

Luka Milunović*

POTREBA BRIŽLJIVE PROMOCIJE I RAZVOJNE MOGUĆNOSTI SKADARSKOG JEZERA

PROMOTION OF ENVIRONMENTAL VALUES OF THE SKADAR LAKE - EXPERIENCES AND NEEDS

Izvod

U radu se ukazuje na (1) razvojne mogućnosti Skadarskog jezera i komplementarnost razvoja turizma i unapređenja i zaštite, odnosno (2) kompleksnost i značaj promocije ovog prostora izuzetnih vrijednosti

Synopsis

In this paper has been appointed (1) possibility of development Skadar Lake and complementary of the tourism improvement and advancement and protection, in other words (2) complex which are of impotence for promotion the area with exceptional touristic features.

* Luka Milunović, Skupština opštine Cetinje.

UVOD

Aдекватna kvalitetna zaštita i unapređenje prostora, koji su zbog svojih vrijednosti proglašeni nacionalnim parkovima, iziskuje veoma značajna materijalna sredstva. Potrebna sredstva se ne mogu, niti treba, u optimalnom obimu i kvalitetu ostvariti neposredno, ili posredno dotacijama državnog budžeta. Adekvatno servisiranje tekućih i razvojnih potreba, koje ovakvi prostori nameću značajem svojih vrijednosti, teško je moguće u značajnijem dijelu ostvariti samostalnom tržišnom proizvodnjom koja se oslanja na direktnu eksploataciju prirodnih resursa ovih prostora uz poštovanje rigidnih uslova zaštite.

Kada je Skadarsko jezero i njegov obodni pojas u pitanju, u literaturi je konstatovana komfliktnost zaštite akvatorijuma i razvoja intenzivne poljoprivrede (1). Moguća privredna aktivnost na ovom prostoru se, pak, može bazirati na značajnijoj eksploataciji ribljeg fonda. Navedimo zato, kao ilustraciju, novije podatke o rezultatima ribarenja u slatkim vodama Crne Gore (12):

Ulov slatkovodne ribe po vrstama (u tonama)*

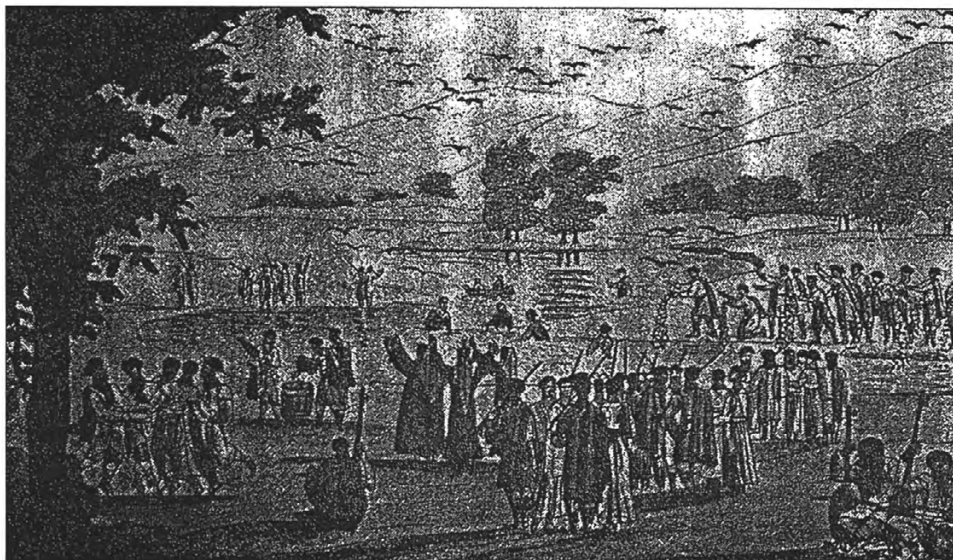
GODINA	Ukupno	Pastrmka	Šaran	Jegulja	Ukljeva	Ostale ribe
1990	304	258	-	1	3	42
1991	264	167	-	1	35	61
1992	303	106	2	5	47	144
1993	223	90	1	2	27	103
1994	255	118	2	2	24	109

Napomenimo da je Crna Gora 1992. godine u slatkovodnom ribarstvu raspolagala sa četiri čamca, a 1993. sa pet čamaca od ukupno 59 BRT. Naravno, uloga Skadarskog jezera u slatkovodnom ribarstvu republike sasvim je dominantna, pogotovo kod određenih vrsta ribe.

Uz navedene aktuelne podatke iznosimo tek segment upečatljivih ilustracija o stanju ribljeg fonda Skadarskog jezera u XIX vijeku, koje su nam ostavili stranci i izvanjci u svojim radovima o Crnoj Gori. Tako Fransoa Lenorman, istaknuti francuski naučnik, u svom radu objavljenom 1866. godine zapisuje: ..."Približavanjem zime, ukljeve nailaze prema Skadarskom jezeru i tako gustim jatima da voda dobija pri njihovom prolazu naročitu boju..." Isti autor (5) za čuvena "oka" ističe: ..."Količina ukljeve je često tolika da zabodeno veslo u ovom sprudu ribe, stoji uspravno..." Na sličan način "oka" je opisivao i Vuk St. Karadžić u svom radu iz 1937. godine (6)

Pored izglednih mogućnosti ribarenja, treba ukazati i na mogućnost lova pernate divljači. Tako je npr. 1992. godine u Crnoj Gori ulovljeno raznih vrsta močvarica 7.850, odnosno 42.395 komada ostale pernate divljači. U lovišta nije unošena živa divljač (11).

* Statistika, nažalost, ne evidentira ulog privatnih ribolovaca, pa ispada je ulov šarana najmanji, dok je u stvarnosti obrnut slučaj.



Sl.1. Praznik ribolova

Posebno treba istaći, kada su zaštićeni prostori u pitanju, da privredne i uopšte sve ekonomske aktivnosti koje se oslanjaju na direktnu eksploataciju postojećih resursa, na duži rok uvijek nose veliku opasnost od devastacije svih vrijednosti tih prostora (4).

Turizam, odnosno valorizacija vrijednosti ovih prostora kroz turističku djelatnost, pojavljuje se kao ozbiljna mogućnost za obezbjeđivanje novčane akumulacije koja bi se stavila u funkciju zaštite i razvoja i time postala ozbiljan oslonac unapređenja prirodnih i kulturnih vrijednosti ovih prostora.

Pravilno osmišljena i adekvatno vođena turistička aktivnost zbog svoje komplementarnosti strategijskim društvenim interesima na ovakvim područjima, stvarala bi uslove da se uspostavi, da tako kažemo, "poželjan circulus" u kojem bi uzročno-posljedičnim vezama bili spojeni zaštita i unapređenje vrijednosti prostora, sa jedne, i razvoj turizma, sa druge strane.¹ Naime, turistička aktivnost sprovedena uz prihvatanje marketing orijentacije, stvarala bi sredstva za finansiranje unapređenja i zaštite vrijednosti prostora, a upravo tako unapređeni i zaštićeni prostori bili bi osnova za formiranje sve kvalitetnijeg turističkog proizvoda, tj. razvoja turizma uopšte na tim prostorima.

Turizam, takođe, (1) direktno zapošljavanjem, odnosno (2) indirektno stvaranjem uslova za pokretanje čitavog niza radnih aktivnosti (ručni rad, autentično zanatstvo, poljoprivreda, stočarstvo i dr.) što implicira razvoj turizma a što nijesu u konfliktu sa režimom zaštite, može obezbijediti prihode, tj. izvore egzistencije lokalnog stanovništva, što je od značaja za sprečavanje depopulacije tih prostora.

¹ Dr Stevan Nikolić u svom radu (2,7) ističe stav: ... "4. Zaštita prirode i turizam su, u načelu, međusobno podsticajne i komplementarne djelatnosti..."

Na ovaj način se smanjuju ili potpuno eliminišu demotivacioni efekti za život ljudi na zaštićenim prostorima, koje sa sobom nosi poštovanje strogih režima zaštite.

Kada govorimo o razvoju turizma na prostorima kojima zbog njihovih izuzetnih vrijednosti treba poklanjati posebnu pažnju, imamo na umu one turističke aktivnosti koje po vrstama, obimu i intenzitetu ne dolaze u sukob sa principima zaštite. Lijep turistički motiv je na primjer posmatranje života ptica u njihovim prirodnim staništima (3), a što upućuje na traženje i korišćenje mnogih drugih specifičnih mogućnosti koje pruža Skadarsko jezero.

Ovakav razvoj turizma uz marketing organizaciju, koju inače ne bi trebalo ograničiti samo na oblast turizma, obezbjeđuje takav turistički proizvod koji, kako svojim formiranjem, tako i korišćenjem ("potrošnjom") ne izaziva ekološke ili bilo kakve druge opasnosti i rizike po vrijednosti ovih prostora. S druge strane, sadrži anticipirane želje i potrebe budućih potrošača (eko-turizam), koji su o mogućnostima njihovog zadovoljenja obaviješteni optimalnim promocijnim naporom, uz kasnije uspostavljanje neposrednog kontakta putem adekvatnih kanala distribucije.

Bogatstvo prirodnih i kulturnih vrijednosti bazena Skadarskog jezera obavezuje da se posebna pažnja posveti definisanju elemenata promocijne politike. Promociju ovdje ne shvatamo isključivo kao instrument marketinga, odnosno kao promocijni mix u turizmu, već kao neophodnu i veoma važnu aktivnost u ukupnoj politici egzistencije, zaštite i unapređenja prostora sa izuzetnim vrijednostima. Pri tome treba istaći da se upravo kroz turističke aktivnosti na dobar način mogu promovisati kako pojedine vrijednosti tako i određeni prostor kao cjelina.

Pri definisanju ciljeva i zadataka promocijnih aktivnosti mora se voditi računa o činjenici da su vrijednosti bazena Skadarskog jezera predmet interesovanja ljudi još od praistorije, od praskozorja ljudske kulture (10). Prisustvo ljudi i njihova djelatnost kroz minule milenijume bogatilo je kulturne slojeve basena ovog Jezera. Artefakti, koje danas nalazimo, kao i kasnije nastali zapisi, tek su fragmenti koji ukazuju kako na intenzivan i događajima bogat život ljudi, tako i na prirodne vrijednosti ovog područja. Iz bogate riznice biramo kao ilustraciju nekoliko primjera.

Evo kako Skadar i Jezero opisuje mletački senator² 1474. godine: ..."Ravnica i bez velikog truda rabotnika, samo kada bace sjeme žita u zemlju, rađa

² Ove predjele će veoma slično opisati i narodni pjesnik koji, ne ostavši ravnodušan pred prirodnim bogatstvima, stvara nadahnute stihove:

Kad pogledaš brdu iznad grada
Sve porasle smokve i masline
i još oni grozni vinogradi
kad pogledaš strmo ispod grada,
al uzrasla šenica bjelica,

A oko nje zelena livada
kroz nju teče zelena Bojana,
po njoj pliva riba svakojaka,
kad god hoćeš, da je taze jedeš.

("Crnogorske narodne junačke pjesme", Cetinje, 1953, str. 4)

u izobilju..." i dalje ..."Bregovi su puni vinograda i maslina. Pored močvare rastu visoke šume koje daju drvenu građu svake vrste..." (7).

Skoro tri vijeka kasnije Mitropolit Vasilije Petrović, pišući "Istoriju o Crnoj Gori", 1754. godine, ne propušta da istakne: ..."Nije moguće opisati miomirisni vazduh ove zemlje..." a o samom Jezeru piše: ..."u tom jezeru ima nekoliko ostrva, na svakom ostrvu ima manastir koji sagradiše zetski i crnogorski hercezi..." i dalje ..."sa desne strane toga jezera je plodna zemlja"... "bogata svakojakim plodovima"(8).

Izuzetne prirodne vrijednosti, veoma značajno i bogato kulturno-istorijsko nasleđe i veoma obimna bibliografija radova o Skadarskom jezeru, uz svijest o neophodnosti njegove zaštite i unapređenja, čini one postulate na koje se moraju žvrsto oslanjati sve aktivnosti na ovom prostoru.

Zato je i posebno osjetljiv zadatak promocije vrijednosti ovog područja, bez obzira da li se promoviraju samo turistički proizvod ili područje kao cjelina. Razumljivo je da ovi promocijski napori moraju biti u potpunosti usklađeni kako po ciljevima, tako i po oblicima i sredstvima koji će se koristiti.

Pri promociji, upravo zbog bogatstva, važnosti, raznovrsnosti, ali i međusobne povezanosti i uslovljenosti motiva, ne smije se dozvoliti da potencijalni korisnici ili potrošači turističkog proizvoda "od šume ne vide drveće", ili pak "od drveća ne vide šumu".

Zaključimo na kraju: Promotivna aktivnost, shvaćena kao proces, a ne kao čin, treba da, putem komunikacije sa javnošću, informiše, pa i edukuje, što bi rezultiralo formiranjem mišljenja koje će promijeniti ukupno ponašanje prema prostorima od izuzetnog, šireg značaja.

LITERATURA I IZVORI

- Program zaštite, unapređenja i korišćenja dobara Nacionalnog parka "Skadarsko jezero", Titograd, 1988.
- Dr STEVAN NIKOLIĆ (1994): Medudejstvo zaštite prirode i razvoja turizma u nacionalnim parkovima - Komplementarnost i ekološki rizici, "Zaštita prirode i turizma u nacionalnim parkovima SR Jugoslavije", Beograd.
- ONDREJ VIZI (1991): Ornitološke odlike ostrvceta Grmožur na Skadarskom jezeru", "Glasnik Republičkog zavoda za zaštitu prirode i prirodnjačkog muzeja u Podgorici", Podgorica, br. 24.
- Dr SINIŠA STANKOVIĆ (1927): Skadarsko jezero, Cetinje i Crna Gora, Beograd. "Tri Francuza o Crnoj Gori", Cetinje, 1949.
- VUK ST. KARADŽIĆ (1922): Crna Gora i Boka Kotorska, Beograd. Sazdanje Cetinja, Titograd, 1984.
- VASILIJE PETROVIĆ (1985): Istorija o Crnoj Gori, Cetinje-Titograd.
- VIALA DE SOMIJER (1994): Istorijsko i političko putovanje u Crnu Goru, Cetinje.
- Dr ČEDOMIR MARKOVIĆ (1985): Neolit u Crnoj Gori, Beograd.

Statistički bilten, Beograd, 1993, br. 2006.

Statistički godišnjak Republike Crne Gore, 1995, Podgorica, decembar 1995.

Luka Milunović

POTREBA BRIŽLJIVE PROMOCIJE I RAZVOJNE MOGUĆNOSTI SKADARSKOG JEZERA

Rezime

Polazeći od saznanja da ambijentalne vrijednosti područja Skadarskog jezera (možemo reći već vjekovima) plijene pažnju i izazivaju interesovanje, što ćemo ilustrovati tek po kojim primjerom iz bogate riznice ostavljenih zapisa, opisa, dokumenata, ali i književnih i drugih oblika umjetničkog izražavanja. No, najčešće se ova pažnja i interesovanje zadržavalo samo do nivoa informisanosti, ne stvarajući pri tom ubjeđenje o potrebi i korisnosti: neposrednijeg, kontinuiranijeg, izdašnjeg i dugoročnijeg vezivanja aktivnosti za ovo područje.

U cilju mijenjanja ovih odnosa, a u skladu sa tim i kvaliteta rezultata aktivnosti, mislimo da promotivni naponi treba da budu organizovani kao instrument marketing miksa, koji uz marketing koncepciju i kaciju, uvažavajući sve specifičnosti Nacionalnog parka Skadarsko jezero mogu stvoriti uslove za obezbjeđivanje sigurnije osnove zaštite i unapređenja vrijednosti, naročito kroz turističke djelatnosti.

Luka Milunović

PROMOTION OF ENVIRONMENTAL VALUES OF THE SKADAR LAKE

Summary

We start from the knowledge that environmental values of the Skadar lake Area have attracted attention and aroused interest for, we may well say, centuries, which will be illustrated by just some of the examples taken from the rich heritage of inscriptions, descriptions, documents, as well as literary and other forms of works of art. But this attention and interest has most often stopped at the level of information, without producing a conviction about the need for interconnection of direct, continued, comprehensive and long-term activities related to this area.

With a view to changing such relationship and thereby also the quality of the results obtained from all the activities, we think that efforts towards promotion of the Skadar Lake National Park should be organized as the instrument of a marketing mixture which would take care of the specific features of this area through both its conception and actions. This could result in creating conditions mentioned environmental values, especially through tourist trade related activities.