanja nerijetko prisutna na obje strane. Memorijalizacija određenih područja nije izvršena korektno, odnosno prisutna je generalizacja kojom se jedan cijeli narod krivi za neki zločin, a neki natpisi huškaju pozivajući na osvetu.

Mnoga spomen obilježja koja su podignuta u periodu od završetka rata pa na ovamo, u sebi sadrže govore mržnje ili su naprosto podignuta tamo gdje im nije mjesto. Takođe, rijetki su oni spomenici koji u sebi ne sadrže mržnju prema "onome drugom", dok jedinstveni spomenik za sve žrtve rata u Bosni i Hercegovini i dalje ne postoji. Mnoga ova mjesta se doživljavaju kao vlastita sramota i predstavljaju koncept kolektivne krivice. Dobrobiti obilježavanja mjesta stradanja su mnoge: svjedoči se događajima iz prošlosti, može ih se objasniti i staviti u odgovarajuću perspektivu, dupoštajući cjelovitije razujevanje činjenica, te poticati ekonomski razvoj područja koja često nemaju neke druge turističke atrakcije.

Osim turističkog potencijala, obilježavanja mjesta stradanja i horora iz prošlosti, ima ogromnu vrijednost za očuvanje kulture sjećanja, čiji je konačni cilj napominjati u kakvom smjeru bi naše društvo mogle odvesti loše politike nasilja i straha. U knjizi Kultura Sjećanja, autor Dr. Lasić, kroz komparaciju Njemačke i Bosne i Hercegovine, zaključuje da bi se moglo učiti iz njemačkog primjera i od njemačkih političkih lidera, koji su se oduprjeli iskušenju da se poslje drugog svjetskog rata „vježbaju u osveti", nego su se opredjelili za „jurističku i civilizatorsku nepoznanicu nepojmljive zločine učiniti predmetom sudskog procesa". Upravo ovaj čin, i prihvatanje posljedica i moralne odgovornosti, načinili su Njemačku plodnim tlom za očuvanje kulture sjećanja. Presude iz Den Haaga u slučaju bivše Jugoslavije važan su element na putu rehabilitacije naših društava, ali samo onda kada su prihvaćene i inkorporirane u proces

edukacije javnosti kroz političke nastupe, medije i obrazovni sistem. Nažalost, svjedoci smo glorifikacije ratnih zločinaca, selektivne memorije etno-nacionalnih grupa čime je obilježavanja mjesta stradanja postalo isključivo političko pitanje, a ne pitanje humanosti, pokajanja i nade. (Lasić, 2011)[4]

Drugi dio – Turizam i ratno naslijeđe u Bosni i Hercegovini

1. Potencijali za razvoj ratnog turizma u Bosni i Hercegovini

Bosna i Hercegovina ima mnogo toga što može ponuditi posjetiteljima u smislu bogate povijesti, zapanjujućih krajolika i kuhinje. Također, teško je zaboraviti ratne ožiljke, a industrija se formirala oko turista koji ih traže umjesto konvencionalnijih turističkih atrakcija starih zgrada, minijaturnih kafića i nevjerovatnih planina.

Ljudi žele pokušati razumjeti što se dogodilo na Balkanu, svi glavni gradovi su poznati po nečemu, a čini se da je Sarajevo poznato po ratovima. U Sarajevu možete posjetiti Muzej Tunel Spasa, Muzej ratnog djetinjstva, Hostele u kojima možete iskusiti neke dimenzije života pod opsadom i sl. Turističke agencije takodjer nude jednodnevne izlete u Srebrenicu, gdje je u samo nekoliko dana 1995. godine masakrirano više od 8.000 nesrpskih muškaraca i dječaka. U Mostaru se turisti fotografišu uz natpis *Ne zaboravi '93*, kraj ruševina historijskih spomenika, u suvenirnicima probavaju ratna odjela i šljemove te kupuju suvenire u obliku metka.

Apsulutno svaki grad u Bosni i Hercegovini ima neke tekovine ratne prošlosti koje se pokazuju pred inostarnim gostima, i predstavljaju važan element u cjelokupnom naslijeđu naroda u Bosni i Hercegovini. Znanstvenici koji se bave analizom fenomena tamnog turizma, kroz neoliberalnu kritiku objašnjavaju motivaciju turista za putovanje do mjesta prošlog nasilnog skukoba, smmatrajući takav oblik putovanja izrazom „tjeskobe i sumnje u projekat modernosti“ i da

[4] Prvo turističko posljeratno kretanje na teritoriji bivše Jugoslavije, bio je odlazak „na more“, djelimično izazvano starim navikama, koje su se razvile u zajedničkoj državi, a njenim raspadom, prostor za odmor, relaksaciju i provod postao je „neprijateljska teritorija“. Uz stalne tenzije, zločine i govor mržnje, napetost među državama je održavana, ali turistička kretanja su bila se učestalija, tako da su danas najbrojniji gosti iz susjednih država. Broj turističkih kretanja ukazuje na potrebu stanovništva u regiji da uživa u specifičnostima i raznolikosti Balkana i važan je faktor koji može uticati na proces izgradnje održivog mira, pogotovo ako se kod turista uspije razviti interes za elemente ratnog naslijeđa, kako bi se bolje razumjela pozicija drugog i drugačijeg.

globalne komunikacijske tehnologije igraju ogromnu ulogu u kreiranju tog početnog interesa. (Lennon & Foley, 1996.) Dok rastući globalni mediji kreiraju interes u mjestima u kojima i dalje postoji nasilje, ključno je istražiti kako su sjećanja na ratni sukob u Bosni i Hercegovini shvaćena i reinterpretirana od strane lokalnih i globalnih aktera.

Potencijal za razvoj ratnog turizma je ogroman, međutim upitna je njegova održivost, ono u čemu se većina turističkih radnika slaže je da opada interes za istraživanje ratnog naslijeđa te da se mijenja motivacija za posjetu Bosni i Hercegovini. Kako postoje nove ratne zone iz godine u godinu, za turiste koje zanima ratni turizam razvijaju se nove destinacije. Zato bi bilo pametno razvijati nove turističke ponude koje se neće bazirati isključivo na povijesno-političkom. Međutim, pri osnovnoj Google pretrazi: *Bosnia and Herzegovina (tourism),* najćešče postavljana pitanja su: *Da li je BiH sigurna destinacija? Da li je Sarajevo sigurno za turiste? Da li je Mostar siguran grad,* gdje je odgovor da jeste, ali bi turisti trebali obratiti pažnju na ruševine i držati se podalje. Iako se daljom pretragom dolazi do niza informacija koje u pozitvnom svjetlu predstavlju ljepote Bosne i Hercegovine, neizostavan dio svakog ovih travel blogova i reportaža je povezivanje zemlje sa strašnim ratom koji je državu pogodio 90tih. Zadatak instiucija koje se bave promocijom turizma trebao bi biti da kroz korištenje *google adds* (online reklamiranje) podigne vidljivost oficijalnih stranica na svjetskim jezicima i ponudi zanimljiv i privlačan sadržaj.

1.1. Mostar - restauracija urušenih društvenih odnosa

Mostar je grad koji je pretpio strašno razaranje, većina vjerskih objekata su skrnavljeni, kulturni i historijski objekti uništeni, stanovništvo raseljeno, a najpoznatije mostarske znamenitosti ostale su na hrpi kamenja. Mostar je najposjećniji grad u Bosni i Hercegovini 25 godina nakon rata, kako zbog njegovog nevjerovatnog šarma, broja sunčanih dana i geografske pozicije omiljena je destinacija u Bosni i Hercegovini. Britanski *Guardian* je izabrao željezničku prugu na relaciji Sarajevo-Mostar u top 10 svjetskih vožnji željeznicom, a Mostar je i najromantičniji grad prema *Matador Network* i CNN-u, vijest koju su prenjeli svi domaći i regionalni mediji. Za turiste su privlačne uništene zgrade, restaurirani spomenici, tuneli i skloništa u i oko Mostara, kao i spomenici iz doba komunizma nastali iza Drugog svjetskog rata. Lokalno stanovništvo ipak žudi za obnovom i novim mogućnostima. Grad živi samo ljeti, dok zimi nema nikakvih sadržaja i većina turističkih objekata ne radi.

Brojne turističke agencije koje se nalaze u Starom gradu ili samo online, nude niz ratnih i političkih tura kao: *Bosnian War; Mostar Shelters; War Walking Tour; Mostar in War itd*. Mnogi koji posjećuju grad pitaju se kako je i zašto je srušen Stari most, kako je to grad „podijeljen“ i sl., na ova pitanja odgovori zavise od ličnog iskustva, uvjerenja, ili porijekla turističkih radnika.

U gradu gdje još uvijek postoje dvije škole pod jednim krovom i gdje 12 godina nema lokanih izbora, turizam i turistički kapaciteti se ipak razvijaju, i to je jedina grana privrede koja je „natjerala“ lokalno stanovništvo na suradnju. Bez obzira na kojoj „strani“ grada se agencija nalazi, znamenitosti kao Stari Most, Blagajska tekija, Brdo Ukazanja, Kravice, Počitelj, Žitomislići najčešće su posjećana mjesta u Hercegovačko-neretvanskom kantonu. Zbog loše lokalne infrastrkture i javnog prevoza, gosti najčešće bukiraju jednodneve ture u kojima posjete sve ove lokalitete. Suradnja je ostvarena i kada je riječ o smještajnim kapacitetima kao i parking mjestima. U gradu funkcioniraju dvije autobuske stanice, istočna i zapadna, jedna željeznicka stanica, aerodrom na izlazu iz Grada i sve je podjeljeno po etničkoj osnovi. Može se primjetiti da privatni sektor, kojem je zarada primarni cilj, puno lakše ostvaruje suradnju - od javnih poduzeća i javnog sektora generalno.

U gradu funkcioniraju dvije autobusne stanice (istočna i zapadna) i jedna željeznička stanica na istočnoj strani grada. Najveći broj turističkih agencija nalazi se u Starom gradu. Turistička zajednica Grada Mostara nema upečatljivo djelovanje i niti jednu strategiju za razvoj i promicanje koja bi obuhvatila elemente ratnog turizma i način izvještavanja o njemu. Niz je mjesta koji turisti posjećuju a povezane su sa ratnim naslijeđem, kao npr. Staklena Banka (*Sniper Tower*), Hangari, Ruševne austro-ugarske zgrade; *Street art* sa porukama vezanim za izgradnju mira i obnovu grada. Mnogo više od samih lokaliteta čini priča o specifičnosti Mostara kao destinacije, priča o prijeratnom Mostaru kao mjestu sa najviše mješovitih brakova u bivšoj Jugoslaviji, Mostaru kao inspitativnom umjetničkom i kulturnom centru, zamjenjena je nevidljivim granicama (Bulevar), netrpeljivosti i nemogućnosti integralnog suživota.

1.2. Sarajevo – opsada kao brend

Nakon nasilnih ratova devedesetih godina, Bosna i Hercegovina snažno promiče svoju turističku industriju sa glavnim gradom Sarajevom kao glavnom destinacijom. Sarajevo, popularno turističko odredište osamdesetih godina, postalo je grad smrti između 1992. i 1995. godine. Opsada Sarajeva ostaje urezana u lokalnim i globalnim uspomenama kao vrijeme bombardiranja, strašnog granatiranja mještana i brutalnog uništavanja Sarajeva i kulturne

baštine grada. Dok se međunarodni turisti u velikom broju vraćaju u Sarajevo, mnogi su željni posjetiti ruševine koje su ostavili nasilni sukobi koje su gledali u večernjim vijestima.

Turistički radnici, aktivisti i humanitarci svako na svoj način gradi odnos sa ratnim naslijeđem. Tako su neke lokacije postale turističke, kao npr. Sarajevski ratni Tunel, ili na nešto drugačiji način predstavljeno kroz Muzej ratnog djetinstva, izuzetan projekat koji je očuvao sjećanja onih najmlađih i predstavio ih svjetskoj javnosti. Doprinos ovakve inicijative kulturi sjećanja u Bosni i Hercegovini je ogroman.

U kontekstu tamnog turizma, važno je naglasiti da, čak i ako se broj turista koji posjećuju mjesta povezana sa ratom svake godine povećava, ta mjesta se ne promovišu službeno od strane Turističke zajednice Sarajeva, nego njim upravljaju privatne turističke agencije. To je u skladu s politikama promicanja zajedničke baštine (bez ratnih konotacija) i prirodnih atrakcija zemlje i ne vraćajući se pitanjima i podsjećanjima na rat. Sukob između potrebe za očuvanjem nekih mjesta vezanih uz rat za buduće generacije i blagodati koje donosi turizam, a opet s druge strane, potrebe da se krene i ostavi rat iza sebe je očit u Sarajevu.

U nastavku donosimo listu spomenika i atrakcija koje posjećuju turisti:

1. **Sarajevski ratni tunel** naziv je za tunel koji je napravljen tijekom opsade Sarajeva 1993. godine. Tunel je napravljen ispod aerodromske piste i povezivao je 2 teritorija, koje je držala ARBIH (Dobrinju i Butmir) pa se tako i tunel zvao "Tunel D-B". Tunel je dug oko 720 metara, a visok oko 1,5 m dok je na nekim dijelovima bio visok i do 1,8 m. Tunel se u službenim razgovorima ARBIH i UN vodio pod imenom "Tunel kojeg nema". Bio je najstrožija tajna Sarajeva, jer su pomoću tunela u Sarajevo stizali: hrana, oružje, cigarete istovremeno ga je ABiH-a koristila za izvlačenje jedinica za vršenje agresije na srednju Bosnu. Tijekom 1994., u tunelu su postavljene male šine po kojima su išla mala kolica i tako se olakšao transport. Također tijekom 1994. godine za tunel je saznala vojska Republike Srpske nakon čega je Ratko Mladić kontaktirao Aerodrom kojeg su držali pripadnici UN-a i tražio da se tunel sruši i zatvori. Potom je VRS pokušala kopanjem drugog tunela i preusmjeravanjem rijeke Željeznice potopiti tunel i tako ga onesposobiti, međutim ta im namjera nije uspjela. Nakon rata, tunel je postao muzej i o njemu je snimljen dokumentarni film "Tunel – Tajna opsade Sarajeva".
2. **Muzej ratnog djetinjstva** otvoren je u Sarajevu u januaru 2017. godine. Nalazi se u starom gradskom jezgru. U Muzeju je predstavljena kolekcija ličnih predmeta, priča,

audio i video svjedočenja, fotografija, pisama, crteža i drugih dokumenata koji dočaravaju jedinstveno iskustvo odrastanja u ratu. Osnovu današnje kolekcije Muzeja čini materijal prikupljan od 2010. godine za potrebe pisanja knjige Djetinjstvo u ratu: Sarajevo 1992–1995. autora Jasminka Halilovića, objavljene 2013. godine. Upravo prikupljeni materijal i potresne priče i svjedočenja nekoliko stotina učesnika kao i ne postojanje slične ustanove koja će budućim generacijama pružiti bar djelimični uvid na teškoće odrastanja u ratu bila je ideja vodilja za osnivanje muzeja. Bosanskohercegovački teniser Damir Džumhur, rođen za vrijeme rata, imenovan je za ambasadora Muzeja 2016. godine. Osim izložbenog dijela, Muzej trenutno radi istraživanja i edukaciju.Misija Muzeja ratnog djetinjstva je kontinuirano i po najvišim standardima dokumentirati i digitalizirati materijale koji se odnose na odrastanje u ratu, a zatim ih prezentirati kroz različite medije, s ciljem edukacije što šire publike o ovom iskustvu. Vizija Muzeja ratnog djetinjstva je na individualnom nivou pomoći prevazilaženje traume i sprječavanje traumatizacije drugih, a na kolektivnom međusobno razumijevanje, s ciljem da se podrži lični i društveni razvoj.

3. **Vijećnica (Biblioteka)** - Stara gradska vijećnica: Ova austrougarska zgrada iz 1894. godine služila je kao biblioteka od 1948. Tijekom opsade Sarajeva granate su uništile gotovo cijelu zgradu. U vatrenoj stihiji 1992. je nestao Katalog nacionalne i univerzitetske biblioteke Bosne i Hercegovine, oko 80 posto knjižnog fonda i dokumenata koji svjedoče o historiji BiH. Unutrašnjost vijećnice je gotovo potpuno uništena u požaru koji je uslijedio nakon granatiranja.
4. **Sarajevske ruže:** niz eksplozivnih bombi na ulicama grada, stvorili su kratere, ispunjeni crvenom bojom nakom rata.
5. **Tržnica Markale:** glavna tržnica na otvorenom u centru Sarajeva gdje je granata ubila 68 ljudi 1994. godine.
6. **Aleja snajpera:** glavna široka cesta novijeg dijela Sarajeva
7. **Groblje Kovači:** groblje civila i vojnika ubijenih tijekom opsade, gdje nalazi se i grob prvog bosanskog predsjednika Alije Izetbegovića.
8. **Planina Trebević:** poznata sa Zimskih olimpijskih igara 1984. godine, koristila se kao vojna baza, jer pruža jasan pogled na grad.
9. **Historijski muzej:** jedna od stalnih izložbi u muzeju je 'Opkoljeno Sarajevo', a nudi priču o tome kako su preživjeli obični ljudi u vrijeme opasade grada.

2. Nacionalistički diskurs i razjedinjeni pogledi na ratnu prošlost u „turističkom story tellingu“

Turistički vodič osoba je koja pruža pomoć, informacije o kulturnom, povijesnom i suvremenom nasljeđu, ljudima na organiziranim putovanjima i individualnim klijentima u obrazovnim ustanovama, vjerskim i povijesnim lokalitetima, muzejima i na mjestima drugih značajnih znamenitosti i atrakcija. Sadržaj koji turistički radnici izlažu, uveliko zavisi od edukativnih materijala, ličnog iskustva, i procjene poslodovaca o tome šta je potrebno ispričati kako bi kljenti bili zadovoljni. U Bosni i Hercegovini ne postoji generalni edukativni materijal za vodiče, niti se mogu certificirati na nivou države. U FBiH, Ministarstvo okoliša i turizma objavljuje priručnik po kojem se ispit polaže, prvo za nivo Federacije, a onda zasebno za svaki kanton. Definiraju i posao turističkog vodiča: „Turistički vodič je osoba koja turistima pokazuje i stručno objašnjava prirodne ljepote i rijetkosti, kulturno-povijesne spomenike, umjetnička djela, etnografske i druge znamenitosti, povijesne događaje i legende o tim događajima i ličnostima, društveno političke tijekove i zbivanja te ekonomska dostignuća mjesta i područja“[5] Iako je ratna prošlost, element historije za koji gosti pokazuju veliko interesovanje, pa ih i motivira da posjete Bosnu i Hercegovinu, u priručnicima se ne može naći ništa o Genocidu u Srebrenici, UZP-u od strane Hrvatske, ratnim zločinima, broju žrtava i sl. Ovakvo ignorisanje, ostavilo je prostora za individualizaciju u pričanju, zloupotrebu u svrhu zarade, neobjektivnost i nereprezentativnost. Turista u Sarajevu, Mostaru i Banjaluci tokom svoje posjete Bosni i Hercegovini čut će tri ili mnogo više različitih poimanja historije, ratne prošlosti. To znanje je bazirano na sadržaju iz medija, zvaničnog obrazovnog sistema i vlastitog iskustva. Svjesni toga da živimo u etnocentričnom društvu, gdje u svakom korpusu vlada jednoumlje, postavlja se pitanje kako obezbjediti edukativne materijale koji će objektivno i nepristrasno pristupiti ratnoj prošlosti. Potrebno je pojednostaviti haške presude i osloniti se na kvalitetne materijale koji već postoje kao što su FAMA paketi: Opsada Sarajeva i Mapiranje Genocida, pogotovo za one agencije i vodiče čiji se rad oslanja na ratnu prošlost. Lično iskustvo je neizostavan dio turističkog pričanja, i kao takvo ne bi smjelo biti u potpunosti isključeno. Međutim uz kvalitetan trening turistički radnici bi mogli naučiti kako odvojiti objektivnu prošlost od vlasitiog iskustva i u pričanju postaviti jasne granice između ova dva aspekta. Uvjek postoji opasnost od pojednostavljenja povijesti kao nužnog elementa oblikovanja potrošačkog

[5] https://www.fmoit.gov.ba/bs/turizam/turistiki-vodii posljednji put pregledano: 1.9.2019.

iskustva, te samim tim opasnost od pružanja vrlo ograničenog načina upoznavanja političke prošlosti i nasilnog sukoba općenito.

3. Državne, federalne i kantonalne institucije u službi razvoja i promocije turizma Bosne i Hercegovine u svijetu

Kada je riječ o ulozi državne administracije u procesu razvoja i promocije turizma Bosne i Hercegovine, nekoliko je fenomena na koje je neophodno obratiti pažnju: nedostak usaglašenosti različitih nivoa vlasti, manjak kvalitetnih drugoročnih strategija, slaba ulaganja i nelegitiman proces distribucije novca, nedostatak edukativnih materijala, nepostojanje krovne organizacije za turističke radnike itd.

Ambasade Bosne i Hercegovine u svijetu također imaju zadatak da promoviraju Bosnu i Hercegovinu kao turističku destinaciju, međutim u tom smislu nije puno učinjeno, u proteklih nekoliko godina bilo je par događaja organiziranih od strane ili u saradni sa bosanskohercegovačkim ambasadama, kao promocije u Indiji i u Japanu, međutim naša diplomatska predstavništva nisu učinila mnogo u promocije zemlje u turističkom ili kulturološkom smislu.

Uloga državnih institucija kada je riječ o razvoju ratnog turizma, važna je i u smislu obilježavanja mjesta stradanja, kontroli pravnih subjekata koji eksploatišu ratnu prošlost u svrhu zarade ili pak oni koji to rade dostojanstveno, sa strategijom i poštujući kulturu sjećanja. Taj odnos trebao bi biti uvjetovan zajedničkim strategijama RS i FBiH što izostaje, kao i u nizu drugih oblasti gdje manjak suradnje za posljedicu ima stagnaciju i neiskorištenost resursa. U slučaju da Bosna i Hercegovina ponudi ozbiljniju promociju i bolju političku klimu, broj turista i investitora bi definitivno porastao.

Ne postoje zakoni na državnom nivou, u Federaciji BiH postoji Ministarstvo okoliša i turizma, koje je zaduženo za regulisanje turističkih poslova u FBiH, u RS-u to je Ministarstvo trgovine i turizma.

BiH (Vijeće Ministara) je sklopila nekoliko bilateralnih sporazuma u oblasti turizma sa vladama idućih država: Albanija, Turska, Jordan, Srbija, Crna Gora, Kuvajt, Kipar, Slovenija, Hrvatska, Mađarska, te je članica Jadransko-Jonske inicijative.

4. Brendiranje i imidž: suvenir iz post-konfliktne Bosne

U globalizaciji sadašnjice, postoji veliki pritisak na kompetitivnost ne samo u korpracijskom smislu, nego i na države (njihove vlade i politički vrh), gradove, regije, kako bi mogli obezbjediti ekonomski rast, ulaganja i međunarodni ugled. Za turizam, kao najbrže rastuću privredu, ovo je posebno važno, odluka o posjećivanju bilo koje destinacije donosi se na osnovu imidža koji država ima. Previše je destinacija, da bi pojedinac mogao pristupiti svakoj analitički i objektivno, mišljenje se obično formira nakon kratkih pregleda online prostora, generaliziranih predrasuda o državama i narodima itd.

Brendiranje nacije kao marketinški i društveno-ekonomski koncept postoji od 1998. godine. Od tada je ideja postala značajna u svijetu. Mnoge zemlje su blisko razumjele ulogu svog globalnog imidža u privlačenju pažnje međunarodnih organizacija, donatora za pomoć iz inostranstva i pružalaca tehničke pomoći, kao i trgovinskih partnera, investicionih bankara, kao i razvoj putovanja i ugostiteljstva. Pozicioniranje nacije kao globalnog brenda postaje sve više i više prepoznatljivo i povoljno za male i velike zemlje, a isto tako smatra da izgradnja nacionalnog kapitala zahtijeva vrijeme, novac i puno posla.

Uspješno promoviranje turističkih proizvoda zahtijeva kontekst koji omogućava svjetskoj javnosti da cijene ono što zemlja ima za ponuditi posjetiteljima. Taj kontekst je ukupna slika ili brend zemlje. Ako se, na primjer, jedna zemlja smatra široko prihvaćenom kao moderna, sigurna, čista i efikasna država, šanse da se turisti privuku na njene atraktivne destinacije su dobre. Štaviše, ako je nacija poznata po svojim jedinstvenim karakteristikama, bilo da su kulturne, umjetničke, prirodne ili umjetne, pozitivna radoznalost će pružiti kontekst koji potiče turiste da otkriju nešto novo ili barem zanimljivo.

Svrha nacionalnog brendiranja je da pozicionirate svoju zemlju na najbolji mogući način u svjetskom sistemu, imajući u vidu njene prednosti i slabosti. Brendiranje nacija ima mnogo dublju svrhu: pozicionirati naciju tako da može ostvariti maksimalni uspjeh u svjetskom sistemu, uključujući prikupljanje maksimalnog međunarodnog priznanja i utjecaja, poslovne odnose sa svijetom i zdravu turističku industriju.

Iako je to sasvim novi pogled na države, svaka nacija je brend. To jest, postoji slika o određenoj državi u umovima ljudi koji žive van nje, a barem su svjesni da postoji na svjetskoj mapi. Neke zemlje su poznate po dobrim stvarima, neke po lošim, a neke su jednostavo nepoznate. Ova poslednja grupa je vjerovatno najsretnija, jer malo poznate zemlje imaju najveću priliku da uspostave brend od nule.

Problem je u tome što je većina zemalja nije sebe svjesno brendirala. Njihova povijest, ili aktualni događaji, koje su opisali drugi (historičari, masovni mediji, itd.) oblikovali su sliku o tim državama, bila ona dobra ili loša.

Svaka zemlja mora preuzeti kontrolu nad vlastitim brandom. To znači da mora ulagati u svoj brand, kao i upravljanje i promociju tog branda. To je u suštini zadatak za vlade jer samo nacionala vlada poznaje cjelokupnu agendu zemlje i ima moć i resurse da vodi naciju u procesu brendiranja. (Kaneva, 2011) Ako vlada pokrene inicijativu koja je inteligentna i korisna za cijelu zemlju, vjerojatno će dobiti dobru podršku drugih dionika. (NVO, kompanije, agencije itd) Uostalom, svaki građanin i organizacija u državi bi željeli biti kreator pozitivne slike zemlje.

Ne treba misliti da je brendiranje nacije posao koji završava uspjehom. Zapravo, malo je primjera takvog uspjeha. Zemlje su sastavljene od mješavine elemenata, uključujući lokaciju, narode, kulture, religije, tradicije, industrije, navike, prirodne resurse i često vrlo složene historije. Uspješan brand utjelovit će i predstaviti različite pozitivne elemente koji čine naciju.

Dobar brand će uzeti u obzir složenost nacije koju želi utjeloviti i biti uvjerljiv. Istovremeno će razlikovati naciju od svih drugih, stavljajući je u najbolje moguće svjetlo, bez pretjerivanja ili iskrivljavanja istine.

Mnoge su zemlje ovisile o svom turističkom brandu da projektiraju pozitivnu sliku o naciji u cjelini, ali postoji rizik da je turistički brend preuzak ili ograničen. Bolja strategija je stvoriti brand identiteta za naciju koja podržava turizam, i uključuje i turistički brand, kao jedan od mnogih koji kreiraju taj identitet.

Ono što Bosnu i Hercegovinu izdvaja od država u regiji je šarolikost isprepletenog naslijeđa. Upravo je taj osjećaj susreta važnih povjesnih aktera na jednom mjestu prednost koja može biti iskorištena i u turističke svrhe. Važan elemenat historijskog je ono „ratno“, Prvi i Drugi svjetski rat, i Rat 1992-1995 su prekretnice nakon kojih su se desile najveće društveno-političke promjene i nezaobilazan su dio zbilje bosanskih naroda koje su kao takve prepoznate u online prostoru, turističkim brošurama, portalima, različitim online medijima itd.

Treći dio

1. Analiza teorijskog dijela

Na osnovu teorijskog pregleda i komparativne analize, možemo zaključiti da postkonfliktna društva uistinu generiraju prostor za razvoj ratnog turizma. Ona mogu biti etnički homogena ili etnički heterogena. U etnički homogenim društvima, puno je lakše razviti strategiju i zvaničan stav prema prošlosti, bez poricanja ili uz osudu poricanja. U etnički heterogenim društvima, situacija je drugačija. Sve grupe imaju svoju verziju historije na kojoj insistiraju, poričući tuđe žrtve. Suradnja u oblasti turizma se ostvaruje kada je u pitanju finansijski dio. Zaista je u neoliberalizmu, pogotovo u privatnom sektoru, kapital iznad ideološkog i nameće se kao uzvišena vrijednost kojoj se teži, međutim kada govorimo o stvaranju uniformiranog turističkog *storytellinga*, suradnja izostaje. Možemo uočiti razliku između etničkih i ideoloških ratova. Nakon Drugog svjetskog rata u Njemačkoj i ostalim državama gdje nacionalsocijalizam ostavio pustoš i u čije ime su počinjeni neshvatljivi zločini, svako poricanje je naišlo na osudu. Mjesta zločina su obilježena i postali su memorijali, koji napominju na opasnosti fašistoidnih politika. Gubitnici su kažnjeni za svoja nedjela i ostaju omraženi povijesni likovi. U slučaju Bosne i Hercegovine, i ostalih post-konfliktnih društava gdje su se vodili etnički ratovi (Kipar, Izrael/Palestina, Pakistan/Indija, Libanon itd), etničke grupe su vladari vlastitih istina, komplikovanih sistema sjećanja lišenih objektivnosti i svijesti o nanesenoj šteti.

2. Intervju: Insider (Sarajevo); Muzej ratnog djetinjstva (Sarajevo) Ihouse-travel (Mostar); Srebrenica – agencija

U polu-struktuiranim intervjuima sa mladim liderima u poslovanju u BiH razgovarat ćemo o brendiranju Bosne i Hercegovine, ratnom naslijeđu kao potencijalu, moralnosti korištenja tih resursa, kao i o načinima i diskursu kroz koji se povjest Bosne i Hercegovine prezentira.

1. Sarajevo Insider Tour Agency – Sarajevo, Manager Rijad Spiljak
2. Muzej ratnog djetinjstva – Sarajevo, Researcher and Translator Sandra Mehmedović
3. Ihouse travel – Mostar, Manager Miran Hasibović

Pitanja / Insider Ture: Ratne ture, Srebrenica, Tunel i sl.

1. Možete li se predstaviti i u kratkim crtama obrazložiti čime se bavite i šta je ponuda vaše agencije?

Insider d.o.o. je putnička agencija za turizam, trgovinu i marketing koja se bavi prevenstveno receptivnim/ incoming turizmom čime direktno promovira turističke i kulturno-historijske kapacitete grada Sarajeva, ali i cijele Bosne i Hercegovine. Ovakvim načinom rada doprinosimo unapređenju svih jedinstvenih turističkih potencijala koje zemlja i grad posjeduju, i njihovoj boljoj plasiranosti na ciljnim tržištima. Usluge koje nudimo obuhvaćaju organziranje turističkih obilazaka grada, izlete širom BiH, organiziranje smještaja, prevoza i ostalih komplementarnih usluga kako za grupe tako i za individualce, organiziranje FOT i Costume Made tura i aktivnosti, Team Building, koordiniranje usluga prevođenja, djelatnosti putničkih agencija i sl. Naše ciljno tržište su inozemni ali i domaći gosti koji žele otkriti čari i ljepote vlastite zemlje.

2. Od kad postoji? Šta je cilj i misija agencije?

Insider d.o.o. postoji od 2012. godine. Sarajevo Insider je osnovao tim visoko obučenih profesionalaca koji su u stalnom dodiru sa turizmom, koje motivira težnja ka novim saznanjima, učenju i napretku. Znanjem i velikom ljubavlju prema ovoj zemlji i njenoj historiji, cilj nam je da ponosno predstavljamo BiH i grad Sarajevo te da kao ambasadori grada činimo sve da našim gostima pružimo najbolju uslugu kako bi njihov boravak ovdje učinili što ugodnijim. Kroz paket aranžmane, ture, izlete, komplementarne aktivnosti i informacije koje gostima nudimo, istovremeno im nudimo i mogućnost da u popunosti dožive i istraže sve potencijale koje Bosna i Hercegovina nudi. Posvećenost uspostavljanju prijateljskog odnosa sa gostima te ostvarivanju njihovih težnji ono su što nas čini prepoznatljivima.

Naša vizija je da našim gostima uvijek ponudimo više no što bi oni mogli očekivati.

Glavni korporativni cilj društva je čuvanje i njegovanje kvalitete poslovanja i profesionalnog odnosa sa partnerima i ciljnim javnosima te konstantan rad na edukaciji uposlenika, unapređenju poslovnog integriteta te očuvanju radne etike i etike poslovanja. Naše poslovanje je usmjereno na konstatntno unapređenje imidža Sarajeva kao turističke destinacije i broja posjetitelja što će generirati produženje broja noćenja, dužine boravka, porasta konzumiranja turističko-kulturnih sadržaja te srazmjerno tome i dobiti koja se ostvaruje iz ove oblasti.

4. Koliko godišnje imate posjetioca/gostiju i možete li nam reći nešto o strukturi, ako takve informacije imate: dakle, odakle dolaze, dobna i spolna struktura?

Insider Sarajevo godišnje radi sa više od 5000 individualnih gostiju koji dolaze iz različitih dijelova svijeta, sa različitih kontinenata i koje agencija Insider uslužuje na 10 različitih

svjetskih jezika. Osim toga, agencija Insider godišnje pružu usluge vođenja za više od 1500 organizovanih grupa od strane stranih i domaćih putničkih agencija.

5. Koji su interesi vaših gostiju/posjetioca?

Naši gosti su zainteresovani za historiju, kulturu i svakodnevni život građana Sarajeva i BiH. Gosti dolaze sa različitom količinom predznanja o našoj povijesti, te su stoga zainteresovani da se upoznaju sa višestoljetnom povijesti našeg grada i države, a prije svog dolaska gotovo svi gosti su do određene mjere upoznati sa atentatom na Franca Ferdinanda i početkom prvog Svjetskog rata, Olimpijskim igrama 1984. i opsadom Sarajeva. Ova tri događaju su najinteresantnija za naše goste i žele da saznaju što je više moguće o njima što im agencija Insider pruža kroz stručnja vođenja licenciranih turističkih vodiča.

6. Postoji li neka evaulacija Vašeg rada i smatrate li da vaše djelovanje ima pozitivan učinak na proces post-konfliktne rehabilitacije i izgradnje mira?

Smatramo da je nabolja evaluacija našeg rada povratna informacija naših klijenata, koja se ogleda u komentarima na on-line platforma, društvenim mrežama i putem e-maila, te se možemo pohvaliti da je preko 97% recenzija ocijenjeno sa vrlo dobro ili odlično. Budući da su interesi naši gostiju u velikoj mjeri usmjereni prema ratnim dešavanjima u Sarajevu i BiH, naša je obaveza donijeti objektivnu priču o ratu, prenijeti lična iskustva i ljudima približiti kompleksna dešavanja ne samo u BiH, već i na čitavom Balkanu. Smatramo da rad naše agencije ima pozitivan učinak na proces post-konfliktne rehabilitacije i izgradnje mira upravo zbog prethodno navedenih stavki koje se tiču objektivnosti, te iznošenja validnih i međunardono priznatih informacija.

7. Razvoj tamnog turizma često se smatra kontroverznim, zbog etičkih dilema, smatrate li da je u slučaju BiH razvoj ovakvog oblika turizma negativna ili pozitivna pojava?

Smatramo da je razvoj tamnog turizma u BiH relativno pozitivna pojava, u smislu da je jedan od razloga posjete stranih gostiju, želja za dobijanjem više informacija o ratnim dešavanjima, te posjeta mjestima od značaja za rat u BiH poput ratnog tunela, mezarja Kovači i Stadion, Trebevića itd. Iako gosti dolaze sa informacijama i željom da saznaju više o ratu, naš cilj je u određenoj mjeri preokrenuti situaciju na način da će se gostima predstaviti sve druge znamenitosti, muzeji, priroda, kultura, svakodnevnica kojom svi budu oduševljeni i na kraju svojih putovanja stvari poput pozitivne energije grada, nasmijanih ljudi, prelijepe prirode, ukusne hrane stavljaju na prvo mjesto stvari koje su ih dojmile u našem gradu. Iznoseći ove

činjenice smatramo da tamni turizam može biti magnet za privlačenje gostiju u naš grad i državu, ali da je naša obaveza prikazati im sva naša bogatstva, te njih staviti u prvi plan i učiniti boravak našim gostiju nezaboravnim.

8. Da li u svoj djelovanju nailazite na prepreke i negodovanje unutar sredine u kojoj djelujete?

U našem djelovanju nailazimo na jako malo negodovanja unutar sredine, budući da su ljudi u našem okruženju svjesni značaja turizma za naš grad i državu, a s vremena na vrijeme nailazimo na određene proceduralne i administrativne prepreke.

9. Je li razvoj ratnog turizma dugoročno održiv i uočavate li potencijal za njegov razvoj u BIH? Koje destinacije i atrakcije povezane sa ratnim turizmom smtarate da su nainteresantnije posjetiocima?

Smatramo da ratni turizam može biti dugoročno održiv ukoliko se njegov razvoj usmjeri na pravi način, po ugledu na svejtski poznate ratne destinacije, u smislu kreiranja kvalitetnih muzeja, galerija i memorijalnih centara. Najinteresantnije destinacije povezane sa ratnim turizmom su Sarajevo kao cjelina (unutar grada tunel spasa, aleja snajpera, mezarje Kovači, Trebević itd.), te naravno Srebrenica.

10. Koji su izvori koje koristite u edukaciji turističkh radnika/zaposlenika, kada je riječ o ratnom naslijeđu?

Izvori su prije svega publikacije i materijali relevantnih autora, te informacije priznate na Međunarodnom krivičnom sudu za bivšu Jugoslaviju. Također, naša je obaveza prenijeti životne priče o običnim ljudima, lična iskustva i preživljavanju "običnih" ljudi, te stoga svaki vodič ima obavezu tražiti i preonsiti svoje priče, priče svojih porodica i prijatelja, budući da naši gosti žele čuti što više ličnih iskustava.

11. Da li ste zadovoljni reakcijom lokalnog stanovništva/medijskom pokrivenošću?

Smatramo da je reakcija lokalnog stanovištva jako dobra, svi se u određenoj mjeri uključuju u turizam i ostvaruju određene benefite. Medijska pokrivenost bi mogla biti bolja u smislu pravljenja što više reportaža o rastu i razvoju turizma, koji bi se plasirali na insotrano tržište, kao i samoj promociji turizma u BiH.

Intervju br. 2.

Muzej ratnog djetinjstva

1. Možete li se predstaviti i u kratkim crtama obrazložiti čime se bavite i šta je ponuda vaše organizacije/muzeja/agencije?

Muzej ratnog djetinjstva je jedini muzej na svijetu koji se isključivo bavi iskustvom odrastanja u ratu. Do sada u našoj kolekciji imamo preko 4,000 predmeta i priča, te preko 150 sati video svjedočenja iz različitih dijelova BiH, kao i iz Srbije, Hrvatske, Sirije, Afganistana, i Ukrajine. Svake godine izlažemo 50 novih predmeta i priča, kao i video svjedočenja, te organizujemo izložbe koje su posvećene iskustvima djece koja trenutno odrastaju u konfliktnim zonama. Naš cilj je dati glas toj djeci, platformu gdje mogu podijeliti svoje priče i iskustva, te ih prikazati kao aktivne učesnike/ce u svakodnevnom životu.

2. Od kad postoji? Šta je cilj i misija organizacije/agencije/muzeja?

Projekat 'Djetinjstvo u ratu' je započet 2010. godine kada je osnivač MRD-a, Jasminko Halilović, postavio kratko online pitanje 'Šta je za vas djetinjstvo u ratu'. Ubrzo je prikupio preko 1,000 kratkih sjećanja koja su 2013. objavljena u sklopu knjige Djetinjstvo u ratu. Tokom rada na knjizi Jasminko je shvatio da mnogi ljudi još uvijek čuvaju predmete iz perioda rata u BiH, te je tako došao na ideju da osnuje Muzej ratnog djetinjstva. Muzej je otvoren u januaru 2017. godine. Te iste godine je dobio jednu od najprestižnijih nagrada u muzejskoj industriji, Muzejsku nagradu Vijeća Evrope.

Misija Muzeja ratnog djetinjstva je kontinuirano i po najvišim standardima dokumentirati i digitalizirati materijale koji se odnose na odrastanje u ratu, a zatim ih prezentirati kroz različite medije, s ciljem edukacije što šire publike o ovom iskustvu.

3. Koliko godišnje imate posjetioca/gostiju i možete li nam reći nešto o strukturi, ako takve informacije imate: dakle, odakle dolaze, dobna i spolna struktura?

Tokom godine imamo oko veliki broj posjetilaca i posjetiteljki iz različitih dijelova svijeta, različitih dobnih skupina.

4. Koji su interesi vaših gostiju/posjetioca i možete li pretpostaviti šta ih motivira na posjetu?

Budući da je, kao što sam ranije spomenula, Muzej ratnog djetinjstva jedini muzej na svijetu koji se bavi iskustvom odrastanja u ratu, vjerujem da je upravo to ono što privlači veliki broj

posjetilaca i posjetiteljki – želja da kroz jednostavne predmete i kratke priče što više saznaju o odrastanju u ratu, o tome kako izgleda život djece čija su djetinjstva obilježena ratom, da li se igraju, da li idu u školu, o čemu maštaju, itd. Muzej ne nudi nikakvu političku pozadinu, već se isključivo fokusira na dječija iskustva i priče, i mislimo da je upravo to ono zbog čega je Muzej prepoznat u Evropi i svijetu.

5. Smatrate li da vaše djelovanje ima pozitivan učinak na proces post-konfliktne rehabilitacije i izgradnje mira?

Od samog osnivanja MRD-a organizuje radionice čiji je cilj promovisanje i očuvanje mira. Ove godine smo počeli održavati edukacijske aktivnosti za djecu osnovnih i srednjih škola iz svih dijelova BiH, u sklopu kojih djeca imaju mogućnost posjetiti našu izložbu, razgovarati o onome što su vidjeli u Muzeju, nakon čega odlaze na radionicu koja se bavi temom izgradnje mira. Cilj edukativnih radionica MRD-a jeste da se iskustvo odrastanja u ratu učenicima i učenicama približi kroz aktivnosti i materijale koji su osmišljeni tako da razvijaju kritičku svijest i empatiju, te ističu važnost gradnje i očuvanja mira. U ovoj godini nas je u sklopu edukacijskih aktivnosti posjetilo preko 610 djece iz različitih gradova širom BiH.

6. Razvoj tamnog turizma često se smatra kontroverznim, smatrate li da u slučaju BiH razvoj ratnog turizma (ratne turističke ture, memorijalni turizam, muzeji i galerije itd) može doprinijeti kulturi sjećanja ili suprotno?

Ukoliko muzeji i galerije koje se bave temom rata nude kvalitetan sadržaj, smatram da itekako mogu doprinijeti kulturi sjećanja. Cilj ovakvih muzeja bi trebao biti doprinos razumijevanju onoga što se desilo na što objektivniji i otvoreniji način, te širenje empatije i tolerancije među posjetiocima i posjetiteljkama. Iz tog se razloga Muzej ratnog djetinjstva trudi prikazati što više različitih aspekata odrastanja u ratu, odnosno prikazati višeslojnost jednog takvog iskustva. Našim posjetiocama, pa tako i nama, je jako bitno da što više ljudi pročita njihove priče ili presluša njihova video svjedočenja kako bi ista mogla doprinijeti edukaciji i razumijevanju njihovog iskustva.

7. Da li u svom djelovanju nailazite na prepreke i negodovanje unutar sredine u kojoj djelujete?

Prije samog otvaranja Muzeja nailazili smo na dosta prepreka i izazova koje smo uspjeli prevazići i pobijediti. Muzej ratnog djetinjstva je ove godine proslavio drugi rođendan, dobili

smo Muzejsku nagradu Vijeća Evrope, te organizovali jednu od najvažnijih događaja u muzejskoj industriji – konferenciju 'Evropski muzej godine'.

8. Koji su izvori koje koristite u edukaciji zaposlenika/turističkih radnika, kada je riječ o ratnom naslijeđu? Na koji način se vrši selekcija prikupljenih podataka, predmeta, materijala?

Muzej ratnog djetinjstva kontinuirano prikuplja predmete, priče, i video svjedočenja svih onih čije je djetinjstvo na bilo koji način obilježeno ratom. To dakle može biti bilo šta: komadić platna, igračka, omot od hrane, dokument – apsolutno bilo šta. Mi recimo u našoj kolekciji imamo i dva predmeta iz Drugog svjetskog rata. Dakle predmet/svjedočenje ne mora biti vezano za rat u BiH od 1992 do 1995, to može biti vezano za bilo koji konflikt u svijetu. Jedini preduslov je da je djetinjstvo osobe koja donira svoj predmet, priču, ili svjedočenje na neki način obilježeno ratom.

9. Da li ste zadovoljni reakcijom posjetilaca i medijskom pokrivenošću u domaćem i inostranom javnom prostoru?

Jako smo zadovoljni reakcijom posjetiteljki i posjetilaca Muzeja ratnog djetinjstva. Mnogi od njih nisu nikada prije imali priliku posjetiti jedan ovakav muzej, i većina posjetilaca i posjetiteljki jako pozitivno reaguju na našu izložbu. Neki od njih čak i prepoznaju predmete koje su imali kada su i sami bili djeca, te na taj način mogu uporediti svoje iskustvo sa iskustvom djeteta čija se priča nalazi iza tog predmeta, što na njih utječe jako emotivno, te na taj način dodatno doprinosi njihovom razumijevanju onoga što mi kroz Muzej nastojimo prikazati. Također, jako smo zadovoljni medijskom pokrivenošću u domaćim i stranim medijima. Do sada su o Muzeju ratnog djetinjstva i njegovim aktivnostima izvještavali različiti BH mediji, te Reuters, The New York Times, Al Jazeera, TRT, Deutsche Welle, iranski, švicarski, sirijski mediji, i mnogi drugi.

Intervju Br. 3

Miran Hasibović – IhouseTravel (Ture: Mostar Shelters; Death of Yugoslavia)

Transkript razgovora od 1.9.2019.

Pitanja:

1. Možete li se predstaviti i u kratkim crtama obrazložiti čime se bavite i šta je ponuda vaše organizacije/muzeja/agencije?

iHouse Travel je turistička agencija smještena u Mostaru, Bosna i Hercegovina. Inspirirani novim idejama i uspostavljenim prijateljskim odnosom sa svojim kupcima, nudimo sve što suvremeni putnik može tražiti. Na jednom mjestu možete pronaći sve informacije o Mostaru i Hercegovini, rješenje za smještaj, raznolikost paketa za odmor, širok spektar izleta koji pokrivaju sve lokalne atrakcije, najbolje dostupne turističke vodiče, rent-a-car usluge, iznajmljivanje bicikala, aerodromske transfere , književnost, jedinstveni suveniri i još mnogo toga.

2. Od kad postoji?

iHouseTravel posluje 9 godina.

3. Šta je cilj i misija organizacije/agencije?

Cilj je usavršiti ponudu lokalnih tura i izleta koje se smatraju zaštitnim znakom za iHouse Travel. Podijeljeni su u 3 osnovne kategorije: Klasična, Tematska i Avanturistička putovanja. Nudimo priliku turistima da upoznaju Bosnu i Hercegovinu okom lokalnog stanovništva, pridruže se nekoj od naših turneja i uživaju nezaboravnu avanturu prepunu priča, znamenitosti, legendi i još mnogo toga. Službenim popisom u posljednjem izdanju planete Lonley i višestrukim certifikatom izvrsnosti tvrtke Tripadvisor, naše ture su prepoznate kao jedne od najboljih u zemlji.

4. Koliko godišnje imate posjetioca/gostiju i možete li nam reći nešto o strukturi, ako takve informacije imate: dakle, odakle dolaze, dobna i spolna struktura?

Što se strukture naših gostiju tiče, većinom su to gosti iz razvijenih zemalja ili zemalja zapadnog svijeta, odnosno oni ljudi koji imaju dovoljno novca da posjete destinaciju, koja nije destinacija mass turizma, to su ljudi koji su već obišli i Pariz i London i Rim, i nako toga otkrivaju jedan novi dio Europe koji je zanimljiv i neotkriven. Postoje zapravo dvije kategorije, ako su odrasle osobe onda su oni takva vrsta turista, ako su mlađe osobe onda bi mogli reći da su na niskom budžetu, mladi niskobudžetni backpackeri koji spavaju u hostelima i transportuju se autostopom i sa druge strane ozbiljnija klijentela... Gosti iz USA, Canada, Njemačka, Skandinavske zemlje, putuju na individualan način, dok iz Azije gosti kao sto su kinezi, japanci i koreanci putuju u grupama, preko agencija i tour operatora.

5. Koji su interesi vaših gostiju/posjetioca?

Interes gostiju se mjenja iz godine u godinu, možemo reći da većina ljudi koji posjećuju BiH to rade zbog baštine, historije Bosne i Herzegovine i lokaliteta od turističkog značaja, prirodnih ili historijskih, Stari most, Sarajevo sa svojim znamenitostima, priroda: Kravice, Sutjeska, Vrelo Bune. Ima manji dio turista koji je zainteresiran za rat, zapravo svako je zainteresiran za tu temu, jer ta tema nije lako razumljiva, svako traži posjašnjenje, ali rekao bih da je većina turista zainteresirana za druge stvari mimo rata, te da je rat usputna priča posjete BiH.

6. Postoji li neka evaulacija Vašeg rada i smatrate li da vaše djelovanje ima pozitivan učnak na proces post-konfliktne rehabilitacije i izgradnje mira?

Najjača evaluacja su stranice na internetu gdje ljudi djele mišljenja nakon turističkog iskustva, kao Tripadviser, gdje vidimo kritike ili pohvale gostiju, za smještaj tu su Booking ili Airibnb, i druge platforme, ta evaluacija za kvalitet turističke usluge u BiH većinom ide preko online platformi. Može biti i Google, ali nikad nije dosegnuo razvoj već nabrojanih online platformi.

Treba vladati i neki oblik mudrosti, to ne treba negirati, ja ću prilagoditi svoju priču različitim vrstama klijentele, ako imamo profesore, imat ćemo jednu priču, ako je tu osoba koja nema nikakvo znanje o temi, imat ću totalno drugu vrustu pristupa. To ne mora biti nužno licimjerje, nego zapravo sposobnost turističkog vodiča da prilagodi temu klijenteli. Naš je cilj da imamo zadovoljnog gosta. Turizam je jedno, a univerzitetski pristup znanju nešto sasvim drugo. Ja nisam tu da držim univerzitetska predavanja, nego da dajem jednu turističku uslugu.

Sa druge strane, po mom mišljenju, post-ratna rehabilitacija nije u vezi s turističkim pojavama, ne osjećam nikakve ratne tenzije u Mostaru, osjećam da se nameće gradu taj status podjeljenog grada, koji mu ne pripada. Ja bez ikakvih problema (kao vlasnik turističke agencije) poslujem sa Hrvatima i Bošnjacima. Usluge autobusa iz Međugorja, usluge smještaja sa 4 zvjezdice, Hotel City, kao i Hotel Mostar itd.

Novac iznad etničkog, dolazimo u fazu gdje se sve manje i manje gleda nacionalna pripadnost djelatnika, a više volja za radom i sposobnost za rad.

7. Razvoj tamnog turizma često se smtara kontroverznim, zbog etičkih dilema, smatrate li da je u slučaju BiH razvoj ovakvog oblika turizma negativna ili pozitivna pojava?

Prvi put se susrečem sa pojmom dark tourism, ne znam da li ću zbog toga dati odgovarajući odgovor. Ako je u pitanju ratni turizam u BiH, on sigurno može ići boljim smjerom, ali to zahtjeva ogromne promjene u društvu i koliko je to moguće. Ne znam koliko je korisno da svako od nas priča neku svoju priču na kraju dana turist ako želi da ima neku finalnu sliku o

političkoj historiji, mora rezervisati tri ture, jednu u Sarajevu, jednu u Mostaru, jednu u Banjaluci. Mi kao iHouseTravel postupamo na način da smatramo ratne ture histrijskim turama, pristupamo im na objektivan način, bez zauzmanja strana. Cilj je, dokazati da je najviše nastradao onaj dio stanovništva koji nije želio da se rat desi u prvom planu. Ima iskorištavanja rata u finansijske svrhe, u turizmu postoje zadnji ratni profiteri u BiH, s jedne strane nije objektivno, možda pravdam ture, ali ne mogu da opravdam u potpunosti muzeje koji se osnivanaju na ratne događaje i naplaćuje ulaznice. Dobar dio zarade trebao bi ići u rehabilitaciju a ne u privatne džepove vlasnka muzeja. Nada je u tome da nova generacija promjeni te stavove o ratu, možda nismo bili upleteni u rat ali dalje trpimo posljedice.

Ako se nešto u suvenirnici prodaje, to ima neko svoje opravdanje. Kroz iskustvo su prodavači vidjeli da se nešto bolje prodaje, to je opet finansijski, a ne ideološki.

8. Da li u svoj djelovanju nailazite na prepreke i negodovanje unutar sredine u kojoj djelujete?

Što se tiče saradnje i poslovnog rada sa ljudima u BiH, nikada nije bilo prepreka. Kad je finansijski interes i saradanja u pitanju prepreke ne postoje. Da li je bilo ljudi koji su se tokom ture zaustavili u prolazu, slušali, ulijetali sa pričom, govorili vodič laže, apsultuntno da. Je li to bitno, apsultuno ne. Na kraju dana to je nebitan faktor u poslovanju turističke agencije, što je bitno - je finansijski pogled. Da mi treba država prava koja će me zaštititi ne od ljudi koji se ne slažu sa onim što pričam, nego nelojalne konkurencije, osobe koje rade, a ne plaćaju porez, obaraju cijene u tuirzmu, koji više rade na crno.. Prije desetak dana, u Liska ulici, nakon što sam rekao da je „Možda, ali samo možda, iz perspektive nekih ljudi Liska park smatran jednim od posljednjih simbola multietničkog Mostara“, to sam rekao pod totalnom hipotezom, nisam rekao da je to moje mišljenje, nego mišljenje nekih ljudi, jedan dečko se zaustavio i rekao da je to laž, ovo u Liska parku je čista provokacija, šta sam ja sad trebao debatisati s njime, je li ili nije provokacija, ja sam samo rekao da sam ja turistički vodič, da ja radim svoj posao, ukoliko misli da je sposoban turistički vodič, da položi ispit i neka radi taj posao. To može bit mala smetnja, ali sa finansijkog stajališta to mi ne znači ništa niti će uticati na kvalitetu ture. To je normalna stvar koja može da se desi u nekom drugom gradu u nekom drugom kontekstu...

9. Je li razvoj ratnog turizma dugoročno održiv i uočavate li potencijal za njegov razvoj u BIH?

Bilo bi suludo zatvoriti oči i praviti se da se ništa nije desilo u BiH, to nema apsulutno nikakvog smisla, po meni treba pristupiti ratnom naslijeđu na što objektivniji način, bilo bi dobro kad bi

unutar BiH imali neko zajedničko stajalište o nekim bitnim destinacijama koje su međunarodno priznate, npr. Potočari, toliko teška tema, ali postoje agencije koje organiziraju ture tamo i to je malo čudno, s turističkog gledišta i mog ličnog, malo je čudno. Ne znam da li bi se mogao usuditi da idem toliko daleko, što ne mjenja historijske događaje, Potočari bi po meni trebali imati objektivnog licenciranog vodiča, lokalnog koji će ispričati priču, na sličan način je Međugorje licenciralo svoje vodiče u slučaju ukazanja, pa samo oni tamo mogu raditi ture, u ovom historijskom periodu možda bi se na taj način moglo pristupiti ratnom naslijeđu. Neminovno je brendirati neke destinacije ako će donjeti koristi lokalnoj zajednici. Titov bunker je primjer toga, bio je pod Federalnim ministarstvom odbrane i tek kada ga je preuzela međunarodna organizacija, počelo je posjećivanje... Čitavo naslijeđe partizanskih spomenika po BiH, koji zahtjevaju mapiranje i promoviranje... od srednjovjekovnih stečaka do partizanskog groblja u Mostaru. Ne vidim nista kontroverzno za posjećivanje tih lokaliteta. Npr. vojna baza pored Mostara, hangari, postali su smetljište, a uz zajedničku incijativu vrlo lako su mogli postati muzej i doprinjeti turističkoj ponudi između Mostara i Blagaja, kao i repetitor na Veležu, ali sve je već uništeno... Postoje vojni objekti iz Jugoslavije i Hladnog rata i zaslužuju oživljavanje i sigurno za takvo što ima potražnje. Ruševine Mostara su manjak mogućnsti da se obnovi grad, čekaju vrijeme obnove, nisu ostavljene kao takve, mnogi gosti i ne znaju da je Stari most srušen i tek po dolasku se upoznaju sa njegovim značajem.

10. Koju literaturu kristite u svrhe educiranja vodiča?

Dosta je jednostavno postati turistički vodič u BiH, za razliku od europskih država. Većinom svi koriste knjige koje su date od strane Ministarstva u procesu certificiranja. Po mom iskustvu, više se znanja može steći kroz samostalno izučavanje. Goste najviše zanima *local experience*, koji se ne može naučiti prenositi iz knjige... Potrebne su vještine kao komunikativnost, snalažljivost i poznavanje jezika. To su osobine kvalitetnog turističkog vodiča. Bitno je biti i psiholog pa znati prepoznati koju odgovarajuću priču pričati kojoj vrsti grupe.

2.1. Analiza podataka iz sprovedenih intervjua

U tri intervjua koji smo sproveli na teritoriji Bosne i Hercegovine (Sarajevo i Mostar) saznali smo o poziciji privatnog sektora (agencija) i muzeja u borbi u očuvanju sjećanja i njihovoj ulozi u tom procesu. Pitali smo na koji su način njihove aktivnosti u oblasti ratnog turizma uticale na lokalne zajednice u kojima djeluju i uočavaju li korelacije između naslijeđa konflikta-kulture sjećanja-razvoja turizma. Odgovori su varirali, tako da se stanovišta menađera turističkih agencija u Sarajevu i Mostaru u potpunosti razlikuju. Izdvajaju se dva glavna stanovišta:

turističke ture u svrhu očuvanja kulture sjećanja i turističke ture isključivo u svrhu ekonomske dobiti. Ali oba slučaja možemo zaključiti da interesovanje za ratna dešavanja u Bosni i Hercegovini postoji, da su gosti zaniteresirani da saznaju više i vide ratnu infrastrukuturu, te da iz ličnog iskustva saznaju više o tom periodu.

3. Anketa: strani turisti nakon posjete Bosni i Hercegovini/approx. 100

Istraživanje provodi Ruba Velagić, studentica master studija na Fakultetu političkih nauka Sarajevo, u sklopu istraživanja za master tezu naziva: ULOGA RATNOG TURIZMA U OBNOVI MEĐUETNIČKOG POVJERENJA U POSTKONFLIKTNIM DRUŠTVIMA.

Plan je anketirati do 100 ljudi koji su posjetili Bosnu i Hercegovinu, a nisu njeni državljani. Ispitat ćemo motive njihovog dolaska, sliku Bosne i Hercegovine koju su imali prije i poslje posjeta, te kvalitetu usluge koji su im turistički radnici pružili, s posebnim osvrtom na ratne ture i političku historiju Bosne i Hercegovine.

Name: Last Name: Country and city: Date of birth: Sex:

1. ***When did you visit Bosnia and Herzegovina?***
   a.) 1995-2000
   b.) 2000-2005
   c.) 2005-2010
   d.) 2010-2015
   e.) 2015-2020

#	Answer	%	Count
1	1995-2000	1.39%	1
2	2000-2005	1.39%	1
3	2005-2010	2.78%	2
4	2010-2015	12.50%	9
5	2015-2020	81.94%	59
	Total	100%	72

2. ***How did you find out about Bosnia as touristical destination?***
   a.) Media (TV, Radio, Social Network)

b.) Friend/family Recomendation

c.) Tourist Agency

d.) Ambassy of B&H in your country

e.) Other:_____

#	Answer	%	Count
1	Media (TV, Radio, Social Network)	36.11%	26
2	Friend/family Recommendation	30.56%	22
3	Tourist Agency	6.94%	5
4	Embassy of B&H in your country	0.00%	0
5	Other	26.39%	19
	Total	100%	72

3. What motivated you to visit B&H?

a.) Relaxation

b.) Education

c.) Parting

d.) Facing the war past

e.) Other: _____

#	Answer	%	Count
1	Relaxation	34.72%	25
2	Education	31.94%	23
3	Parting	4.17%	3
4	Facing the war past	19.44%	14
5	Other	9.72%	7
	Total	100%	72

4. What kind of image of B&H you had in mind before visit?

What kind of image of B&H you had in mind before visit?
Beautiful nature
Nature
Industrial zone
Didnt know much
european slavic country
Place of muslim suffering, islamic country in europe
mountins, nature and beautiful landscapes, maybe a little fear if people loved people from netherlands..
cheap and good food and booze
wartorn country with rich culture
not developet, criminal
I wasn't sure what to expect. All that I had heard about Bosnia was the war in the 90s while I was still a young child. When I visited in 2018, I was blown away by the mountain town that Sarajevo is, the old world marketplace, and the beautiful architectural accents left over from Turkish and Austro/Hungarian rule.
A little apprehension
Extraordinary natural landscapes
A country with a dramatic history.
A country heading the future
An interesting country having developed since war
I did not have any expectations, but I did wish to learn more about the Ottoman history
Bad roads, maybe mines in the forests
Small country, Los of memories of war, not a clear picture
War torn/ dangerous
No expectations
A war torn country
islamic state
War torn, poor, angry people, unsafe
Wondered if it is safe
Muslim country
No clear image, but after learning Sarajevo is in B&H: a country with a war ridden past.

War
I had imagined smaller old town
War torn, scary, deprived
Recovering from war but with a lot of history
I thought it would be a dangerous city
affected by war, poor
None
I really had no clue!
War torn country
post war poverty
I had no idea what to expect
It's hard to recall, I had some kind of image of Sarajevo as my bf at that times was from Sarajevo, talking about the city as kind of diamond.. I was expecting something oriental and supercool. I didn't have any image of the country..
Waterfalls, sea, Islamic history, war torn city that we did not help when we should have. Wanting to learn more about the war
Mostar bridge and beautiful markets
No go zone, extremely dangerous, mustn't visit
I expected it to still be war-torn
Gorgeous but troubled
I knew almost nothing about it before. I knew there was war there and that a coworker had left as a child with their family. And of course the association. Basically I know it for what happen there not what it was or is.
Natural landscapes
Very much that of Turkey
Misterious
I didn’t have any. Perhaps, a land with problems due to the war
Exotic Turkish progressive Muslim country

5. What kind of image of B&H you had in mind after you leave?

What kind of image of B&H you had in mind after you left?
Beautiful nature and emotional war history
Nature, culture, history

Everything was destroyed, but the people were not broken
Gain a lot of information from tours
mix of different nationalities
Beautiful nature, lot of green and rivers. Nice people, nice mosques
very friendly people, lot of history and interesting local traditions
great people, history and war memories
unbreakable spirit
not very rich but full of history culture art
Beautiful! I loved Bosnia and the people. The food, the architecture, the history are so incredible and moving. I drank from the fountain so I WILL be back.
Friendly and full of history. Very charming
I had the same image, but beside that, now i have a clear perspective on the history of the Country
War shows what is bad in man, and culture shows what is good in man.
Still very traditional with some modern thinking people
A mixture of modern and very traditional people
I absolutely loved it and wish to return. I have also recommended it to family and friends.
Very beautiful country with difficult past and present, very nice and warm people, beautiful wild nature
Beautiful people, great nature, the war is still felt everywhere and future conflicts seem likely
Beautiful... amazing countryside and the kindest , most interesting people
Beautiful colorful meaning
A country still recovering from the atrocities, with very warm people that are always there to help. There seems so be a general understanding of the mismanagement of the government too. It is also a beautiful place with amazing nature. I would definitely recommend it as well, for both educational purposes due to the history and because it is a cool place to visit.
Wonderful
One of the most beautiful and safest places I have ever been too, and some of the nicest people I have ever met
Amazing warm country
Beautiful
A wonderful country with a very, very difficult politician and social situation
A beautiful surviver country, build up again
extraordinary culture, wise people, beatiful nature
Peaceful, beautiful, relaxing

A place of natural beauty, great food, welcoming people and amazing history
I think it's one of the most amazing places I've ever visited
affected by war, beautiful, good hospitality, music -also be careful with pick pockets
It is very beautiful and fun
Beautiful place, amazing people, you can feel the cost of war in the people and the country.
The people we.met and spoke with
A biodiversity full of nature place
A very beautiful country that endured so much in the war
eh... so definitely - that there is something more than Sarajevo. I was obsessed by the country (after my first visit), definitely thinking of coming back. After several visits I am now not so positive, I am struggling with the people (onlyin my mind), it's hard to explain and to understand. The lack of energy,lot of nostalgy,.. sorry for that :(there are several people who showed me ona does not have to be passive, one can success and be happy, one can fight,.. kapa dole. B&H taught me to be more tolerant to another religions, to be ok seeing women hijab, as this is not typical in our country,.. I beca˘e a strucnjak for this region :-D and have a feeling I can explain a lot of things that happend there (even it is not true, and I will never be able to understand everything,...) and so on and so on :)
It’s a city of great potential, but still requires a lot of. work. The common goal of the people is to live in peace and being respectful of people’s lifestyles. A rich and diverse place where you totally feel at ease and safe. The people are so friendly and helpful. Having spoken and meet people who were directly affected by the war has left a profound effect on me and shows the resilience and strength of people Bosnia despite what they have been through and this needs to been seen and told. Stunning scenery, view and architecture.
Beautiful but still needing time to heal
The opposite. Beautiful haven
I left Bosnia having experienced the beauty and serenity of Sarajevo, Mostar, and the numerous masjids throughout the country.
Consistent
That is is filled with tenacious welcoming folks with deep love for their county.
Some disolation
Very friendly people and a nice place in general with a lot of history and that it has been preserved
Beautiful and rich in history and culture
A lovely one. Since then, I try to visit it almost every year
Exotic Turkish progressive and beautiful

6. Have you booked any war-related tour?

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	50.70%	36
2	Probably yes	21.13%	15
3	Might or might not	9.86%	7
4	Probably not	2.82%	2
5	Definitely not	15.49%	11
	Total	100%	71

7. ***Would you recommend Bosnia to your surounding ?***

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	90.28%	65
2	Probably yes	8.33%	6
3	Might or might not	1.39%	1
4	Probably not	0.00%	0
5	Definitely not	0.00%	0
	Total	100%	72

8. ***Have you felt safe?***

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	81.69%	58
2	Probably yes	14.08%	10
3	Might or might not	4.23%	3
4	Probably not	0.00%	0
5	Definitely not	0.00%	0
	Total	100%	71

9. ***Did you experiance any political ideologization coming from your tour guide?***

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	14.08%	10

2	Probably yes	7.04%	5
3	Might or might not	23.94%	17
4	Probably not	12.68%	9
5	Definitely not	42.25%	30
	Total	100%	71

10. Do you feel like your visit helped in the proces of peace building and global safety?

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	51.39%	37
2	Probably yes	23.61%	17
3	Might or might not	19.44%	14
4	Probably not	4.17%	3
5	Definitely not	1.39%	1
	Total	100%	72

11. Would you come back to Bosnia if had a chance?

#	Answer	%	Count
1	Definitely yes	95.83%	69
2	Probably yes	4.17%	3
3	Might or might not	0.00%	0
4	Probably not	0.00%	0
5	Definitely not	0.00%	0
	Total	100%	72

3.1. Analiza rezultata anketnog istraživanja

Anketu je u online formi ispunilo 72 ispitanika iz cijelog svijeta nakon njihove posjete Bosni i Hercegovini. Od 72 ispitanika, 40 osoba ženskog spola i 32 osobe muškog spola. Dolaze iz različitih zemalja: Argentina, Austrija, Belgija, Češka, Čile, Dubai, Egipat, Engleska, Finska, Francuska, Gibraltar, Grčka, Hrvatska, Indija, Italija, Japan, Kanada, Kina, Koreja, Mexico,

Nizozemska, Njemačka, Norveška, Portoriko, Rumunija, Rusija, Saudijska Arabija, Singapur, Sjedinjene Američke Države, Španija, Švedska, Turska, Urugvaj, Velika Britanija.

Najveći broj ispitanika, čak njih 81 % , Bosnu i Hercegovinu je posjetilo u posljednih pet godina. 32% ispitanika za Bosnu i Hercegovinu kao potencijalnu turističku saznalo je preko medija, a 30% preko prijatelja ili porodice koji su im preporučili. Iako je većina posjetila Bosnu i Hercegovinu zbog relaksacije ili edukacije, vrlo značajan procenat od 20% ispitanika posjetilo je Bosnu i Hercegovinu kako bi se suočilo sa ratnom prošlošću. Na pitanje o očekivanjima prije dolaska u Bosnu i Hercegovinu dobili smo niz odgovora: historija, kultura, prirodne ljepote i ratom razrušena država, samo su neki od njih. Većina ispitanika naglašava da su prije dolaska u Bosnu i Hercegovinu znali da se na ovim prostorima desio rat.

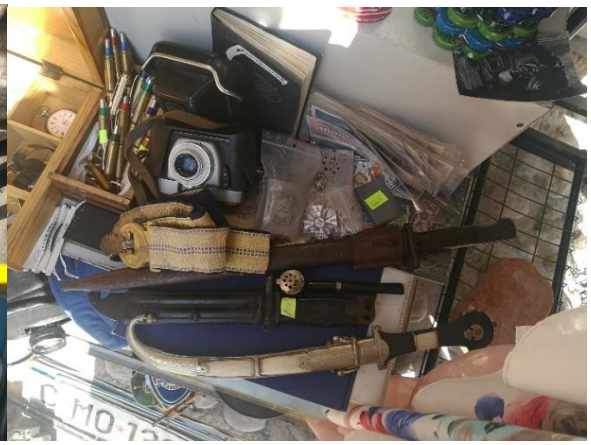
Pitali smo ispitanike da opišu svoju vizuru Bosne i Hercegovine, nakon što su je posjetili. Ono što je većina odgovorila bilo je povezano sa iznenađenjem o ratnom uništavanju, količinom historije i duhom ljudi.

Kada govorimo o ratnom turizmu, čak 50% ispitanika je bukiralo neku ratnu turu ili turu sa elementima ratnog naslijeđa. 90% ispitanika preporučilo bi svom okruženju, prijateljima i porodici da posjete Bosnu i Hercegovinu. Iako je prvo pitanje o BiH tokom google pretrage *Is Bosnia safe?* (da li je Bosna sigurna država), 81% ispitanika se osjećalo apsulutno sigurno u toku njihove posjete Bosni i Hercegovini. Kada govorimo o turističkom pričanju, u 14% slučajeva gosti su procjenili da su osjetili ideologizaciju koja dolazi od strane turističkih radnika, dok 23% ispitanika nisu bili sigurni da li se pojedini elementi u turističkom *storytellingu* mogu smatrati ideologiziranjem. 50 % ispitanika su smatrali da doprinose dugoročnom miru svojom posjetom, a gotovo svi da bi se u Bosnu vratili.

4. Suvenir shopovi – PHOTO

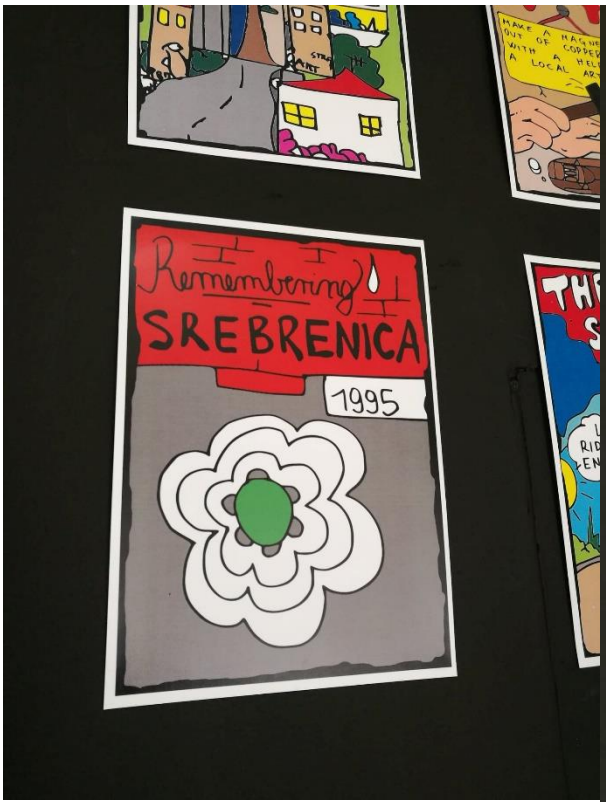
Dokumentirali smo kroz fotografije, ponude u suvenir shopovima sa fokusom na metke, dijelove oružja i ostale suvenire koji evociraju sjećanje na rat, kao i izloge agencija na području Mostara i Sarajeva.

Mostar Stari Grad 2019



Sarajevo Baščaršija/Centar 2019

SREBRENICA
8372...
UKUPAN BROJ ŽRTAVA
KOJI NIJE KONAČAN
59€
Every day
at 8 a.m
er.com


Remembering
SREBRENICA
1995

COMMUNIST
APOCALYPSE

15€
Every day
at 2 p.m.
TUNNEL
TOUR
27€
Every day
at 11 a.m.
TIMES OF
MISFORTUNE
RAFTING

SREBRENICA
EXHIBITION
MISSING PERSONS WALL
PORTRAIT ROOM
SREBRENICA EXHIBITION
GENOCIDE FILM LIBRARY
SREBRENICA MAPPING GENOCIDE
SREBRENICA MEMORIAL FILM
Sarajevo
THE SIEGE OF SARAJEVO
PAUL LOWE / TRIO SARAJEVO EXHIBITION
MISS SARAJEVO BILL CARTER FILM
AUDIO GUIDE
EVERY DAY 10.00-20.00
AIR CONDITION

ZAKLJUČAK

U ovom istraživanju definirali smo turizam kao praktičnu realizaciju međunarodnih odnosa, osjetljivu granu privrede na koju utiču sve promjene i oscilacije u multilateralnom i bilateralnom odnosu država. Stabilnost i prosperitet privlače inozemne goste, dok ih katastrofe, sukobi i nemiri plaše. Nekada su oscilacije neizbježne i upravo iz tog razloga niti jedna država ne bi trebala bazirati svoju ekonomiju na isključivo jednoj grani privrede. Istražili smo šta se dešava kada države okončaju sukob i na koji način bi rast turizma mogao pomoći proces obnove uništenog društva. U tom kontekstu, Bosna i Hercegovina je idealan primjer. Trend rasta interesa za ratni turizam definitivno postoji u Bosni i Hercegovini kao i kapaciteti da se on razvija. To smo uspjeli dokazati kroz sprovedeno istraživanje, ankete i intervjuje. Potencijali su mnogobroji; od postojeće ratne infrastrukture, do novih objekata koji baštine kulturu sjećanja poput memorijala, muzeja, galerija, tematskih hostela itd. Nosioc ovih projekata je privatni sektor, što zbog neusaglašenosti mišljenja i ignorantskog odnosa na svim nivoima vlasti, tako i zbog nemogućnosti države da interveniše i kroz svoje kanale obezbjedi objektivne edukativne materijale za turističke radnike. Uticaj na post-konfliktnu rehabilitaciju je vidljiv, pogotovo u slučaju grada Mostara. Turizam je jedina brzorastuća grana privrede u Bosni i Hercegovini. U isto vrijeme postoji opasnost od banalizacije prošlosti, komodifikacije smrti i jednog neetičnog pristupa tragičnoj ratnoj prošlosti u svrhu zarade. Kako ne postoje načini da se kontrolira distribucija „edukativnih“ sadržaja, ostaje samo nada u pouzdanost i reprezentativnost u turističkom pričanju. Kroz sprovedene intervju, otkrili smo različite pristupe ratnom naslijeđu u turističkom sektoru, kao i kulturi sjećanja u turističkom pričanju. Anekata je dokazala da postoji motiviranost ratnim naslijeđem za dolazak u Bosnu i Hercegovinu, kao i da je većina gostiju bila zainteresirana za neke ratne ture. U Sarajevu je prihvaćeno da mjesta povezana s posljednjim ratom 1992-1995 čine dio povijesti, a time i naslijeđe građana ovog grada. Međutim, to naslijeđe ne doživljavaju svi građani Bosne i Hercegovine na isti način. Kolektivno pamćenje ovisi o političkoj propagandi, pogrešnom tumačenju povijesti i određenim individualnim ili grupnim nastojanjima. Kako pojedinačno sjećanje blijedi, postoji strah od gubitka orginalnih identiteta i istina usljed formiranja novih političkih agendi. Kao posljedica ove složene situacije, „tamno“ nasljeđe služi kao jedini fizički dokaz koji uspomenu može sačuvati živom, spriječiti ponovno pisanje povijesti i prenošenje iste budućim naraštajima. Ovu tamnu baštinu treba zaštititi, čuvati, restaurirati i ne zanemariti. Bez obzira na to sve, djelovanje institucija u Bosni i Hercegovini izostaje i nije u skladu s međunarodnom doktrinom svjetske

baštine koja smatra *državu*, a ne privatni sektor - glavnim nosiocem kolektivnog kulturnog pamćenja i identiteta. (Kamber, 2016)

Bibliografija

Lennon, J., & Foley, M. (1996.). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies, Vol. 2.*, 198-221.

Anholt, S. (2007.). *Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions.* New York: Palgrave Macmillan.

Bigley, J., Lee, C.-K., & Chon, Y. (2010.). Motivations for War-related Tourism: A Case of DMZ Visitors in Korea. *Tourism Geographies, Vol. 12, No. 3.*, 371–394.

Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? (2007). London: Overseas Development Institute.

Ćurak, N. (2016). *Rasprava o miru i nasilju.* Sarajevo: Buybook.

Fernando, S., Bandara, J., & Smith, C. (2013). Regaining Missed Opportunities: The Role of Tourism in Post-war Development in Sri Lanka. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 685-711.

Figal, G. (2008.). Between War and Tropics: Heritage Tourism in Postwar Okinawa. *The Public Historian*, 83-107.

Fonseca, A., Seabra, C., & Silva, C. (2016). Dark Tourism: Concepts,Typologies and Sites. *Journal of Tourism, Research & Hospitality*.

Ghali, B. (1995). *An Agenda for Peace.* New York: UN.

Kaneva, N. (2011). Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication 5* , 117–141.

Kesar, O., & Tomas, P. (2014). Obilježja i dosezi memorijalnog turizma u Hrvatskoj. *Liburna, Vol. 3, Br. 1*.

Korstanje, M. E., & Ivanov, S. (2012). Tourism as a form of a new psychological resilience: The inception of dark tourism. *Cultur - Revista de Cultura e Turismo*.

Lasić, M. (2011). *Kultura Sjećanja.* Sarajevo: Friedrich Ebert Stifung.

Light, D. (2017.). Progress in dark tourism and thanatourism research: An unesasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management 61*, 275-301.

Lynch, C. &. (2011.). Phoenix Tourism. *Annals of Tourism Research*, 780-800.

Marija Kamber, T. K. (2016). Dark heritage tourism and the Sarajevo siege. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14:3, 255-269.

Rojek, C. (1991.). *Ways of Escape: Modern Transformations of Leisure and Travel.* Glasgow: PHD Thesis on University of Glasgow.

Smith, D. (2004). *Towards a Strategic Framework for Peacebuilding: Getting Their Act Together.* Oslo: Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs.

Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe. (2015.). Retrieved from unesco.org: http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf/Introduction_Sustainable_Tourism.pdf

Turner, R. (2018). *Travel and Tourism - Economic impact - Bosnia and Herzegovina.* World Travel and Tourism Council.

Vuković, I. (2003.). Modern tendencies in development of international relations and their influence on tourism progress. *Tour. hosp. manag. Vol. 9*, 75-82.

Wise, N. (2012). Landscape Remembrance, Fading Memory, and Replacing Memory: Conceptualizing Destination Image and Place Imaginations, Post-War. *e-Review of Tourism Research, Vol 10*.

Biografija kandidatkinje:

Ruba Velagić rođena je 1992. godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Svoje osnovno i srednjoškolsko obrazovanje također je stekla u Sarajevu (Prva bošnjačka gimnazija Sarajevo,., 2008-2012.). Već u srednjoj školi pokazuje interes za društvene znanosti, različite socijalne pokrete za pravdu, ljudska prava i feminizam. Postaje aktivna članica nekoliko nevladinih organizacija za promociju i zaštitu ljudskih prava (YIHR BH). Takav aktivizam nastavio se i u studenstkim danima, kroz peer to peer edukacije i kretanja po prostoru bivše Jugoslavije sa ciljem borbe protiv nacionalizma druge generacije. Fakultet političkih nauka upisuje 2012., smjer Politologija. Nakon dvije godine studiranja u Sarajevu, u okviru programa Erasmus Mundus – Join SEE EU, odlazi na semestralni boravak na Masaryk Univerzitet u Brnu, Češka – gdje je uspješno okončala sve akademske obaveze, na smjeru Europske studije, sa posebnim fokusom na predmete koji se odnose na Ex-Yu post-konfliktni period. Po povratku iz Brna, nastavlja obrazovanje na FPN, gdje stiče zvanje Bachelor Politologije. Nakon diplomiranja godinu dana provodi radeći u timu profesora Rusmira Mahmutćehajića u Međunarodnom Forumu Bosna. U tom periodu, upisuje master studije na Fakultetu političkih nauka (MoiD). Nakon godinu dana, kao stipendistkinja programa EU Greentech odlazi na jednogodišnji studij Međunarodne ekonomije na Univerzitetu u Splitu, Hrvatska. Po povratku u BiH, sakupljeno znanje iz različitih oblasti koristi kao certificirani turistički vodič (edukativne i akademske ture), freelancer, radeći na teritoriji cijele BiH, s ciljem promocije njenih ljepota i boljeg razumjevanja njene komplicirane prošlosti.

Naziv odsjeka i/ili katedre: Politologija (Međunarodni odnosi i diplomatija)

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime:	Ruba Velagić
Naslov rada:	ULOGA RATNOG TURIZMA U OBNOVI MEĐUETNIČKOG POVJERENJA U POSTKONFLIKTNIM DRUŠTVIMA
Vrsta rada:	Završni magistarski rad
Broj stranica:	57.

Potvrđujem:

– da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;

– da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;

– da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;

– da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;

– da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;

– da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;

– da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum Potpis