

MOTIV OD ZNAČAJA

Za ono što se priprema i planira u gradu u domenu turizma, faktor mobilnosti, kao olimpijsko sarajevsko iskustvo, svakako će igrati veoma značajnu ulogu.

Sigurno da to neće, niti može biti, faktor puke kampanje, koja bi eventualno u određenim trenucima trebalo i na planu turističkih programa grada da „podgrjava atmosferu” i „podiže duhove”. Kampanja, kao vještački izraz uticaja na skupinu svijeta, zacijelo ne bi bila u stanju da ostvari masovno jedinstvo pogleda i akcije – ona, uostalom, ne bi odgovarala samom stepenu već ispoljene svijesti u gradu.

Riječ je o nečem drugom. Riječ je o potrebi da se iskustva prilikom organizacije XIV ZOI što efikasnije, kao metod društvene akcije i prakse, ugrade u dalje aktivnosti, pa, prema tome, i u one korake koji će slijediti na širokom planu razvoja grada u značajan svjetski turistički centar.

Prije svega, kao što je pokazalo pomenuto iskustvo, treba njegovati takav metod i stil rada gdje neće biti bilo kome građaninu nekih nepoznanica iz domena njegovih dužnosti i odgovornosti, gdje neće biti uopštenih i neodređenih zadataka i poslova, gdje neće biti punkta koji nije „pokriven” konkretnošću, određenošću i jasnoćom zadatka. Čini se da je to pravo najveće i najdragocjenije olimpijsko iskustvo kada je riječ o daljem ostvarivanju stepena pune mobilnosti radnih ljudi i građana.

Nije, prema tome, slučajno što su neki društveni faktori, analizirajući prva iskustva XIV ZOI, upravo ukazali na ovu okolnost i procijenili u tom pogledu svoju veliku i odgovornu društvenu ulogu u gradu.

SVAKOM SVOJ ZADATAK

Organizacija XIV ZOI pokazala je na praktičnom planu šta i koliko se može učiniti u svim porama društvenog života kada zaživi načelo o kojem je riječ – načelo jasnoće, konkretnosti i određenosti u akciji. Samim tim i načelo dužnosti i odgovornosti.

U periodu kada se Sarajevo priprema za temeljitu transformaciju na turističkom planu, sigurno je da ovo načelo ima prvorazrednu važnost.

Neće, naime, teret turističkog zadatka biti moguće prebaciti samo na one punktove i institucije u gradu (trgovina, ugostiteljstvo i sl.) koji po prirodi svoga posla u bukvalnom smislu imaju takvu „nadležnost” i „prerogative”. Sigurno je da bi u tom slučaju cjelokupna turistička ambicija Sarajeva bila svedena na skromnije okvire i da bi, zapravo, turizam u cjelini bio na margini gradskog života. Životario bi, ustvari, van domašaja pravog gradskog, sarajevskog života.