

ULOGA KULTURNE BAŠTINE U RAZVOJU URBANIH TURISTIČKIH POTENCIJALA - GRAD VINKOVCI KAO DESTINACIJA

Parmaković, Laura

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:794862>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in
Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT U KULTURI I
KREATIVNIM INDUSTRIJAMA

LAURA PARMAKOVIĆ

**ULOGA KULTURNE BAŠTINE U RAZVOJU
URBANIH TURISTIČKIH POTENCIJALA – GRAD
VINKOVCI KAO DESTINACIJA**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR: doc. dr. sc. Igor Mavrin

Osijek, 2024.

Sažetak

Kulturna baština je nasljeđe prošlih generacija koje je ostavilo utjecaj na današnji život ljudi. Turističke destinacije mogu postati konkurentne upravo uključivanjem kulturne baštine u svoju turističku ponudu. Grad Vinkovci, kao nerazvijena turistička destinacija, ima velik potencijal koji može biti ostvaren uključivanjem kulturne baštine u turističke svrhe.

Cilj rada je istražiti potencijale i ulogu kulturne baštine grada Vinkovaca za razvoj turizma u gradu. Za svrhu istraživanja korištena je metoda dubinskog intervjua koji je provedem s direktoricom Turističke zajednice grada te pročelnicom Ureda za kulturu i turizam grada Vinkovaca.

U radu će se pokušati utvrditi postavljene hipoteze: (1) kulturna baština Vinkovaca je nedovoljno iskorišten resurs koji može značajno doprinijeti razvoju turističkih potencijala grada, (2) postojeće promotivne aktivnosti nisu adekvatno razvijene kako bi privukle veći broj turista i istaknule kulturne znamenitosti Vinkovaca, (3) zaposleni u području turizma smatraju da Vinkovci imaju značajan neiskorišteni potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma koji se može realizirati kroz bolje upravljanje resursima, unapređenje infrastrukture i efektivnije promotivne strategije.

Ključne riječi: kulturna baština, turizam, urbani turistički potencijali, Vinkovci

Abstract

Cultural heritage is the legacy of past generations that has left an impact on people's lives today. Tourist destinations can become competitive precisely by including cultural heritage in their tourist offer. The town of Vinkovci, as an undeveloped tourist destination, has great potential that can be realized by including cultural heritage for tourist purposes.

The aim of the work is to investigate the potential and role of the cultural heritage of the city of Vinkovci for the development of tourism in the city. For the purpose of the research, an in-depth interview method was used, which we conducted with the director of the town's Tourist Board and the head of the Office for Culture and Tourism of the town of Vinkovci.

The paper will try to establish the hypotheses: (1) the cultural heritage of Vinkovci is an underutilized resource that can significantly contribute to the development of the city's tourist potential, (2) the existing promotional activities are not adequately developed in order to attract a larger number of tourists and highlight the cultural sights of Vinkovci, (3) employees in the field of tourism believe that Vinkovci has significant untapped potential for the development of cultural-historical tourism that can be realized through better management of resources, improvement of infrastructure and more effective promotional strategies.

Keywords: cultural heritage, tourism, urban tourism potential, Vinkovci

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Kulturna baština	3
2.1. Kulturna baština Hrvatske	11
3. Povezanost kulturne baštine i kulturnog turizma	14
3.1. Kulturni turizam	16
3.2. Prednosti i nedostaci kulturnog turizma	23
3.3. Kulturni turist	24
3.4. Kulturni turizam u Republici Hrvatskoj	26
4. Kulturni turizam za urbane sredine	32
5. Grad Vinkovci kao destinacija kulturnog turizma	37
5.1. Geoprometni položaj	37
5.2. Povijest grada	37
5.3. Kulturna baština grada Vinkovaca	39
5.3.1. Kultura i način života grada.....	39
5.3.2. Legende	41
5.3.3. Značajne osobe	41
5.3.4. Manifestacije	42
5.3.5. Institucije	42
5.3.6. Nalazišta	43
5.3.7. Značajne lokacije u gradu	43
6. Empirijski dio	46
6.1. Određenje problema istraživanja	46
6.1.1. Područje, problem i predmet istraživanja	46
6.1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja.....	47

6.2. Metodologija istraživanja	48
6.3. Dubinski intervju sa stručnjacima iz prakse	48
6.4. Rezultati i rasprava	54
7. Zaključak	59
8. Literatura	61
8.1. Prilozi.....	67

1. Uvod

Kulturna baština je ono što je živo. Kroz generacije se nasljeđuje ono što je djelovalo i živjelo u prošlosti, a nastavilo je živjeti sve do danas. (Vuković, 2011:104-105) UNESCO baštinu opisuje kao ostavštinu s kojom se danas živi i djeluje te ju nasljeđuju buduće generacije. Također, UNESCO naglašava kako je baština nezamjenjiva u smislu izvora života i inspiracije. Kulturna baština može se podijeliti na materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. Baština se može gledati kao da je stvorena od strane čovjeka i da je materijalna, pri čemu se misli na građevine, naselje ili oruđe. Isto tako, može se gledati da je baština nastala od čovjeka, ali u nematerijalnom smislu, što bi se odnosilo na razne običaje, zanate i vještine. (Cifrić, 2014:9) Postoje razne koristi i troškovi od korištenja kulturne baštine. Upotreba kulturne baštine doprinosi razvoju turizma, povećava mogućnost zaposlenja te stvara uvjete za regionalni razvoj. (Koboldt, 1997:5-9) Kultura i turizam oduvijek su pojmovi koji su neraskidivo povezani. (Richards, 2013:2) Kulturna baština je potreban, neizostavan element za razvoj i unapređenje kulturnog turizma. Kulturna baština utječe na turizam, a turizam utječe na kulturnu baštinu koja postaje sve veći motiv turističkih putovanja. Kada posjetitelji biraju turističku destinaciju koju žele posjetiti, uz posebnosti prirodnih atrakcija, najveću ulogu u donošenju odluke ima kulturna baština. Kulturna baština gleda se kao neizostavni dio za razvoj kulturnog turizma neke destinacije. Kada se kulturna baština uključi u turizam, konkurentnost turističke destinacije raste. (Slunjski, 2017:164) Kulturni turizam je fenomen koji je posljednjih desetljeća dobio široku popularnost. Kao proizvod demografskih, društvenih i kulturnih trendova, kulturni turizam postaje prepoznat kao rastući trend i unosan sektor turističke industrije. (Lord, 2002:1) Kulturni turizam u urbanim sredinama iznimno je važan oblik turizma koji je raširen u cijelom svijetu. Unatoč svom značaju, urbani turizam ostao je samo neprecizno definiran i nejasno razgraničen s malo razvoja sustavne strukture i razumijevanja. (Ashwort, Page, 2011:1)

Grad Vinkovci ima dugačku i bogatu povijest, a područje grada i njegove okolice ljudi kontinuirano nastanjuju u razdoblju od oko 8000 godina. Grad obiluje kulturnom baštinom koja uključuje arheološka nalazišta, tradicionalne slavonske kulture te razne manifestacije.

Teorijski ciljevi istraživanja su sljedeći: obraditi postojeće znanstvene spoznaje iz područja kulturne baštine te odrediti vezu između turizma i uloge kulturne baštine u razvoju urbanih turističkih potencijala.

Rad je podijeljen na teorijski i istraživački dio. Glavni cilj rada je saznati potencijal kulturne baštine grada Vinkovaca za razvoj turizma u gradu. Prema tome, u teorijskom dijelu rada opisat će se terminološki okvir koji se odnosi na kulturnu baštinu općenito, kulturnu baštinu Republike Hrvatske, kulturni turizam, ali i samog kulturnog turista. Također, opisuje se značenje kulturnog turizma za urbane sredine, pri čemu se predstavlja i baština grada Vinkovaca.

U istraživačkom dijelu rada cilj je identifikacija i analiza kulturne baštine Vinkovaca, utvrđivanje ključnih elemenata materijalne i nematerijalne kulturne baštine, istraživanje povijesne, arheološke i kulturne značajke grada te istraživanje stavova i mišljenja stručnjaka u području turizma o važnosti kulturne baštine za turistički rast grada.

U posljednjem dijelu rada iznijet će se zaključak teorijskog i istraživačkog dijela rada.

2. Kulturna baština

Kulturna baština kao pojam ima mnogo različitih definicija i shvaćanja, tj. ona je izraz kojeg karakterizira višestrukost. Definicije kulturne baštine mijenjale su se kroz vrijeme jer je i sama važnost kulturne baštine kroz godine bila promatrana na različitim razinama. Može se reći da je u današnje vrijeme kulturna baština u velikoj mjeri istražena i da je njezina važnost iznimno prepoznata u društvu. Radi boljeg shvaćanja pojma kulturne baštine, u ovom će se poglavlju analizom literature navesti više različitih definicija kulturne baštine jer se definiranju može pristupiti s više različitih strana. Cilj je pružiti širi uvid u principe i koncepte koji u konačnici oblikuju kulturnu baštinu.

Izraz *baština* posuđenica je od pravne terminologije te se može opisati kao obuhvaćanje onoga što se može prenijeti s jedne generacije na drugu. Pojam baštine također predstavlja i intrinzičan odnos između generacija koje su bile u prošlosti i onih koje djeluju sada. (Pearce, 2000:59)

Kulturna baština kao pojam, prema Konvenciji o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine koja je usvojena 1972. godine u Parizu, odnosi se na materijalno i fizičko nasljeđe. Zahvaljujući navedenoj Konvenciji i preporukama s raznih međunarodnih konferencija vezanih za kulturnu baštinu, mnoge zemlje su počele shvaćati važnosti kulturne baštine te su napravile velike iskorake u samoj zaštiti prirodnog i kulturnog nasljeđa. Načini kroz koje su zemlje htjele ostvariti prilagodbu važnosti kulturne baštine jesu: stvaranje zakona i propisa, sudjelovanje u financiranju arheoloških iskopina, stvaranje kataloga kulturne baštine, izgradnja i osnivanje laboratorija za zaštitu i obrazovanje ljudskih potencijala. (Gredičak, 2009:197) Ideja kulturne baštine proširenje je osnovnog koncepta baštine. (Pearce, 2000:59)

Svijest o kulturnoj baštini, njezinom očuvanju i zaštiti proširila se na globalnoj razini. Prije više od stoljeća, kulturna baština je kao koncept bila najviše prihvaćena u Europi, no u današnje vrijeme važnost i potreba za kulturnom baštinom prepoznata je na globalnoj razini. (Maroević, 2002:235) Baština je koncept kojem većina autora daje pozitivnu vrijednost jer ona doprinosi očuvanju materijalne i nematerijalne kulture te se smatra zajedničkim dobrom od kojeg svi imaju koristi. Kulturna baština također doprinosi formiranju osobnog identiteta. (Silverman, Ruggles, 2007:3)

Baština je višestruk pojam pod kojim se misli na povijesne artefakte, zgrade i krajolike te priče iz povijesti. Tipične turističke atraktivne lokacije koje pripadaju baštini dijele se na: izgrađene atraktivne lokacije (spomenici, povijesne zgrade, arhitektura, arheološka nalazišta), prirodne atraktivne lokacije (nacionalni parkovi, krajolici, obala, špilje), vjerske atraktivne lokacije (crkve, katedrale, hramovi, džamije, sinagoge, mjesta i gradovi hodočašća), industrijsko nasljeđe (rudnici, tvornice, industrijski krajolici), literarno nasljeđe (kuće i rodni gradovi poznatih pisaca), umjetničko nasljeđe (krajolici i okruženja koji nadahnjuju umjetnike) te razne kulturne atrakcije (tradicionalni festivali, događaji, ples i narodna glazba). (Dujmović, 2019:153)

Može se također reći da kulturna baština ima karakteristike elastičnosti i dinamičnosti. Elastičnost baštine označava sve ono što je naslijeđeno iz prošlosti, a u svojem najužem smislu sastoji se od predmeta od povijesnog ili kulturnog značenja. Dinamičnost kulturne baštine proizlazi iz dugog vremenskog okvira kao procesa ili ljudskog stanja koje je oduvijek bilo s ljudima, a oni su kulturnu baštinu proizvodili u skladu s tadašnjim brigama i iskustvima. Dinamičnost i elastičnost kulturne baštine mogu se pratiti kroz različita razdoblja konceptualnog razvoja kulturne baštine. Višestrukost je još jedno od obilježja kulturne baštine koje se može promatrati u različitim aspektima. Višestrukost se očitava u tome što baština obuhvaća krajolike, spomenike, ljude, aktivnosti, hranu, običaje, zanate itd. Osim definicijskog opsega baštine, višestrukost se odnosi i na dimenzije složenog konstrukta baštine kao što su njezini razmjeri, koji mogu biti svjetski, lokalni, osobni ili nacionalni oblici baštine. (Loulanski, 2007:210-211)

Kulturna baština ili nasljeđe može se opisati kao materijalni oblik stvari koji je ostao zabilježen od strane djelovanja ljudskog duha. Drugim riječima, to je odraz duha u materijaliziranoj stvari koji je očuvan u vremenu. Kulturna baština je ono što je živo. Kroz generacije se nasljeđuje ono što je djelovalo i živjelo u prošlosti, a nastavilo je živjeti sve do današnjeg vremena. (Vuković, 2011:104-105) Kada se usredotoči na materijalnu imovinu koja pripada kulturnoj baštini, ona se mora vrednovati ne samo s potencijalnom upotrebom za koju je izvorno osmišljena, već i zbog njezine povezanosti s kulturnim razvojem društva. Materijalni dio kulturne baštine cijenjen je zbog svojeg statusa manifestacije kulturnog razvoja u povijesti. Taj učinak očituje se u vrednovanju kulturne baštine ne samo zbog svojih estetskih vrijednosti ili određene koristi za potrebe svakodnevnog života, nego proizlazi iz vidljivosti ideja i normi koje su u konačnici oblikovale evoluciju današnjeg društva. (Koboldt, 1997:4)

Kulturna baština obuhvaća povijesne gradove i naselja, odnosno kulturni krajolik koji je stvoren od stoljetne ljudske aktivnosti koja u konačnici tvori narodnu tradiciju. Osnova kulturne baštine jest njezino vezanje uz specifično područje. Primjerice, nacionalna kulturna baština veže se za područje određene države. Pri takvom pogledu važno je uzeti u obzir da kulturna baština neke države ili regije može biti formirana na temelju prijašnjih kultura i naroda koji su živjeli na određenome području. (Gredičak, 2009:198)

Baština se može gledati kao da je stvorena od strane čovjeka i da je materijalna, pri čemu se misli na građevine, naselje ili oruđe. Jednako tako, može se gledati da je nastala od čovjeka, ali u nematerijalnom smislu, što bi se odnosilo na razne običaje, zanate i vještine. Baština pripada nama, ali i mi pripadamo baštini. Ljudi imaju odgovornost prema baštini te moraju očuvati postojeću baštinu, ali i stvoriti novu za buduće generacije. S druge strane, baština nam omogućava pravo na njezino korištenje. (Cifrić, 2014:9)

Baština može biti materijalna i nematerijalna. Nematerijalna baština uključuje popularne vrijednosti koje se manifestiraju kao tradicionalne vještine i tehnologije, vjerski obredi, različite izvedbene umjetnosti te usmena predaja. Materijalna i nematerijalna baština imaju neraskidivu vezu, a svrha mnogih projekata zaštite jest očuvati zajedno materijalne i nematerijalne aspekte baštine. (Dumbović-Bilušić, 2013:8)

Može se reći da kulturna baština ima svojevrsnu identifikacijsku iskaznicu, neovisno o tome je li smještena u lokalne, državne ili šire granice nekog određenog identiteta. Tom „identifikacijskom iskaznicom“ pokazuje se i dokazuje da je neka zajednica prebivala ili djelovala na određenom području. (Seiter-Šverko, 2012:2)

Baština je ono što nasljeđujemo iz prošlosti i koristimo u današnje vrijeme. Povijest je prošlost, dok je baština suvremeno korištenje prošlosti u turističke ili neke druge svrhe. Kulturna baština je prošlost koju je stvorilo čovječanstvo. (Timothy, 2011:3)

Postoje razne koristi i troškovi od korištenja kulturne baštine. Najočitiya korist od upotrebe kulturne baštine određena je vrijednošću koju potrošači kulturne baštine pridaju „proizvodu“. Iduća korist kulturne baštine može se prepoznati u potražnji opcije i vrijednosti postojanja, što znači da pojedinci imaju koristi od dostupnosti kulturne baštine, iako ne koriste te pogodnosti. Također, upotreba kulturne baštine doprinosi razvoju turizma, povećava mogućnost zaposlenja te stvara

uvjete za regionalni razvoj. S druge strane, postoje i troškovi radi korištenja kulturne baštine. Prije svega, izdvaja se oportunitetni trošak koji se pripisuje očuvanju i korištenju onih objekata koji imaju baštinsku vrijednost. (Koboldt, 1997:5-9)

Gledajući raznovrsne definicije kulturne baštine, moguće je izdvojiti zajedničke karakteristike koje se pronalaze u svim spomenutim definicijama. Posebno se ističe pojam nasljeđa i prijenosa baštine koja se prenosi s jedne generacije na drugu, pri čemu se čuvaju kulturne vrijednosti i iskustva iz prošlosti. Također, opisuje se odnos prošlosti i sadašnjosti gdje kulturna baština služi kao veza između prošlih generacija i onih koje djeluju u današnjem vremenu. Zatim se naglašava višestruka priroda baštine, što znači da ona uključuje materijalne i nematerijalne aspekte. Naglašava se prepoznatost kulturne baštine na globalnoj razini, što dovodi do napora za njezino očuvanje. Ona se gleda kao vrijedna imovina koja doprinosi osobnom identitetu i kvaliteti života određenog naroda.

Kulturna baština može imati razne koristi. Autorica Gredičak (2009:198) navodi temeljne strategije koje se ističu za korištenje izvora kulturne baštine:

- promotivna
- turistička
- znanstvena eksploatacija kulturne baštine.

Temeljna strategija gleda se kao sustav u kojemu je izražen koncept za privlačenje ljudi na osnovu vrijednosti kulturne baštine kako bi odabrali destinaciju koju će posjetiti. Promotivni dio strategije je početni dio. On obuhvaća sve od poticanja zanimanja za razne oblike promidžbe do samog stimuliranja promidžbe koja se u konačnici pokazuje kao najučinkovitija i najdjelotvornija u pokušaju stvaranja zadovoljstva. Sam pojam zadovoljstva u ovom slučaju odnosi se na stvaranje privlačne slike prije, a naročito poslije posjeta neke određene destinacije. Razina zadovoljstva u konkretnom se obliku manifestira kroz interpretaciju viđenoga i doživljenoga, što se nakon vremena provedenoga u turističkoj destinaciji odražava na konkretno ponašanje turista u prostoru u kojem žive i rade. (Gredičak, 2009:199)

Promidžbena eksploatacija podrazumijeva sve oblike promidžbe kulturne baštine. To mogu biti izložbe, publikacije i sl. Znanstveno iskorištavanje kulturne baštine obuhvaća potrebna istraživanja i praćenje rezultata istih. Također, znanstveno iskorištavanje podrazumijeva i stimuliranje

adekvatnih vizualnih i drugih potencijalnih izvora kulturne baštine. Ovakvim pristupom rezultati znanstvenih dosega i saznanja određenog lokaliteta omogućili bi shvaćanje problematike svakome posjetitelju. (Gredičak, 2009:199)

Sve ove strategije imaju važnu ulogu u očuvanju i zaštiti kulturne baštine, istovremeno omogućujući uživanje i edukaciju posjetitelja. Međutim, važno je osigurati ravnotežu između eksploatacije i očuvanja kako bi se izbjeglo prekomjerno iskorištavanje i narušavanje baštine.

UNESCO baštinu opisuje kao ostavštinu s kojom se danas živi i djeluje te ju nasljeđuju buduće generacije. Nadalje, UNESCO naglašava kako je baština nezamjenjiva u smislu izvora života i inspiracije. Kako bi potaknuli identifikaciju, zaštitu i očuvanje kulturne i prirodne baštine diljem svijeta koja se smatra iznimnom vrijednosti za čovječanstvo, nastao je međunarodni ugovor pod nazivom Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine koju je UNESCO usvojio 1972. godine. Konvencija definira vrstu prirodnih ili kulturnih područja koja se mogu uzeti u obzir za upis na Popis svjetske baštine. Upravo se prva misija UNESCO-a odnosi na to da se potaknu sve zemlje na potpisivanje Konvencije. Zatim, nastoje se poticati države članice Konvencije da nominiraju mjesta unutar svojeg državnog teritorija za uvrštavanje na Popis svjetske baštine te potiču države članice da uspostave planove upravljanja i sustave izvješćivanja o stanju očuvanosti svojih mjesta svjetske baštine. Ostale misije UNESCO-a su: pomoć državama članicama u zaštiti dobara svjetske baštine pružanjem tehničke pomoći i stručne obuke, pružanje hitne pomoći za mjesta svjetske baštine u neposrednoj opasnosti, podupiranje aktivnosti država članica za podizanje javne svijesti o očuvanju svjetske baštine, poticanje sudjelovanja lokalnog stanovništva u očuvanju svoje kulturne i prirodne baštine te poticanje međunarodne suradnje u očuvanju svjetske kulturne i prirodne baštine. (<https://whc.unesco.org/en/about/>)

Prema UNESCO-ovoj Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972. godine, kulturna baština odnosi se na „spomenike, skupine građevina i lokalitete od povijesne, estetske, arheološke, znanstvene, etnološke ili antropološke vrijednosti.“ Postoje tri glavne komponente Konvencije pri definiranju kulturne baštine, a to su: spomenici u koje pripadaju djela arhitekture, monumentalna djela iz područja skulpture i slikanja, elementi ili strukture arheološke prirode, crteži, pećine i prebivališta te kombinacije obilježja univerzalne (povijesne, umjetničke ili znanstvene) vrijednosti. U drugu kategoriju svrstavaju se skupine samostojećih ili povezanih građevina koje, zbog arhitekture, položaja u okolišu ili homogenosti, imaju izuzetnu univerzalnu

vrijednost koja može biti povijesna, znanstvena ili umjetnička. Zadnja komponenta Konvencije kod definiranja kulturne baštine jesu lokaliteti, što se odnosi na djela čovjeka ili kombinirana djela prirode i čovjeka te područja koja uključuju arheološke lokalitete izuzetne univerzalne vrijednosti – povijesne, znanstvene ili umjetničke. Materijalna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokaliteta koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost. (<https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-concerning-protection-world-cultural-and-natural-heritage>)

UNESCO nematerijalnu kulturnu baštinu opisuje kao krhku, ali iznimno važnu za očuvanje raznolikosti u sve prisutnijoj globalizaciji. Nematerijalnoj kulturnoj baštini pripada tradicija ili živi izrazi naslijeđeni od predaka i preneseni na potomke, kao što su usmena predaja, izvedbene umjetnosti, društvene prakse, rituali, svečani događaji, znanja i prakse koji se tiču prirode i svemira ili znanja i vještina za proizvodnju tradicionalnih obrta. Karakteristike nematerijalne kulturne baštine jesu sljedeće:

- Tradicionalnost, suvremenost i život u isto vrijeme, što znači da nematerijalna kulturna baština ne predstavlja samo naslijeđene tradicije iz prošlosti, već i suvremene ruralne i urbane prakse u kojima sudjeluju različite kulturne skupine.
- Uključivost, odnosno moguće je dijeliti izraze nematerijalne kulturne baštine koji su slični onima koje prakticiraju drugi. Navedeno se odnosi na baštinu svih naroda koja se prenosi s koljena na koljeno drugih. Nematerijalna kulturna baština ne dovodi do pitanja jesu li određene prakse specifične za neku kulturu, nego doprinosi društvenoj koheziji.
- Reprezentativnost, što znači da se nematerijalna kulturna baština ne vrednuje samo kao kulturno dobro, na komparativnoj osnovi, zbog svoje ekskluzivnosti ili iznimne vrijednosti. Ona napreduje na svojoj osnovi u zajednicama i ovisi o onima čije se znanje o tradiciji, vještinama i običajima prenosi na ostatak zajednice, s generacije na generaciju ili na druge zajednice.
- Utemeljena je u zajednici, odnosno nematerijalna kulturna baština može biti baština samo ako je kao takvu priznaju zajednice, grupe ili pojedinci koji je stvaraju, održavaju i prenose. (<https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>)

Može se reći da nematerijalna kulturna baština znači prakse, reprezentacije, izraze, znanja, vještine, kao i instrumente, predmete, artefakte i kulturne prostore povezane s njima. Nematerijalna kulturna baština očituje se u sljedećim područjima:

- usmena tradicija i izražavanje, uključujući jezik kao prijenosnik nematerijalne kulturne baštine
- izvedbene umjetnosti
- društvene prakse, rituali i svečani događaji
- znanja i prakse u vezi s prirodom i svemirom
- tradicijska izrada. (<https://ich.unesco.org/en/convention>)

Na popisu svjetske baštine nalaze se i kulturni krajolici. Kako bi se otkrila i održala raznolikost međudjelovanja između ljudi i njihova okoliša te da bi se zaštitile žive tradicionalne kulture i očuvali tragovi onih koji su nestali, nastao je Popis kulturnih krajolika. Danas je 121 dobro sa 6 prekograničnih dobara (1 uklonjeno) na Popisu svjetske baštine uključeno kao kulturni krajolik. Kulturni krajolici predstavljaju "kombinirana djela prirode i čovjeka", ilustriraju evoluciju ljudskog društva i naselja tijekom vremena, pod utjecajem fizičkih ograničenja i/ili mogućnosti koje predstavlja njihov prirodni okoliš i uzastopnih društvenih, ekonomskih i kulturnih sila, vanjskih i unutarnjih. Sam pojam "kulturni krajolik" podrazumijeva raznolikost manifestacija interakcije između čovječanstva i njegovog prirodnog okoliša. Kulturni krajolici često odražavaju specifične tehnike održivog korištenja zemljišta, s obzirom na karakteristike i ograničenja prirodnog okoliša u kojem se nalaze te specifičan duhovni odnos prema prirodi. Kulturni krajolici spadaju u tri glavne kategorije:

- Jasno definiran krajolik koji je namjerno osmislio i stvorio čovjek; obuhvaća vrtove i parkovne krajolike izgrađene iz estetskih razloga koji su često povezani s vjerskim ili drugim monumentalnim građevinama i cjelinama.
- Organski razvijen krajolik proizlazi iz početnog društvenog, ekonomskog, administrativnog i/ili vjerskog imperativa i razvio je svoj sadašnji oblik povezujući se s prirodnim okruženjem i kao odgovor na njega. Može se podijeliti u dvije podkategorije: reliktni te kontinuirani krajolik. Reliktni (ili fosilni) krajolik je onaj u kojem je evolucijski proces završio u nekom trenutku u prošlosti, bilo iznenada ili tijekom određenog razdoblja, ali su njegova značajna obilježja još uvijek vidljiva u materijalnom obliku. Kontinuirani

krajolik je onaj koji zadržava aktivnu društvenu ulogu u suvremenom društvu, usko povezanu s tradicionalnim načinom života i u kojem je evolucijski proces još u tijeku.

- Asocijativni kulturni krajolik odnosi se na uključivanje krajolika na Popis svjetske baštine koji su opravdani vjerskim, umjetničkim ili kulturnim vezama s prirodnim elementom, a ne materijalnim kulturnim dokazima, koji mogu biti beznačajni ili nepostojeći. (<https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>)

Europska unija baštinu definira kao mozaik kulturnih i kreativnih izričaja, nasljeđe prethodnih generacija Europljana i nasljeđe za buduće generacije. Uključuje prirodna, izgrađena i arheološka nalazišta, muzeje, spomenike, umjetnička djela, povijesne gradove, književna, glazbena i audiovizualna djela te znanje, praksu i tradiciju europskih građana. Također, Europska unija kulturnu baštinu opisuje kao izvor iz kojeg proizlaze osjećaji, razumijevanje, identitet, kreativnost, dijalog i kohezija. Prema EU, kulturna baština dijeli se na materijalno (dvorci, muzeji, umjetnička djela), nematerijalno (pjesme, tradicija, itd.) i digitalno (rođeni digitalni i digitalizirani). Uz to, kulturna baština uključuje spomenike, mjesta, krajolike, vještine, prakse, znanja i sve izraze ljudske kreativnosti, poput muzeja, knjižnica i arhiva kojima je zadatak očuvanje baštine. Kulturna baština može se gledati kao resurs koji je potreban za gospodarski rast, zapošljavanje i društvenu koheziju, a ujedno pomaže revitalizaciji urbanih i ruralnih područja te promiče održivi turizam. (<https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/eu-policy-for-cultural-heritage>)

Integrirani i participativni pristup naglašava se kao glavni pristup baštini kroz Europski okvir za djelovanje u vezi s kulturnom baštinom. Na taj se način promiče kulturna baština u svim politikama Europske unije. Institucije koje uključuju kulturnu baštinu su Europski parlament, Vijeće Europske unije, Europski gospodarski i socijalni odbor te, uz institucije, provode i vanjsko djelovanje Europske unije, pri čemu ostvaruju suradnju i s državama koje nisu članice. (<https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage>)

UNESCO i EU prepoznaju važnost baštine, njezinu zaštitu, očuvanje i promoviranje kroz različite pristupe i strategije, uz naglašavanje njezine vrijednosti za društvo i buduće generacije.

2.1. Kulturna baština Hrvatske

Svaka država ima svoju kulturnu baštinu koja je nastajala od strane ljudi koji su djelovali unutar određenih granica.

Na globalnoj se razini pristupi prošlosti razlikuju od zemlje do zemlje. U svakoj zemlji razlikuju se određeni aspekt prošlosti i poseban koncept kulturne baštine. Kroz povijest, pregledom pristupa kulturnoj baštini jedne zemlje, može se uvidjeti koliko su različite epohe, regionalni autoriteti te društveni uvjeti imali utjecaja na sadašnju percepciju prošlih vrijednosti. Ono što je važno za jedno društvo u određenom razdoblju, ne mora nužno biti od velike vrijednosti za drugo društvo. (Rouhi, 2017:7113)

Hrvatsku kulturnu baštinu čine materijalna i nematerijalna dobra koja su nastala iz svih običaja, tradicija i praksi kroz povijest, a naslijeđena je od predaka. U svojem povijesnom, kulturološkom i političkom okruženju Hrvatska je bila aktivan čimbenik u stvaranju kulturne baštine. (Blažeković, 2023:116-118)

Na UNESCO-vim se popisima Republika Hrvatska od 1979. godine, kada je upisano prvo kulturno dobro, do danas nalazi s ukupno 31 nepokretnim i nematerijalnim kulturnim dobrom. Od ukupne brojke, 10 nepokretnih kulturnih dobara upisano je na UNESCO-ov Popis svjetske baštine, 18 nematerijalnih kulturnih dobara upisano je na Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, jedno dobro je upisano na UNESCO-ov Popis nematerijalne kulturne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita te su dva dobra upisana u UNESCO-ov Registar dobrih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine. Nepokretna kulturna dobra upisana na UNESCO-ov Popis svjetske baštine su: povijesni kompleks Splita i Dioklecijanova palača, Stari grad Dubrovnik, NP Plitvička jezera, kompleks Eufrazijeve bazilike u povijesnom središtu Poreča, povijesni grad Trogir, katedrala svetog Jakova u Šibeniku, Starogradsko polje, Hvar, stećci, obrambeni sustavi Republike Venecije 16. i 17. st. u Zadru i Šibeniku, iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Europe. Nematerijalna dobra koja su upisana na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva jesu: čipkarstvo u Hrvatskoj, dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja, festa svetog Vlaha, zaštitnika Dubrovnika, godišnji proljetni ophod kraljice ili Ljelje iz Gorjana, godišnji pokladni ophod zvončara s područja Kastavštine, procesija za križen na otoku Hvaru, umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja, Sinjska

alka (viteški turnir u Sinju), medicarski obrt na području sjeverne Hrvatske, bećarac – vokalno-instrumentalni napjev s područja Slavonije, Baranje i Srijema, nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore, klapsko pjevanje, mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelu zaleđa, međimurska popevka, umijeće suhozidne gradnje, umijeće sokolaranja, tripundanske svečanosti i kolo svetog Tripuna, tradicija uzgoja lipicanaca te transhumanca-sezonska seoba stoke. Nematerijalno kulturno dobro upisano na UNESCO-ovu listu nematerijalne kulturne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita je glazbeni izričaj ojkanje. Nematerijalna dobra upisana u UNESCO-ov Registar dobrih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta su Ekomuzej Batana te Tocati, zajednički program očuvanja tradicijskih igara i sportova - Tradicijska pučka igra pljočkanje. (<https://min-kulture.gov.hr/>)

Za brigu o kulturnoj baštini u Hrvatskoj zaslužno je Ministarstvo kulture i medija. Ono štiti i čuva kulturnu baštinu te na taj način stvara uvjete za opstanak kulturnih vrijednosti, ali i za njihov daljnji razvoj i napredak. Načini na koje Ministarstvo uspijeva očuvati kulturnu baštinu jesu: praćenje, evidentiranje, dokumentiranje i promicanje kulturne baštine, propisivanje mjerila za utvrđivanje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske, vođenje nadzora nad financiranjem programa zaštite kulturne baštine, osnivanje i nadzor nad ustanovama za obavljanje poslova djelatnosti zaštite kulturne baštine, osiguranje uvjeta za obrazovanje i usavršavanje stručnih radnika u poslovima zaštite kulturne baštine, utvrđivanje uvjeta za korištenje i namjenu kulturnih dobara, obavljanje inspekcijskih poslova zaštite kulturne baštine itd. (<https://min-kulture.gov.hr/>)

Kulturna dobra imaju velik značaj i interes za Republiku Hrvatsku. (Blažeković, 2023:116)

Dumbović-Bilušić (2013:6) smatra da je kulturna baština u Hrvatskoj danas ugrožena radi napuštanja i neodržavanja, neriješenih imovinskih odnosa, starenja stanovnika, siromaštva, što u konačnici izaziva propadanje i nestajanje baštine. S druge strane, prekomjernim urbanim širenjem i novom gradnjom dolazi do degradacije vrijednosti i uništavanja. Glavni čimbenici nedovoljne brige o baštini su: nedostatak svijesti o njezinim vrijednostima, nedostatak političke volje, slaba i nedostatna ulaganja, nedostatak dokumentiranosti i istraživanja, ilegalni promet pokretnim kulturnim dobrima, nedovoljno poticajne mjere za održavanje baštine, nedovoljna povezanost i usklađenost djelovanja sektora koji izravno utječu na kulturnu baštinu kao što su prostorno uređenje, turizam, gospodarstva te nedostatna institucionalna skrb o baštini.

Hrvatska je zemlja koja ima bogatu kulturnu baštinu, što ujedno stvara priliku za njezino korištenje. Iznimno je važno spomenuti da je baština Hrvatske prepoznata na međunarodnoj razini, što prikazuje kolika je njezina važnost. Hrvatska posjeduje raznoliku i vrijednu kulturnu baštinu koja uključuje materijalne i nematerijalne aspekte, od povijesnih građevina i arheoloških nalazišta do tradicijskih običaja, glazbe i plesa. Očuvanje kulturne baštine u Republici Hrvatskoj važno je zbog očuvanja identiteta, gospodarskog razvoja te očuvanja za buduće generacije.

Kako bi se održala i očuvala kulturna baština, važno je poboljšati svijest o njezinoj važnosti, povećati ulaganja i poticaje za održavanje baštine te osigurati bolju koordinaciju između sektora koji utječu na baštinu. Kroz sve ove mjere, Hrvatska može osigurati očuvanje svoje bogate kulturne baštine za buduće generacije, dok istovremeno osnažuje svoj identitet i doprinosi kulturnom nasljeđu čovječanstva.

3. Povezanost kulturne baštine i kulturnog turizma

Kulturni turizam ne bi mogao postojati bez kulturne baštine i njezinog nasljeđa. Može se reći da su u simbiotskom odnosu – jedno drugom su potrebni kako bi uopće opstali, ali i dalje se razvijali. U nastavku teksta navest će se promišljanja više autora koji objašnjavaju neraskidivu vezu između kulturne baštine i kulturnog turizma.

U današnjem vremenu i globalnim turističkim kretanjima, bogata kulturna baština europskih zemalja važan je čimbenik koji održava vitalnost konkurentnosti sveukupnog europskog turističkog proizvoda koji se u zadnje vrijeme sve više susreće s konkurencijom na svjetskoj razini. (Pančić Kombol, 2006:211)

Kultura i turizam oduvijek su bili neraskidivo povezani pojmovi. Kulturne znamenitosti, različite atrakcije i događanja važni su motivi za putovanje, a putovanje samo po sebi stvara kulturu. Stoga je u posljednjim desetljećima veza između kulture i turizma identificirana kao poseban oblik potrošnje: kulturni turizam. (Richards, 2013:2)

Kultura vrši izravan utjecaj na turizam, a turizam s druge strane sve više utječe na kulturu koja je važan element turističkih putovanja. (Pančić Kombol, 2006:112)

Kulturna baština je potreban, neizostavan element za razvoj i unapređenje kulturnog turizma. Kada posjetitelji biraju turističku destinaciju koju žele posjetiti, uz posebnosti prirodnih atrakcija, najveću ulogu u donošenju odluke ima kulturna baština. Kulturna baština gleda se kao neizostavni dio za razvoj kulturnog turizma određene destinacije. Kada se kulturna baština uključi u turizam, konkurentnost turističke destinacije raste. (Slunjski, 2017:164)

Odnos između kulturne baštine i turizma proizlazi iz niza koristi i prilika. (Conti, 2015:5) Baština, osobito materijalna kulturna baština, odavno je jedan od temelja kulturnog turizma. (Richards, 2013:6)

Uloga kulture u turizmu ima više različitih komponenti. Ona može biti dio turističke ponude, stil i način života lokalnog stanovništva koje vrši interakciju s turistima te kao način i kvaliteta ponašanja poslovnih subjekata u turizmu neke zemlje. (Horvat, 2000:160)

Turizam ima istaknutu ulogu u odnosu na korištenje kulturne baštine. Povijesni spomenici i lokaliteti jedni su od najvrjednijih resursa za razvoj turizma, budući da izražavaju identitet i kulturnu tradiciju zemlje, regije ili grada. (Conti, 2015:1)

Kulturna baština i turizam dva su pojma koja su iznimno usko povezana, a ujedno i kompleksna. Kulturna baština određenoj turističkoj destinaciji daje atraktivnost i često ta turistička destinacija bude odabrana od strane turista upravo radi utjecaja kulturne baštine. S druge strane, turizam kulturnoj baštini daje promociju. (Slunjski, 2017:164)

Rast kulturnog turizma doveo je do pojave šireg društvenog razumijevanja potrebe za zaštitom i očuvanjem kulturne baštine. (McKercher, Cros, 2002:2) Kulturni turizam važan je za očuvanje kulturno-povijesne baštine jer veći broj turista zainteresiranih za kulturnu baštinu privlači veću financijsku potporu. (Jureniene, 2016:138)

Uporabom elemenata lokalnog nasljeđa i identiteta u strategijama kulturnog razvoja moguće je ostvariti diferenciranost turističke ponude u odnosu na konkurenciju. Također, u isto vrijeme se potiče i razvoj koji doprinosi lokalnoj zajednici u smislu zaštite vrijednosti zajednice, načina života te lokalnog gospodarstva. Povezivanjem baštine i turizma stvara se plodno tlo za jačanje kulturnog identiteta lokalnih zajednica. (Domšić, 2013:4) Destinacije moraju ići određenim putem kako bi postale brendirane s obzirom na kulturnu baštinu, no kulturna baština je svakako jedan od najzahvalnijih turističkih resursa, posebice kada se radi o diferencijaciji od konkurencije. (Gluvačević, 2023:20)

Kulturne usluge koje proizlaze iz kulturne baštine, a koje turisti u konačnici konzumiraju, daju koristi turistima i lokalnoj zajednici u turističkoj destinaciji. (Matečić, 2016:94-95)

Kada god turizam promiče kulturnu baštinu, postoje trenutno vidljive koristi, a to su najčešće financijske dobiti. S druge strane, za društvene i kulturne koristi turističkog razvoja potrebno je čekati određeno vrijeme te ih je teže i kvantificirati. (Agisilaos, 2012:72)

Kulturna baština neke zemlje jedan je od glavnih elemenata turizma jer je važno sredstvo za uključivanje turista u upoznavanje povijesti zemlje, što ju čini jednim od najpoticajnijih turističkih motiva. Objekti kulturno-povijesne baštine važno su bogatstvo suvremenih gradova koji mogu utjecati na njihov gospodarski razvoj. Kulturna baština u turizmu također je od velike važnosti u društvenoj sferi te stvara pozitivnu sliku regije, ali i omogućava brendiranje povijesne i kulturne

baštine. Upoznavanje s kulturnim i povijesnim objektima najjači je poticajni resurs za privlačenje turista. (Ismagilova, Safiullina, Gafurov, 2015:158)

Važno je naglasiti da se na lokalitetima kulturne baštine mora održavati red i vršiti jedna vrsta kontrole kako bi se spriječilo uništavanje, degradacija ili bilo koji drugi negativni prostorni i društveni čimbenici koji nastaju kada se spoje turizam i kulturna baština. Potrebno je kontrolirati turistički promet kako bi se spriječila degradacija baštine ili bilo koja vrsta društvenog uništavanja iste. (Slunjski, 2017:166)

Moguće je zaključiti kako se sam koncept kulturnog turizma temelji na kulturnim atrakcijama i baštini destinacija. Također, kulturna baština je ključni faktor u privlačenju turista i povećava konkurentnost destinacija te daje poseban i specifičan identitet određenim destinacijama. S druge strane, turizam doprinosi promociji i vidljivosti kulturne baštine, omogućavajući širenje znanja i interesa o povijesti i kulturi određenog mjesta. Kulturni turizam povećava svijest o važnosti očuvanja kulturne baštine i potrebi za njezinim održavanjem, kontrolom i upravljanjem turističkim prometom kako bi se ista zaštitila. Kulturna baština i turizam spojeni u jedno donose brojne koristi lokalnim zajednicama, pozitivno utječu na ekonomski razvoj, brendiranje grada, ali i jačanje kulturnog identiteta neke zajednice.

3.1. Kulturni turizam

Kulturni turizam je fenomen koji je posljednjih desetljeća dobio široku popularnost. Kao proizvod demografskih, društvenih i kulturnih trendova, kulturni turizam postaje prepoznat kao rastući trend i unosan sektor turističke industrije. Gradovi i mjesta okrenuli su se kulturnom turizmu kao posebnom generatoru ekonomske aktivnosti. (Lord, 2002:1)

Potrebno je prije svega definirati pojam kulturnog turizma i objasniti što on podrazumijeva. Kulturni turizam kao pojam je iznimno kompleksan i iz tog razloga je potrebno sagledati različite definicije što više autora, kako bi se dobio što bolji uvid u značenje pojma kulturnog turizma.

Na pitanje što je kulturni turizam je dosta teško i komplicirano odgovoriti jer postoji onoliko definicija kulturnog turizma koliko ima i kulturnih turista. (McKercher, Cros, 2002:3) Richards

(1996:19) objašnjava kako je izraz kulturni turizam iznimno često korišten, ali je redovno pogrešno shvaćen.

Kada se spajaju kulturno nasljeđe i turizam, postoje brojna pitanja koja još uvijek čekaju odgovore. Prije svega, to je pitanje definicije kulturnog turizma koja bi mogla biti u potpunosti prihvaćena pa sve do pitanja kulturnog nasljeđa u turizmu, njegovog oblikovanja i samog korištenja u turizmu i ponudi za turiste. Postoje razna pitanja jer se radi o osjetljivim resursima za kojima konstantno raste potražnja. (Pančić Kombol, 2006:213)

Jedan od najranijih oblika kulturnog turizma bila su hodočašća. Rani hodočasnici bili su ljudi koji su putovali za duhovnim iskustvima ili određenim vjerskim razlozima. Sedam svjetskih čuda antičkog svijeta bile su popularne destinacije u drevnim danima Grčkog i Rimskog carstva. Dokaze o tome pokazuju stare grčke knjige za vodiče koje su uključivale preglede piramida u Gizi, Zeusove statue na Olimpu i sl. Važan dio povijesti turizma koji je doprinio razvoju kulturnog turizma nazvan je „Velika turneja“. Ta fraza označava razdoblje od 1600. do 1800. godine kada su mladići iz visokopozicioniranih obitelji odlazili na putovanje u gradove klasične umjetnosti i arhitektonskih posebnosti. Zemlje koje su obilazili bile su: Francuska, Švicarska, Belgija, Njemačka, Austrija i Nizozemska. Putovanje je trajalo nekoliko mjeseci do godine dana, a na kraju je donosilo status kulturnog plemstva. Među glavnim ciljevima odlaska na putovanje bilo je učenje jezika, upoznavanje umjetnosti, povijesti i arhitekture. (Timothy, 2011:2) Europa je uvijek bila istaknuta i važna destinacija za sve one koje je privlačilo kulturno nasljeđe. (Pančić Kombol, 2006:211)

Pojava kulturnog turizma kao društvenog fenomena, ali i predmeta akademskog istraživanja, može se pratiti unazad porasta putovanja u slobodno vrijeme nakon Drugog svjetskog rata. U Europi su putovanja uvelike pomogla za razvijanje kulturnog razumijevanja, ali i ponovnu izgradnju uništenih gospodarstava. Rastom prihoda i potrošnje u 1960-ima i 1970-ima, ostvario se i rast međunarodnih putovanja i potrošnje kulture. Povećano zanimanje za kulturni turizam dogodilo se tijekom 1980-ih i 1990-ih kada je nastao „bum baštine“, kada su rasla međunarodna i domaća putovanja te se kulturni turizam počeo opisivati kao „dobar“ oblik turizma. Početak devedesetih označava razdoblje transformacije za kulturni turizam jer više nije fokusiran samo na elitnu skupinu, nego se orijentira na masovno tržište. (Richards, 2013:2) Danas je u Europi velika razina konkurencije među gradovima u kojima se nalazi kulturna baština, što dovodi do razvijanja turizma uglavnom u većim povijesnim gradovima Europe. (Pančić Kombol, 2006:211)

Kulturni turizam uključuje četiri elementa, a to su: turizam, korištenje dobara kulturne baštine, konzumacija iskustava i proizvoda te turisti. Prvi element, turizam, može zvučati neobično, ali bit je u tome što je „turizam“ imenica, a „kulturni“ pridjev koji se koristi za modifikaciju pojma, što dovodi do zaključka da je kulturni turizam jedan od oblika turizma. (McKercher, Cros, 2002:6)

Resursi kulturnog turizma mogu biti spomenici (sakralni spomenici, javni spomenici, povijesne zgrade, dvorci i palače, parkovi, vrtovi, utvrde, arheološki predjeli), muzeji (folklorni muzeji, umjetnički muzeji), rute (kulturno-povijesne rute, umjetničke rute), zabavni centri (kulturno-povijesni centri, arheološki centri, arhitektonski centri, glazbeni centri), kulturno-povijesni događaji (vjerski festivali, svjetovni festivali, folklorni festivali) te umjetnički događaji (izložbe, festivali). Kada se kulturni resursi oblikuju, oni postaju marka za određenu destinaciju. Kada se kulturno nasljeđe preoblikuje u kulturni proizvod, tada je moguće ostvariti kumulativni proces gdje se povećava broj turista i stvara se interes za određenim turističkim proizvodom i tržištem. Preoblikovanjem kulturne baštine u turističke privlačnosti i marke dobije se osnovni motiv putovanja turista. (Pančić Kombol, 2006:215-216)

Proizvod kulturnog turizma nastaje svaki put kada je motivator putovanja stupio u interakciju s osobnim motivatorom turista. Postoji nekoliko načina na koje se proizvodi kulturnog turizma mogu kategorizirati, a to su:

- baština, povijest, arhitektura
- priroda
- likovne i izvedbene umjetnosti, festivali
- arheologija, antropologija, autohtone kulture. (Lord, 2002:5)

Drugi način na koji se proizvodi kulturnog turizma mogu kategorizirati jest u smislu organizacijske vrste:

- institucije (muzeji, galerije, povijesna mjesta, kazališta, razni centri)
- stil života/nasljeđe (jezik, gastronomija, običaji)
- događaji (festivali, sajmovi, izložbe, natjecanja). (Lord, 2002:5)

S obzirom na organizacijski tip, kategorija u koju pripada određeni proizvod kulturnog turizma ima učinak na načine na koje se može koristiti u svrhu tržišnih trendova. Svaka kategorija će pristupiti prilikama koje stvara kulturni turizam na drugačiji način. Što je bolji kulturni proizvod, stvara se

sve veća prilika da turisti u svojoj posjeti potroše više novaca unutar određene destinacije. Da bi to bilo moguće ostvariti, potrebno je izvršiti kontrolnu listu koja pomaže da se kulturnim proizvodima procijeni stupanj spremnosti i vrijednosti. Potrebno je gledati kvalitetu proizvoda, stav prema kupcima, održivost, pogodnost, predanost te podršku i uključenost zajednice. (Lord, 2002:6-7)

Kulturni turizam turistima pruža osjećaj otkrića, međukulturnog razumijevanja i obogaćuje osobnost. Ova vrsta turizma pomaže upoznati svijet, upoznati kulturnu raznolikost, tradiciju, običaje i različite načine života određenih kultura. (Jureniene, 2016:140)

Danas su spomenici kulturne baštine i žive kulture najpopularnije atrakcije. Zemlje koje se većinski oslanjaju na sunce i more također u ponudi imaju elemente kulturnog turizma za turističku potrošnju. Područja kulturne baštine nalaze se među najprepoznatijim odredištima i među neovisnim putnicima. (Timothy, 2011:3) Elementi ponude koji utječu na odabir destinacije su uglavnom kulturne atrakcije. One su jako važan motiv te se ujedno koriste za promociju destinacije na tržištu i stvaranje konkurentnosti. Kada se posjećuje turistička destinacija u njezinom prirodnom okruženju, stvaraju se uvjeti za upoznavanje istinske baštine destinacije. (Vrtiprah, 2006:284)

Kulturni turizam odnosi se na putnike koji vide i doživljavaju izgrađenu baštinu, živuću kulturu ili suvremenu umjetnost. Njegovi resursi su opipljivi i nematerijalni te se nalaze u ruralnim i urbanim sredinama. Posjeti kulturnom turizmu motivirani su željom i potrebom da se unaprijedi vlastita kultura, da se steknu nova znanja i vještine te se ostvaruje zadovoljenje znatiželje. Jednostavno rečeno, kulturni turizam obuhvaća mnoštvo motiva, resursa i doživljaja te je različit za svakog pojedinca i svako mjesto koje se posjećuje. (Timothy, 2011:3-4)

Pojmom kulturni turizam teži se opisivanju potencijalnih korisnika turističke ponude kojima je osnovni cilj doživjeti autentičnost nekog određenog mjesta. Nastoji se stvoriti poseban izvor za korištenje kulturnog i društvenog nasljeđa koje bi imalo funkciju razvijanja turizma, što bi pridonijelo i gospodarskom napretku. Dokle god kulturna baština ima mogućnost nuđenja kulturološkog sadržaja, turizam je potreban kulturnoj baštini i obratno. Razvoj turizma teško je održati bez potencijala kulturne baštine. Može se zaključiti da se oni međusobno uvjetuju. (Gredičak, 2009:199-200)

Ključni koncept kulturnog turizma je ponuditi autentično iskustvo turistima. Potraga za autentičnosti proizlazi iz šire potrage za obogaćivanjem i smislom u iskustvima dokolice.

Autentičnost kroz kulturni turizam moguće je ostvariti uz pomoć resursa koji su povezani s povijesnim događajima, osobama, arhitektonskim/inženjerskim dizajnom ili tehnologijom. (Lord, 2002:2)

U suvremenom turizmu, turizam baštine predstavlja jedan od vodećih svjetskih turističkih sektora koji je u porastu. Osim što obuhvaća tradicijske procese i prakse, on uključuje i širok spektar ljudi i njihovih kultura. (Dujmović, 2019:155)

Kulturni turizam zadovoljava specifične potrebe turista. Ova vrsta turizma nudi mogućnost spajanja izravnog kontakta s domaćim stanovništvom u njihovom ambijentu. U toj vrsti kontakta stvara se spoj sadašnjosti i prošlosti te se stvara dvostruka vremenska dimenzija. (Gredičak, 2009:200)

Da bi određena destinacija ostvarila poželjnost od strane turista, ona pokušava održati svoju privlačnost kroz komercijalizaciju prošlosti, tako da turistima ponudi slike onoga što oni žele doživjeti jer turist na odredištu konzumira stvorene predodžbe o odredištu, a ne svakodnevn život te destinacije. (Dujmović, 2019:153)

Humanistička komponenta kulturne baštine uključene u turističku ponudu omogućava rast kvalitete turističke ponude. (Gredičak, 2009:200) U novije vrijeme sve se više turističkih destinacija orijentira na kulturni turizam jer se on odnosi na manje tržište, a turisti više troše i dolaze u destinaciju s ciljem upoznavanja lokalnog stanovništva i njihove kulture. (Pančić Kombol, 2006:112)

Svako mjesto ima svoju baštinu, iako svi resursi kulturne baštine nisu privlačni turistima. Unatoč tome, prošlost i njezini resursi važan su dio današnjeg globalnog turizma. U današnje vrijeme svijet postaje kompliciraniji i ljudi se sve više žele vratiti svojim korijenima i doživjeti vremena kada je život bio jednostavniji. (Timothy, 2011:15)

Moguće je zaključiti da je kulturni turizam složen fenomen koji je dobio sve veću popularnost u posljednjim desetljećima, a ta popularnost danas sve više raste. Analiziranjem različitih definicija povijesnog konteksta i razvojnih trendova, vidljivo je kako je naglasak na identificiranju elemenata kulturnog turizma, poput spomenika, muzeja, ruta, događaja, ali i na razumijevanju utjecaja na ekonomiju, zajednicu i međukulturno razumijevanje. Naglašava se važnost autentičnih doživljaja

i odgovornog upravljanja kulturnom baštinom. Kulturni turizam prepoznaje se kao ključni čimbenik koji obogaćuje turističku ponudu neke destinacije.

Kulturni je turizam, slijedeći demografske, društvene i kulturne trendove, postao prepoznat kao rastući sektor turističke industrije, generirajući znatnu ekonomsku aktivnost za gradove i mjesta koja se okreću kulturnom turizmu kao posebnom generatoru prihoda. Međutim, definiranje pojma kulturnog turizma je kompleksno, budući da postoje različite interpretacije i perspektive među istraživačima i stručnjacima. Dok se neki fokusiraju na spomenike, muzeje i kulturne događaje kao osnovne elemente kulturnog turizma, drugi ističu važnost autentičnih iskustava i odgovornog upravljanja kulturnom baštinom. Povijesno gledano, kulturni turizam ima korijene u hodočašćima i putovanjima mladih plemića u europske gradove klasične umjetnosti i arhitekture. Tijekom vremena, taj je fenomen evoluirao, postajući dostupan i privlačan masama, što je rezultiralo transformacijom u sektor koji se širi na globalnoj razini. Važnost kulturnog turizma leži u njegovoj sposobnosti obogaćivanja turističke ponude, promicanju međukulturnog razumijevanja i održivom razvoju destinacija. Kroz autentična iskustva, turisti imaju priliku otkriti svijet, upoznati kulturnu raznolikost i tradiciju te pridonijeti lokalnoj ekonomiji. U suvremenom turizmu, kulturni turizam predstavlja važan sektor koji zadovoljava specifične potrebe turista te omogućava interakciju s lokalnim stanovništvom i stvaranje dubljeg razumijevanja destinacije. Komercijalizacija prošlosti postaje sve značajnija strategija za privlačenje turista, dok se istovremeno povećava važnost očuvanja autentičnosti i integriteta kulturne baštine. Kulturni turizam, stoga, nije samo putovanje radi zabave ili odmora, već predstavlja priliku za učenje, otkrivanje i proživljavanje bogate kulturne baštine koja oblikuje naš svijet. U tom kontekstu, kontinuirano istraživanje i razvoj ovog sektora ključni su za očuvanje i promociju kulturnog nasljeđa te stvaranje održivih turističkih destinacija.

Danas postoje trendovi koji povećavaju snagu kulturnog turizma. Prvo na ljestvici je povećanje kratkih izleta. Zatim je važno naglasiti kako ljudi u svojem putovanju i odmoru traže smisao, a da bi se taj smisao ostvario, kulturni turizam stvara mogućnosti. Briga o očuvanju okoliša i baštine je porasla, odnosno porasla je razina svijesti što su kulturni turisti prepoznali. Najznačajniji od svega je internet jer je pomoću njega moguće ostvariti laku dostupnost, informiranost, ali i reklamu za određene destinacije. (Lord, 1999:7)

Neki od najvažnijih trendova koji će utjecati na kulturni turizam jesu: sve veća popularnost kratkih odmora, sve veći porast svijesti o važnosti eko-turizma, preferiranje iskustvenog turizma naspram

turizma koji je temeljen na objektima, unapređenje muzeja, konvergencija između popularne i visoke kulture te napredak interneta i novih tehnologija. Sve veća popularnost kratkih odmora odnosi se najviše na osobe koje imaju užurbane živote s malo vremena za odmor i rekreaciju, stoga su brzi, kratki odmori atraktivna opcija. Ovaj trend se također veže za povećanje mobilnosti ljudi, novca, ideja, informacija i tehnologija. Rastuća važnost eko-turizma daje do znanja kako su kulturni turisti sve više svjesni pitanja o zaštiti okoliša te oni cijene destinacije u kojima se vrši zaštita prirodne i kulturne baštine. Prevlast iskustvenog turizma nad turizmom koji je temeljen na objektima povezan je sa sve većom sklonošću turista da traže iskustva koja su subjektivna ili njima imaju neko određeno značenje. Unapređenje muzeja obuhvaća inovacije u tehnologijama koje doprinose kvaliteti. Konvergencija između popularne i visoke kulture označava veću razinu svijesti o značenju kulture kod turista i njihovu veću razinu obrazovanja. Prave se jasne razlike između popularnog *mainstreama* i visoke kulture. Napredak interneta i novih tehnologija prije svega stvara mogućnost za lako planiranje putovanja. Internet daje opciju za stvaranje učinkovitih strategija za predstavljanje destinacije širokoj skupini ljudi. (Lord, 2002:3-5)

Trend kulturnog turizma vrlo dobro se slaže s trenutnim promjenama na turističkom tržištu. Kulturni turizam ima imidž dodane vrijednosti turističkom iskustvu i u pravilu se povezuje s turizmom kvalitete. Također, uklapa se u suvremeni obrazac konzumnog turizma, uvijek u potrazi za novim iskustvima i proizvodima koji donose visoko zadovoljstvo. On omogućuje široku diferencijaciju proizvoda koja je potrebna na strani ponude kako bi se zadovoljila rastuća segmentacija tržišta. Kulturni turizam otvara perspektivu za nove destinacije koje nemaju mogućnost za iskorištavanje sunca, pijeska i mora. Uz pomoć kulturnog turizma moguće je ostvariti rješenje za problem masovnog turizma. Stvara se trend prema većem broju više ekološki osjetljivih aktivnosti, više kratkih odmora i dodane vrijednosti za putnike. Može se reći da kulturni turizam karakterizira fleksibilnost, segmentacija i dijagonalna integracija između proizvoda, za razliku od masovnog tržišta, standardizirane i krute pakirane stare industrije. Kulturni turizam može se promatrati i kao reakcija na nekontrolirani razvoj masovnog turizma te degradiranje resursa i turističkih destinacija tijekom posljednjih desetljeća. (Jansen-Verbeke, 2011:6)

Suvremeni trendovi u turizmu jasno ukazuju na rastuću važnost kulturnog turizma kao ključnog segmenta industrije putovanja. Povećanje popularnosti kratkih izleta, naglasak na iskustvenom turizmu te sve veća svijest o zaštiti okoliša i kulturne baštine, samo su neki od faktora koji

potvrđuju ovu tendenciju. Razvoj tehnologije, osobito interneta, dodatno je olakšao pristup informacijama i promociju destinacija, čineći kulturni turizam još privlačnijim i dostupnijim širokoj publici. Kulturni turizam nije samo odraz promjena na turističkom tržištu, već i prilika za destinacije da stvore diferencirane proizvode koji će privući sve zahtjevnije turiste. On pruža mogućnost obogaćivanja turističkog iskustva kroz dublje razumijevanje kulture, povijesti i tradicije destinacije. Istovremeno, kulturni turizam nudi alternativu masovnom turizmu te potiče ekološki osviještene aktivnosti i održiviji pristup putovanjima. U skladu s tim, kulturni turizam postaje ključni igrač u turističkoj industriji, pružajući fleksibilnost, segmentaciju i dodatnu vrijednost putnicima. Njegova integracija sa suvremenim obrascima konzumnog turizma otvara nove perspektive za destinacije diljem svijeta, nudeći im priliku za održiviji razvoj i bolju zaštitu resursa. Stoga, kulturni turizam nije samo odgovor na promjene u turističkim preferencijama, već i ključna strategija za izgradnju održivije i raznovrsnije turističke ponude u budućnosti.

3.2. Prednosti i nedostaci kulturnog turizma

Kao i svaka industrija, kulturni turizam sa sobom nosi pozitivne i negativne strane koje se protežu kroz različite aspekte njegove operativnosti i utjecaje na destinacije i zajednice.

Pozitivna stavka kulturnog turizma je korištenje prihoda koji se ostvare kroz sezonu za zaštitu i obnavljanje kulturnog nasljeđa te kao jedan vid podrške za lokalnu kulturu, tamo gdje postoji mogućnost da bi kulturna baština određenog mjesta bez turizma najvjerojatnije bila osuđena na zaborav. (Pančić Kombol, 2006:212) Razvoj kulturnog turizma može osigurati sredstva za kulturnu razmjenu i razumijevanje, potaknuti napore očuvanja baštine, revitalizirati tradicionalno graditeljstvo i zanatske industrije, generirati gospodarsku aktivnost i lokalni ili regionalni razvoj te poboljšati kohezivnost zajednice i ponos na kulturni identitet. Kao sredstvo za kulturnu razmjenu i razumijevanje, kulturni turizam može posjetitelju pružiti spoj zabave i obrazovna iskustva druge zajednice, regije ili skupine. Kulturni turizam pridonosi i ekonomskim koristima jer doprinosi raznolikosti regionalnog gospodarstva. To je najviše povezano s profilom kulturnog turista jer oni u prosjeku imaju veće prihode i obrazovaniji su od ostalih putnika, što dovodi do veće količine novca koja je potrošena u posjetu određenoj destinaciji. (Lord, 2002:2)

Primjerice, kulturni turizam može biti iznimno koristan za teritorije koji su izgubili svoje glavne aktivnosti pod različitim utjecajima promjena u području energije, tehnologije ili ekonomije. Kulturni resursi omogućuju nove načine razvoja, ulaganje u obnovu zgrada baštine, uspostavljanje kulturnih četvrti koje su posvećene proizvodnji, izlaganju i potrošnji umjetnosti. (Istoc, 2012:39)

Loša strana kulturnog turizma kao poželjnog oblika turizma je povezana s padom elitizma u publici kulturnog turizma. U početku je kulturni turizam djelovao kao društveno poželjan filter koji privlači „dobre“ turiste. (Richards, 2013:10) Također, turisti u kulturnom turizmu, u želji za postizanjem posebnog, autentičnog iskustva, mogu nanijeti veliku štetu lokalnom stanovništvu. Neko rješenje za spomenuti problem bilo bi stvaranje kulturnih oblika i priredbi koji su namijenjeni samo za turističku potrošnju. (Pančić Kombol, 2006:212)

Kulturni turizam predstavlja kompleksan fenomen koji istovremeno donosi značajne koristi i izazove. S jedne strane, on pruža financijsku podršku za očuvanje kulturnog nasljeđa, potiče razmjenu kulture i razumijevanje među ljudima te potiče ekonomski razvoj zajednica. Razvoj kulturnog turizma omogućuje obnovu zgrada baštine i revitalizaciju tradicionalnih zanata, što posebno koristi područjima koja su izgubila svoje glavne gospodarske aktivnosti. Međutim, s druge strane, kulturni turizam suočava se s izazovima kao što su pad elitizma u publici kulturnog turizma i mogućnost nanošenja štete lokalnom stanovništvu. To ukazuje na potrebu za pažljivim planiranjem i upravljanjem turističkim aktivnostima kako bi se osiguralo održivo korištenje kulturnih resursa. Jedno od mogućih rješenja može biti uspostava kulturnih događanja prilagođenih isključivo turističkoj potrošnji, što bi doprinijelo očuvanju autentičnosti i zaštiti lokalne zajednice.

3.3. Kulturni turist

Kulturni turisti promatraju se i analiziraju na drugačiji način od turista koji imaju drugačiju motivaciju posjeta nekoj destinaciji.

Kulturni turisti drugačiji su od klasičnih turista. Oni su obrazovaniji i više informirani, a u pravilu više zarađuju i potroše u posjećenoj destinaciji. Kada se gleda priroda kulturnog interesa, moguće je kulturne turiste svrstati u dvije kategorije, a to su: turist specifičnog kulturnog interesa te turist nespecifičnog kulturnog interesa. Turist koji pripada pod kategoriju specifičnog kulturnog interesa

zna vrstu kulture u kojoj želi sudjelovati i koju želi iskusiti pri posjeti neke destinacije. S druge strane, nespecifični kulturni turist svoje zanimanje za kulturu ostavlja na široj razini. Ove dvije kategorije turista moguće je podijeliti na općeg i specijaliziranog kulturnog turista. Specijalizirani kulturni turist za posjet odabire određeni lokalitet, dublje ga proučava i posvećuje veliku pažnju shvaćanju određene kulture. S druge strane, opći kulturni turist putovanje koristi u svrhu proširivanja svojeg teorijskog znanja kroz iskustvo posjeta. (Jelinčić, 2008:118)

Potrošače kulturnih proizvoda moguće je svrstati u tri glavne kategorije. Prva kategorija odnosi se na stvarne potrošače kulturnih proizvoda. Drugoj kategoriji pripadaju relativni, odnosno potencijalni kulturni potrošači koji se nastoje suzdržati od potrošnje kulturnih proizvoda jer imaju neke subjektivne ili objektivne razloge. Razlozi koji mogu utjecati na drugu kategoriju potrošača mogu biti neinformiranost, nedostatak financijskih sredstava, nezadovoljstvo s postojećim kulturnim proizvodima, suprotstavljanje korištenju dostupnih kulturnih proizvoda koje je proizašlo iz određenih razloga te manjak interesa za kupnju. Zatim, treća kategorija opisuje apsolutne nepotrošače kulturnih proizvoda koji u niti jednim uvjetima ne mogu i neće postati potrošači kulturnih proizvoda, što može biti prouzrokovano iz fizičkih ili psihičkih razloga. Moguće je utjecati na potencijalne potrošače da postanu aktivni korisnici usluga, no za to je potrebno razraditi plan koji bi se trebao sastojati od upotrebe različitih medija i aktivnosti koji unapređuju prodaju, različitosti cijena koje su dostupne svim skupinama turista, odnosno posjetitelja, osmišljavanja odgovarajućih programa kulturnih zbivanja te unapređenja distribucijskih kanala prodaje. (Gradičak, 2009:209-210)

Kulturnim turistom može se definirati ona osoba koja posjećuje atrakciju kulturnog turizma, umjetničku galeriju, muzej, povijesnu lokaciju, prisustvuje predstavi ili festivalu u bilo kojem trenutku svojeg putovanja, bez obzira na glavni razlog putovanja. Kulturni turisti se također mogu podijeliti na dvije dimenzije. Jedna je prema važnosti kulturnih motiva o odluci o posjetu destinaciji, a druga je dubina iskustva. Kada se gleda dubina iskustva, moguće je izdvojiti pet različitih vrsta kulturnih turista. To su: svrhoviti kulturni turist, kulturni turist koji razgledava, povremeni kulturni turist, usputni kulturni turist te slučajni kulturni turist. Svrhoviti kulturni turist očekuje duboko iskustvo, a učenje o drugoj kulturi glavni je razlog za posjet destinaciji. Kulturni turist koji razgledava ostvaruje plitko iskustvo. Za njegov posjet odredištu je i dalje glavni razlog učenje o kulturi, no njegovo iskustvo je pliće i više je orijentirano na zabavu. Što se tiče

povremenog kulturnog turista, njegovi razlozi za posjet imaju ograničenu ulogu u odluci pri posjećivanju neke destinacije. Za usputnog kulturnog turista, kulturni turizam igra malu ili neznačajnu ulogu u procesu donošenja odluka o destinaciji, ali dok se nalazi u određenoj destinaciji sudjelovat će u aktivnostima kulturnog turizma. Slično se odnosi i na slučajnog kulturnog turista kod kojeg kulturni turizam ima izuzetno malu ili nepostojeću ulogu u donošenju odluke pri odabiru destinacije, ali dok je u posjetu destinaciji posjećuje kulturne atrakcije. (McKercher, 2002:29-33)

Kulturni turizam predstavlja dinamičan segment turističke industrije s raznovrsnim profilima posjetitelja i specifičnim obrascima ponašanja potrošača. Razlikovanje između specifičnih i nespecifičnih kulturnih turista, kao i različitih kategorija potrošača kulturnih proizvoda, omogućuje bolje razumijevanje njihovih potreba i preferencija. Kulturni turisti dolaze s različitim motivacijama i očekivanjima, što rezultira raznolikim iskustvima i dubinom angažmana u kulturnim aktivnostima. Razumijevanje tih razlika ključno je za prilagođavanje turističke ponude i unapređenje iskustva posjetitelja. Nadalje, potencijalni kulturni potrošači mogu postati aktivni korisnici usluga putem pravilno osmišljenih marketinških strategija i raznolikosti ponude. Integracija medija, pristupačne cijene te kvalitetno osmišljeni kulturni programi, mogli bi potaknuti interes i potrošnju kulturnih proizvoda.

3.4. Kulturni turizam u Republici Hrvatskoj

Bogata kulturna baština Hrvatske uvijek je bila dio turističke ponude, no isprva nije bila prepoznata kao zasebna grana ponude, odnosno nije bila iskorištena u smislu kulturnog turizma. Ovo poglavlje jasnije predstavlja situaciju u kojoj se kulturni turizam trenutno nalazi i opisuje njegov razvoj.

Kulturni turizam u Hrvatskoj nije bio prepoznat kao turistički proizvod sve do početka 2000-tih godina. Može se reći da se ideja o kulturnom turizmu popularizirala 2012. godine kada je izrađena nacionalna strategija za razvoj kulturnog turizma. (Ministarstvo turizma, 2015:11)

Strategija razvoja kulturnog turizma donesena je 2003. godine, a u njoj se vidi prvi korak prema poboljšanju kulturnog turizma Hrvatske. Kao drugi korak razvoja kulturnog turizma nastao je Akcijski plan razvoja kulturnog turizma kao nastavak planiranih aktivnosti na realizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Prema odrednicama Strategije razvoja

turizma Hrvatske do 2020., kulturni turizam, prema kriteriju atraktivnosti, uvršten je u potencijalno vodeće proizvodne grupe hrvatske turističke ponude. Za Hrvatsku, relevantni proizvodi kulturnog turizma definirani Strategijom uključuju: gradski turizam, turizam baštine, turizam događanja, kreativni turizam i vjerski turizam. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine postavila je određene ciljeve koji se žele ostvariti uz pomoć kulturnog turizma:

- 1) da Hrvatska bude novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište
- 2) da veći gradovi budu uvršteni u zanimljive kulturno-turističke itinerere
- 3) da se osigura pristup novim tržišnim segmentima
- 4) te da Hrvatska bude destinacija bogate kulturno-povijesne baštine.

To se treba postići razvijanjem inovativnih proizvoda kulturnog turizma, intenzivnijom i specijaliziranom promocijom i prodajom, ulaganjem u živu gradsku kulturnu scenu, revitalizacijom i opremanjem pojedinačnih objekata baštine i mreže tematskih kulturnih puteva, uvođenjem proizvoda nove generacije te stvaranjem prepoznatljivosti Hrvatske kao destinacije s više tisuća dvoraca, kurija i utvrda. Da bi se to ostvarilo, Akcijski plan razvoja kulturnog turizma predstavlja nastavak sustavnog razvoja kulturno-turističke ponude zemlje. Ugrađen kao prioritetni turistički proizvod u nacionalnu strategiju razvoja turizma, on slijedi njezine glavne odrednice te definira konkretne aktivnosti i mjere koje treba poduzeti kako bi se kulturno-turistička ponuda razvijala sukladno ciljevima postavljenima nacionalnim strateškim okvirom. (Ministarstvo turizma, 2015:4-5)

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2003:10) provelo je istraživanje vezano za analizu kulturnih resursa, njihov potencijal za uključivanje u kulturnu turističku ponudu te prijedloge, mjere i akcije koje bi se trebale poduzeti za eventualno uključivanje tih resursa u kulturnu turističku ponudu. Istraživanjem je zaključeno kako Hrvatska ima bogatstvo kompaktnih urbanih i ruralnih povijesnih sredina, lokalitete koji potencijalno mogu postati internacionalne turističke atrakcije (npr. Arena u Puli, Salona kod Splita), posebice oni pod zaštitom UNESCO-a, koncentraciju kvalitetnih kulturnih institucija u većim urbanim sjedištima, bogatstvo autentičnog, nematerijalnog kulturnog dobra prikazanog kroz festivale i narodne svetkovine koji su temelj razvoju 'priče' neophodne u interpretaciji kulturnih turističkih resursa, bogatstvo legendi i mitova koji se mogu iskoristiti u promociji destinacije.

Ciljevi koji su bili postavljeni za razvoj kulturnog turizma, a koji proizlaze iz Strategije razvoja turizma RH do 2020., uz uvažavanje dosadašnjih rezultata u razvoju kulturnog turizma kao iskustva stečenog u tom procesu, te poštujući postavljena ključna razvojna načela, jesu sljedeći:

- 1) razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim vizitacijskim sadržajima
- 2) osmisliti i pripremiti kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama za plasman na turističko tržište
- 3) aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se stvorila tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini te potakla domaća potražnja
- 4) stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva
- 5) unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj proizvoda, poduzetništvo u turizmu i pružanje kvalitetne usluge. (Ministarstvo turizma, 2015:22)

Za realizaciju postavljenih strateških ciljeva definirane su mjere i aktivnosti organizirane u pet programskih područja. Područja na koje se mjere odnose su: infrastruktura za kulturni turizam, razvoj proizvoda kulturnog turizma, marketing kulturnog turizma, partnerstvo za razvoj kulturnog turizma te edukacija za kulturni turizam. (Ministarstvo turizma, 2015:23)

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske uvidjelo je mogućnosti kulturne baštine kao sadržaj kojim je moguće unaprijediti turističku ponudu zemlje. (Gredičak, 2009:210) Kulturni turizam moguće je razvijati u mnogim hrvatskim gradovima. (Pančić Kombol, 2006:222) Turizam u Hrvatskoj se iznimno dugo razvijao kao oblik masovnog turizma, dok su kultura i ostali elementi bili postrani i više su se nudili u obliku kratkih izleta onima koji su dolazili na ljetni odmor. Danas je većinski zadržan takav pristup, no u posljednje vrijeme postoje pokušaji koji nastoje napraviti promjene. (Pančić Kombol, 2006:222)

Većina putovanja danas uključuje neki oblik kulturnog turizma. Takva je situacija i u Hrvatskoj, unatoč dominantom oglašavanju vezanom uz sunce i more. Sve veći broj posjetitelja sudjeluje u kulturnim aktivnostima, što se odnosi na posjećivanje kulturno-povijesnih lokaliteta ili odlaske na razne koncerte, predstave i kulturne manifestacije. (Ministarstvo turizma, 2003:3)

Posljednjih nekoliko godina kulturni turizam jedna je od glavnih odrednica razvoja turizma u Hrvatskoj općenito. (Demonja, 2011:182) Hrvatska je važna međunarodna destinacija još od procvata velikog međunarodnog turizma. (Šimundić, Škokić, Čaušević, 2022:6)

Turistička ponuda Hrvatske u zadnjih nekoliko godina značajno se obogatila uključivanjem kulturne baštine. Hrvatska turistička zajednica preuzela je ulogu za predstavljanje, odnosno promidžbu Republike Hrvatske, što se u konačnici odražava i na samo stvaranje te kasnije i jačanje kulturnog identiteta Hrvatske. (Gredičak, 2009:201-202)

Istraživanje koje je provedeno u svrhu ispitivanja mogućnosti sadržaja objekata kulturne baštine došlo je do zaključka da većina objekata kulturne baštine u Republici Hrvatskoj mogu primiti duplo veći broj posjetitelja te da su učenici u osnovnim i srednjim školama najčešći korisnici ustanova kulturne baštine. Također, istraživanje je pokazalo kako su ustanove kulturne baštine uglavnom slabije opremljene te ne zadovoljavaju sve potrebne uvjete, pri čemu se misli na parking u sklopu ustanove, restoran, vodiče na stranim jezicima i sl. (Gredičak, 2009:212)

U Hrvatskoj postoji minimalan broj projekata koji se temelje na kulturnom turizmu te potencijali kulturne baštine nisu u potpunosti iskorišteni. Razvijanjem kulturnog turizma gradovima se stvara put za oživljavanje lokalnih zanata i tradicija, očuvanje kulture mjesta, stvaranje ponosa lokalnog stanovništva na baštinu, stvaranje novih radnih mjesta te napredak kreativnih industrija. Turistički razvoj Hrvatske u budućnosti treba temeljiti na kulturnom turizmu. (Domšić, 2013:9)

Prednost za kulturni turizam u Hrvatskoj, prema istraživanju koje je provedeno, nalazi se u dobro razvijenoj mreži muzeja i galerija te privatnoj inicijativi za otvaranje muzeja. Zatim, većina kulturnih institucija ima povoljne lokacije. Muzeji i galerije su, nakon povijesnih i kulturnih znamenitosti, najčešće posjećivani lokaliteti od strane inozemnih turista. Nažalost, pri istraživanjima je identificiran veći broj nedostataka naspram prednosti. Posebice se izdvajaju sezonalnost potražnje, vremenska nepristupačnost većine muzeja i galerija, a to se posebno odnosi na radno vrijeme tijekom vikenda te rano zatvaranje onih u obalnim destinacijama, prostornu nepristupačnost, lošu ponudu popratnih sadržaja s mogućnošću ostvarivanja dodatne potrošnje posjetitelja, slabu međusobnu povezanost institucija te nedostatak kulture partnerstva i kooperacije. U menadžmentu institucija nedostaje stručnjaka za marketing i promociju te su institucije usmjerene više na znanstveni rad i zaštitu, dok se marketing i promocija zanemaruju. Osim toga, vidljiv je nedostatak financijskih sredstva za promociju. Menadžment institucija u načelu podržava

uključenje svojih institucija u turističku ponudu, ali ipak pruža otpor stjecanju znanja koja bi im omogućila da to uistinu i ostvare, a prisutna je i značajna pasivnost prema uključivanju u kulturni turistički proizvod/sustav. (Ministarstvo kulture, 2003:12)

Kulturni turizam u Hrvatskoj još uvijek se nalazi u nepovoljnom položaju kada se priča o promišljanju s konkretnim strateškim razvojnim planovima, iako oni kao takvi postoje. Potrebno je stvoriti odgovarajuće zakone i poticati strateško planiranje kulturnog turizma u koje je uključeno nasljeđe turističke ponude. (Pančić Kombol, 2006:212) Može se reći da je uzrok tome nedovoljno integrirana kulturna baština u samu turističku ponudu, iako postoji potencijal i dostupnost. Kulturni turizam je gotovo nepostojeći, posebice u manje razvijenim turističkim destinacijama. (Šimundić, Škokić, Čaušević, 2022:13)

Većina kulturnih resursa Hrvatske ima problem nepostojanja putokaza do određenih lokaliteta ili su oni loše postavljeni, iako većina županija radi projekt obilježavanja i interpretacije turističkih atrakcija. Tu je i nedostatak interpretacije, odnosno tamo gdje ona i postoji, prevladava znanstveni, povijesni prikaz te prezentacija i interpretacija nisu u skladu s očekivanjima posjetitelja. Lokaliteta su infrastrukturno slabo opremljeni, teško dostupni te su mnogi zapušteni, što ima negativan odraz na zadovoljstvo posjetitelja. U nedostatku pravilnog upravljanja ugrožena je i održivost onih lokaliteta koji trenutno primaju veći broj posjetitelja, a da za to nisu odgovarajuće pripremljeni. Nematerijalna kulturna dobra, izvan konteksta festivala i svetkovina, nemaju adekvatnu distribuciju te se obezvrjeđuju neodgovarajućom prezentacijom i prodajom. (Ministarstvo turizma, 2003:11)

Ne može se osporiti da je Hrvatska bogata kulturno-turističkim resursima, ali njihovo postojanje i njihova brojnost ne znače automatsku razvijenost kulturnog turizma u zemlji. Da bi se kulturni turizam razvijao i postao glavna nit u državi, potrebno je sve resurse aktivirati i učiniti ih atraktivnima kako bi privukli turiste. Potrebno je naglasiti da je u kulturnom turizmu ključno aktivirati i oživljavati kulturne potencijale. (Demonja, 2011:198)

Dosadašnja nedovoljna prepoznatost kulturnog turizma, odnosno nedovoljna prepoznatost Hrvatske kao destinacije kulturnog turizma na turističkom tržištu, učinak je nedovoljno razrađene i osmišljene kulturne turističke ponude u zemlji. (Rudan, 2012:722)

Kulturni turizam u Hrvatskoj prošao je kroz značajnu transformaciju tijekom posljednjih nekoliko desetljeća, od neiskorištenog potencijala do prepoznatog segmenta turističke ponude. Sustavno planiranje i strategije, poput Nacionalne strategije za razvoj kulturnog turizma i Akcijskog plana razvoja kulturnog turizma, postavili su temelje za razvoj ove grane turizma. Definirani ciljevi i mjere usmjereni su na obnovu kulturne baštine, stvaranje atraktivnih kulturno-turističkih proizvoda te promociju Hrvatske kao destinacije bogate kulturno-povijesnom baštinom.

Međutim, unatoč napretku, kulturni turizam u Hrvatskoj suočava se s nizom izazova, uključujući nedostatak integracije kulturnih resursa u turističku ponudu, nedovoljnu promociju, infrastrukturne nedostatke, nedostatak interpretacije i lošu dostupnost određenih lokaliteta. Potrebno je usmjeriti napore na oživljavanje lokalnih zanata i tradicija, osigurati održivost kulturnih lokaliteta te poboljšati upravljanje i promociju kulturnog turizma.

Nadalje, važno je naglasiti da kulturni turizam pruža priliku za diverzifikaciju turističke ponude, stvaranje novih radnih mjesta te unapređenje lokalnog gospodarstva i identiteta zajednice. Kroz kontinuirano ulaganje u kulturne resurse i njihovu promociju, Hrvatska može postati prepoznatljiva kulturna destinacija koja privlači raznovrsne profile turista i doprinosi održivom razvoju turizma.

4. Kulturni turizam za urbane sredine

Turizam donosi mnoge koristi. Kada se razvija na području određenog grada, on može pomoći u stvaranju identiteta te destinacije. Kulturni turizam važan je za stvaranje pozitivne slike o zemlji ili gradu na globalnoj razini. (Jureniene, 2016:138)

Globalni turistički trendovi posljednjih godina pokazuju sklonost alternativnim oblicima turizma, a u tom kontekstu najzastupljeniji je urbani kulturni turizam. Urbani kulturni turizam je proizašao iz prepoznavanja okupljanja posjetitelja u urbanim središtima i potrebe za poboljšavanjem pogodnosti koje se nude na ovoj razini. (Rachiotis, Poulaki, 2022:31)

Može se reći da turizam u urbanim sredinama obuhvaća industriju koja upravlja i prodaje niz proizvoda i iskustava ljudima koji imaju širok raspon motivacija, preferencija i kulturnih perspektiva te su uključeni u dijalektički angažman s lokalnom zajednicom. (Ashwort, Page, 2011:2)

Urbane sredine diljem svijeta već su godinama među najznačajnijim turističkim odredištima. Kulturni turizam u gradovima stvara kombinaciju koja spaja ljude, mjesto i potrošnju te miješa kulturu, vrijednosti, očekivanja i iskustva. (Edwards, Griffin, Hayyllar, 2008:2-3) U svakom mjestu moguće je pronaći određeni primjer kulturnog nasljeđa i kulturnih aktivnosti koje mogu biti dio turističke ponude. (Pančić Kombol, 2006:215)

Putovanja u gradove, odnosno kulturni turizam u urbanim sredinama, posljednjih desetljeća su se uvelike proširila. Također, turoperatorima su otkrili gradska putovanja kao novi segment koji je stabilniji od putovanja na lokacije koje se nalaze na plažama. (Richards, 2022:4)

Kulturni turizam u urbanim sredinama iznimno je važan oblik turizma koji je raširen u cijelom svijetu. Nažalost, dobio je manju količinu pažnje, kako znanstvenika, tako i grada, posebice u povezivanju teorijskih istraživanja sa studijama turizma općenito. Posljedično, unatoč svom značaju, urbani turizam ostao je samo neprecizno definiran i nejasno razgraničen s malo razvoja sustavne strukture i razumijevanja. Turisti intenzivno koriste mnoge urbane sadržaje i usluge, no mali broj gradova je prilagođen turističkim potrebama. (Ashwort, Page, 2011:1) Urbani turizam je brzo rastao u posljednjih 20 godina, a gradovi baštine i kulture izuzetno su dobili na popularnosti. (Maitland, 2007:63)

U gradu se mogu razlikovati primarni i sekundarni elementi koji imaju važnu ulogu u povećanju turističke atraktivnosti, povećavajući znatizeljju turista da posjete gradove. Pod primarne se elemente uglavnom ubraja javna domena, a sastoje se od mješavine privlačnosti koja se smatra motivacijom turista za putovanje u urbano područje. U tom se smislu mogu gledati kulturni sadržaji, sportski sadržaji, kulturna namjena za razonodu i zabavu. Kada se govori o sekundarnim elementima, oni uključuju niz urbanih sadržaja koji podupiru i nadopunjuju turističko iskustvo, a tu se kao primjer mogu navesti hoteli, restorani, prijevoz i sl. Oba navedena elementa su potrebna i doprinose neometanom odvijanju cjelokupnog turističkog proizvoda. (Garbea, 2013:196)

Uspon nematerijalne kulture i naglasak na kulturnim događajima u gradovima stvaraju brži promet označitelja kulturnog turizma, što dovodi do novih strategija odabira gdje se zamjenjuje bivša hegemonija papirnatog vodiča novim kulturnim posrednicima. Kada se spajaju interesi korisnika i odredišta, mogu se stvoriti pravi sadržaji za razvoj novih proizvoda kulturnog turizma. (Richards, 2022:7)

Izazov za gradove koji su središta kulturnog turizma je pronalaženje ravnoteže između kvalitete niše, odnosno identifikacije jedinstvenih točaka kulturne ponude i njihove sofisticirane komunikacije s javnošću i industrijskih standarda koji su potrebni za uključivanje destinacija u strategijama velikih generatora međunarodnog turizma. U slučaju da dođe do neuspjeha u pokušaju komuniciranja ili pristupačnosti različitim snagama baštine, rezultat bi bio ograničeni kapacitet za privlačenje turista. (Russo, Borg, 2002:633)

Razvoj turizma u gradu donosi brojne koristi zajednici, npr. dovodi do otvaranja radnih mjesta, poboljšanje infrastrukture i do poticanja kulturnog života u destinaciji. Međutim, rast turizma dovodi i do troškova koji uključuju gužvu u prometu, povećanje troškova života u području gdje se odvija turizam, moguć gubitak lokalnog identiteta i autentičnosti. (Tokarchuk, Gabriele, Maurer, 2017:344)

Ako grad ima turistički potencijal, bez obzira na njegovu veličinu, temeljen na spomenicima, znamenitostima i atrakcijama, to nije dovoljno da bi se predstavljao kao turistička destinacija. Kako bi se nosili s tim problemima, gradovi moraju planirati turistički razvoj te posebno obratiti pozornost na nematerijalne elemente koji imaju veliki utjecaj na urbanu atraktivnost. Različiti elementi turističkog proizvoda, pri čemu se misli na primarne i sekundarne proizvode, događaje,

transport, informacijske centre i sl. moraju se sustavno odrediti, posložiti te je potrebno, u skladu s integriranim i dinamičnim pristupom, njima upravljati. (Russo, Borg, 2002:637)

Kulturni turizam ima informativnu i obrazovnu vrijednost za turiste i učinak za gradove i regije u kojima se razvija. (Ismagilova, Safiullina, Gafurov, 2015:161)

Potražnja za kulturnim turizmom u urbanim sredinama uvelike je porasla u posljednjim desetljećima. Kada se govori o kulturnom turizmu, važno je naglasiti vezu između urbanog kulturnog kapitala i socio-ekonomskog razvoja u urbanom području, što zahtijeva posebnu pozornost na različitim vrstama imovine, vrijednosti i uključenih dionika. Turizam danas igra sve veću ulogu u gospodarskom životu gradova. Važno je prepoznati da doživljaj urbanog kulturnog turizma, u smislu kvalitete i konkurentnosti destinacija za takav oblik turizma, ovisi više od same kvalitete kulturnih resursa. Raznolikost sadržaja koje grad nudi te činjenica da se ne radi o ekskluzivnim proizvodima za konzumaciju turista već za širok krug korisnika, upravo je ono što urbani kulturni turizam čini posebnom kompleksnom pojavom. (Istoc, 2012:38-40)

Kada se određena urbana sredina odluči nuditi posjetiteljima visoku razinu kvalitete, a u isto vrijeme želi podržati okoliš i identitet grada na visokoj razini, to često uključuje održavanje delikatne ravnoteže u kojoj su prioriteti često promjenjivi. Kada se uzme činjenica da je grad kompleksni sustav koji u svojem sadržaju ima stambenu, umjetničku, znanstvenu, obrazovnu, gospodarsku funkciju, ali i mnoge druge, te vrijednosti nije lako procijeniti, posebno kada su u pitanju materijalna i nematerijalna kulturna dobra. Moguća podjela resursa koje grad posjeduje može se staviti u primarne i sekundarne elemente. Primarnim elementima pripada mjesto aktivnosti i uvjeti za slobodno vrijeme. Kada se govori o mjestu aktivnosti, misli se na kulturne objekte (muzeje i galerije, kazalište, kino, koncertne dvorane), materijalne i nematerijalne objekte baštine te sadržaje za zabavu (noćni klubovi, festivali, svečanosti). Uvjeti za slobodno vrijeme obuhvaćaju fizičke postavke, pri čemu se misli na povijesne zgrade, spomenike, parkove te društvene i kulturološke značajke, odnosno život mjesta, jezik, lokalne običaje i sigurnost u gradu. Sekundarnim elementima pripada smještaj, ugostiteljski objekti te sadržaji za kupovinu. Sekundarnim elementima moguće je pribrojiti i dodatne elemente, a oni uključuju pristupačnost lokacije, prijevoz i parking te laku dostupnost turističkih informacija (karte, znakovi, turistički vodiči). (Istoc, 2012:41)

Važnost urbanog kulturnog turizma za gospodarski napredak i razvoj grada stvara se učinkom vala na druga socio-ekonomska polja zajednice. Među njima se mogu identificirati kulturna baština u materijalnom i nematerijalnom obliku koja unapređuje turizam, razvoj lokalnog poslovanja, povećanje prihoda, podizanje životnog standarda, povećana novčana sredstva koja se ulažu u infrastrukturu, privlačenje novih stanovnika uz stvaranje novih mogućnosti na tržištu rada, povećanje vrijednosti imovine, jačanje identiteta zajednice, povećanje zadovoljstva stanovnika te cjelokupno povećanje kvalitete života. Najuspješnije destinacije su one koje mogu stvoriti pozitivan učinak sinergijom kulturnog turizma. (Istoc, 2012:42)

Važno je ostvariti dobro upravljanje odnosom između turizma i kulture u gradu. Ako se uspjeh grada temelji na njegovoj multifunkcionalnosti i ravnoteži, turizam se mora gledati kao jedna od funkcija grada i u tom kontekstu ga je potrebno tretirati. Potrebno je pratiti utjecaj kulturnog turizma na grad te je potrebno vrednovanje turističkih posjeta kulturnoj baštini. Lokalna evaluacija je važna za ekonomski i održivi razvoj. (Istoc, 2012:42)

U rastućem globalnom turističkom fenomenu, gradovi se suočavaju s dvostrukim izazovom. S jedne strane, urbane sredine moraju ispuniti očekivanja i potrebe sve većeg broja turista koji su privučeni raznolikošću kulturnih sadržaja, a te sadržaje je potrebno kontinuirano obnavljati i unapređivati kako bi se održali na turističkom tržištu. S druge strane, moraju osigurati da se turizam razvija i njime upravlja na način da će koristiti lokalnom stanovništvu i ne štetiti urbanom okolišu. Da bi grad djelovao kao turistička atrakcija, prije svega bi trebao vrijednost turističke baštine kojom bi cjelovita kompleksna infrastruktura zadovoljila želje i potrebe turista. (Garbea, 2013:193)

Kulturni turizam u urbanim sredinama predstavlja važan segment globalne turističke industrije koji donosi niz koristi ne samo posjetiteljima, već i samim gradovima. Uvidom u trendove turizma posljednjih godina, primjećuje se porast interesa za alternativne oblike putovanja, pri čemu urbani kulturni turizam zauzima važno mjesto. Urbani prostori postaju atraktivni zbog svoje dinamičnosti i raznovrsnosti sadržaja koje nude posjetiteljima. Razvoj turizma u urbanim sredinama nije samo pitanje stvaranja atraktivne ponude, već i održavanja ravnoteže između turističkih potreba i interesa lokalne zajednice. Uz naglasak na kvaliteti i konkurentnosti destinacija, gradovi se suočavaju s izazovom prilagodbe i upravljanja raznolikim zahtjevima. Nedostatak precizne definicije i jasne strukture urbanih kulturnih turističkih destinacija predstavlja izazov za njihov daljnji razvoj i

unapređenje. Potrebno je uspostaviti sustavno upravljanje resursima i događajima kako bi se osiguralo zadovoljstvo posjetitelja i očuvanje lokalnog identiteta.

Uz sve navedeno, važno je naglasiti da kulturni turizam u urbanim sredinama ne donosi samo gospodarske koristi, već ima i važnu informativnu i obrazovnu vrijednost za posjetitelje i lokalno stanovništvo.

5. Grad Vinkovci kao destinacija kulturnog turizma

Kada se turizam razvija i distribuira na lokalnom nivou i u to uključuje suradnju s lokalnim zajednicama, puno će se lakše oduprijeti globalnim imperativima kapitalne intenzifikacije. Lokalne zajednice zadržavaju vlasništvo i mogu zadržati kontrolu nad turističkim resursima te pružaju usluge i proizvode turistima, bez potrebe za velikom količinom početnog kapitala i sofisticiranom infrastrukturom. Što se tiče razvoja turizma u lokalnim zajednicama, nerealno je očekivati da inicijatori pozitivnih promjena budu međunarodni, nacionalni ili regionalni čimbenici jer je prevelika moć i utjecaj uloženi interesa. U tom procesu svakako trebaju sudjelovati lokalni stanovnici, a ne samo turistički djelatnici i vlasnici hotela. (Dujmović, 2019:155) Ovakav pristup prionio bi očuvanju autentičnosti destinacije i stvaranju boljih uvjeta za lokalno stanovništvo. Inicijative koje dolaze iz lokalne zajednice ključne su za dugoročne promjene.

5.1. Geoprometni položaj

Grad Vinkovci nalazi se na sjeveroistoku Hrvatske, između Dunava i Save, smješten uz rijeku Bosut. Grad i njegovo šire područje smješteno je na 78-125 m nadmorske visine, s površinom od 102,805 ha, od čega 60,623 ha oranica i 29,149 ha pretežito hrastovih i jasenovih šuma, s blagom kontinentalnom klimom. Prostire se uz Bosutsku nizinu, autoput i željezničku prugu, koji spajaju zapadnu Europu s Dalekim istokom te srednju Europu s izlaskom na Jadransko more. (<https://grad-vinkovci.hr/hr>)

5.2. Povijest grada

Područje današnjih Vinkovaca i njegove bliže okolice ljudi nastanjuju oko 8000 godina. Arheološka istraživanja dokazala su postojanje starije faze starčevačke kulture neolitika. Mlađa sopotska kultura (oko 4250. - 3350.g. pr. Kr.) autohtona je kultura nazvana po lokalitetu Sopot u blizini grada. Rano razdoblje brončanog doba zastupljeno je specifičnom vinkovačkom kulturom

(2300. - 1800. g. pr. Kr.). Starije željezno doba karakteristično je po naseljavanju Ilira. U mlađem željeznom dobu dominirala je keltsko-latenska kultura. (<https://grad-vinkovci.hr/hr>)

Novo naselje Cibalae zasnovali su Rimljani. Naselje se postupno romanizira, a za vrijeme cara Hadrijana (117. - 138.g.) dobiva status municipija – Municipium Aelium Cibalae. Status kolonije grad najvjerojatnije dobiva za vrijeme vladavine cara Karakale (196. - 217.g.) i od tada postaje Colonia Aurelia Cibalae. Grad Cibalae ima veliko značenje za rimsku povijest. Značaj Cibala potvrđuje podatak da su u tom gradu rođena dva cara, braća i suvladari, Valentinijan I. i Valens. Grad Cibalae propadao je zajedno s propašću rimske civilizacije. Godine 378. razrušili su ga Zapadni Goti, poslije čega se nije oporavio. Slijedi provala Huna, a grad ostaje pod vlašću Atile od 441. do 453. godine, nakon čega su grad poharali Istočni Goti koji su se na području grada zadržali dvadeset godina. Od 473. do 504. istočnu Slavoniju i Srijem zaposjedaju Gepidi, a nakon toga grad pripada Bizantskom carstvu. Cibalae od velikog antičkog grada postupno postaje malo selo. Posljednji spomen Cibala nalazi se u darovnici cara Justinijana koji Cibalae daruje benediktincima 527. godine. Ostatke grada ruše Avari 579. godine, a od 582. do 769. godine tu se nastanjuju plemena Avara i Slavena, čime nestaju tragovi antičke civilizacije. Avarska dominacija je završena pobjedom Franaka 795. godine. Slavenski knezovi postaju franačkim vazalima. Naselje uz rub ruševina antičkih Cibala dokazano postoji od 11. stoljeća, što potvrđuju razni arheološki ostaci ranoromaničke crkve sv. Ilija, koju je na lokalitetu Meraja otkrio i istražio arheolog Stojan Dimitrijević 1965. godine. U 14. stoljeću sagrađena je veća gotička crkva koja se dijelom naslanja na temelje stare predromaničke crkve. Narodno ime Vinko/Vinkovci, uz ono Sveti Ilija, upisano je na starim zemljopisnim kartama iz 1592. i 1640. godine. Vinkovci se prvi put spominju u jednom izvještaju iz 1615. godine, uz napomenu da su nekada bili dobro nastanjeni. (<https://grad-vinkovci.hr/hr>)

Nekada poznato trgovište Sveti Ilija, sada Vinkovci, postalo je selo okruženo ostacima starih sela ili tzv. pustoselinama. Uz spaljenu gotičku crkvu sv. Ilije postojao je tzv. Vinkov sokak. Stare odlike toga naselja, npr. plodno tlo, šumovito područje, rijeka Bosut s pritokama, voda stajaćica sjeverno od mjesta i brežuljak Borinci, uz prometni značaj, bile su temelj budućeg razvitka. Nakon odlaska Turaka, austrijske su vlasti nastojale naseliti područje uz tursku granicu nazvano Koridorom, a zatim Vojnom krajinom. Stanovnicima malih sela u prstenastom području oko grada Vinkovaca naređeno je useljavanje u grad, a također je poticano useljavanje Hrvata katolika iz

Bosne i Like. Tijekom 18. stoljeća doseljeno stanovništvo se stopilo u starosjedioce Šokce. (<https://grad-vinkovci.hr/hr>)

Ban Šokčević koji je upravljao Hrvatskom rodom je iz grada Vinkovaca. Zahvaljujući njegovom prijedlogu, nastala je pruga na relaciji Vukovar – Vinkovci – Zagreb – Rijeka. U Zagrebu je 1864. godine organizirana prva dalmatinsko-hrvatsko-slavonska gospodarska izložba na prostoru gdje je današnji HNK, koja je pokazala da je Hrvatska krenula putem industrijalizacije, a na veleposjedima u Slavoniji pojavljuje se prva mehanizacija u obradi polja. Brži razvoj Vinkovaca nastavlja se tek izgradnjom željezničkih pruga iza 1780. godine, kada Vinkovci postaju sve važnije prometno središte na raskrižju željezničkih putova. (<https://grad-vinkovci.hr/hr>)

5.3. Kulturna baština grada Vinkovaca

5.3.1. Kultura i način života grada

Vinkovci su grad koji obiluje kulturnom baštinom. U Vinkovcima je na jednom mjestu moguće vidjeti jedinstvenu kombinaciju arheoloških nalazišta, tradicionalne slavonske kulture i raznih manifestacija koje mogu biti dobar sadržaj za privlačenje posjetitelja. U ovome gradu nudi se jedinstvena kombinacija dobara koja bi, ukoliko bude pametno i efikasno iskorištena, mogla stvoriti uvjete za razvoj kulturnog turizma na visokoj razini.

Važno obilježje grada je lokalni govor, prvenstveno izvorni šokački. Izvorna šokačka riječ ikavskog je oblika, bogata turcizmima, germanizmima i mađarizmima. Također, izvorni Šokci često gutaju slovo h, na početku, u sredini i na kraju riječi pa kažu lad, lače, naranit i odma (umjesto hlad, hlače, nahraniti i odmah). Izvorni šokački govor je sve manje u svakodnevnoj uporabi pa je za njegovo očuvanje ključno bilježenje u narodnoj i folklornoj umjetnosti. Šokački govor dovodi do zaštićene baštine, slavonskog bećarca koji je najpopularniji žanr tradicijske glazbe na području istočne Slavonije, a ujedno je uvršten na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>) Osim šokačkog govora, šokačku kulturu obilježila je i narodna nošnja. Uz nošnju je važno spomenuti tradicionalne plesove, a za Slavoniju su karakteristična zatvorena kola koja se izvode oko tamburaša koji stoje, sviraju i pjevaju u sredini kola.

Rakija od šljive smatra se najvažnijim pićem u gradu, a rakija u čokanjčiću tradicionalni je znak dobrodošlice grada. Običaj u Slavoniji je piti rakiju uz tamburaše koji njeguju autohtonu glazbu u kojoj se čuva lokalni govor. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Kulturno obilježje grada krije se u nazivu ulice Ciganski sokak. Lokalno stanovništvo je tako nazvalo Ulicu I. G. Kovačića, a iza imena nalazi se priča o gradskoj povijesti. Ciganski sokak je zapravo u govoru iskrivljeni naziv termina “ciglanski sokak”. U Vinkovcima je postojalo desetak ciglana. U antičkim Cibalama proizvodile su se kvalitetne opeke i crijep kojima su građene, popločavane i pokrivane zgrade i ulice te grobnice. U srednjem vijeku kombiniralo se recikliranje rimske opeke s proizvodnjom nove pri izgradnji reprezentativnih objekata, dvoraca i crkvi. U drugoj polovici 19. stoljeća poduzetnici grade zidane ciglanske peći, što dovodi do nastanka imena ulice. Tradicija se nastavila do danas, što je Vinkovcima omogućilo dobar glas za kvalitetnu proizvodnju opeke i crijepa. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Jabuka je jedan od simbola Vinkovaca. To je simbol koji objedinjuje zdravlje, trajni prosperitet i dugovječnost. Jabuka je izabrana kao simbol jer se na samom rubu grada nalaze Borinci, voćnjak koji je 70-ih godina prošlog stoljeća bio najveća plantaža jabuka u Europi. Jabuka je tako postala i simbol Vinkovačkih jeseni. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Smatra se da je izvorište proizvodnje kulena transversala Vinkovci – Županja – Cvelferija. Kulen je najreprezentativniji proizvod slavonske prehrambene kulture koji je, prema propisima RH usklađenim s EU zakonodavstvom, među 9 zaštićenih prehrambenih proizvoda s oznakom zemljopisnog podrijetla. (<https://www.welovevinkovci.com/>)

Zanimljivost koju grad donosi sa sobom, osim narodnih običaja, jest činjenica da su Vinkovci rokerski grad. Najznačajniji doprinos urbanoj kulturi Vinkovci su ostvarili putem rock and roll glazbe među kojoj kultno mjesto pripada glazbenoj grupi Majke. Rokenrol je dio povijesti i kulture, dio imidža grada. Dio te urbane kulture je i živa vinkovačka strip-scena. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

U prošlosti se u Vinkovcima poticao uzgoj svilene bube. Vinkovačka predionica svile, odnosno filanda, spominje se 1776. godine te je imala 32 kotla. U svilani su radile djevojke i žene koje su morale “čuvati” ruke od drugih grubih poslova. Proizvodnja čahura dudova svilca i poznavanje

tehnologije odmatanja niti, omogućili su ženama da same tkaju svilu i izrađuju svečanu žensku odjeću vezenu svilom. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Vinkovci su u prošlosti bili nazivani gradom željezničara, jer je u zlatno doba vinkovačkog kolodvora na željeznici radilo 3000 ljudi. Godina 70-ih i 80-ih prošlog stoljeća Vinkovci su imali status jednog od najvažnijih željezničkih čvorišta u Europi. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

5.3.2. Legende

Slavonski odmetnik i razbojnik o kojemu su se pričale legende i pisala književna djela uhićen je u Vinkovcima. Prvim imenom Jovo Stanisavljević, poznat kao Čaruga, bio je član hajdučke družine. Počinio je mnoga razbojstva i ubojstva, a o njemu su se širile romantične, ali povijesno neutemeljne legende. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Najpoznatija vinkovačka ljubavna priča je o “šokačkom Romeu i Juliji”, odnosno Mariji i Ivanu Kozarcu. To je priča o zabranjenoj ljubavi dvoje mladih ljudi koji su zajedno odrastali u naselju Krnjaš. Njihova je ljubav bila nemoguća iz više razloga, a jedan od njih je činjenica da su bili u krvnom srodstvu (rođaci u trećem koljenu). Najpoznatija pjesma posvećena je Mariji pod nazivom “Milovo sam garave i plave”, koja je postala narodni klasik. U čast te ljubavi, na obali Bosuta na Krnjašu, 2016. godine postavljen je spomenik Mariji i Ivanu Kozarcu koji sjede na klupi i drže se za ruke. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

U Vinkovcima na kolodvoru zaustavili su se Poirot i James Bond. “Ubojstvo u Orient expressu“ dogodilo se pred Vinkovcima, a James Bond bio je putnik u Orient expressu u nastavku “Iz Rusije s ljubavlju“. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

5.3.3. Značajne osobe

U Vinkovcima su rođena dva rimska cara, braća Valentinijan i Valens. Oni su ujedno jedini rimski carevi rođeni na teritoriju današnje Hrvatske. Skladatelj hrvatske himne, Josip Runjanin, rođen je

u Vinkovcima. Vinkovčani su Ivan i Josip Kozarac, kao i Matija Antun Reljković te Vladimir Kovačić. (<https://visitvinkovci.com/tipicno-vinkovacko/poznati-vinkovceni/>)

5.3.4. Manifestacije

Postoji veliki broj manifestacija u Vinkovcima, a najznačajnije od njih su: Vinkovačke jeseni, Rimski dani, Living history program, Vinkovačko ljeto, Advent u Vinkovcima te Pokladno jahanje. Najpoznatije od njih su Vinkovačke jeseni koje se održavaju svake godine u rujnu, a ta tradicija traje već više od 50 godina. Također, Vinkovačke jeseni glase kao najveća kulturna manifestacija u regiji. To je smotra koja teži trajnoj afirmaciji izvornoga kulturnoumjetničkoga narodnoga stvaralaštva temeljenoga na bogatoj baštini naroda Vinkovačkoga kraja i cijele Hrvatske. S vremenom Vinkovačke jeseni postale su originalni popularno-znanstveni skup izvorne narodne kulture. (<https://visitvinkovci.croatia.hr/hr-hr/manifestacije>)

5.3.5. Institucije

Jedini muzej koji djeluje u Vinkovcima naziva se Gradski muzej Vinkovci. U sklopu kompleksnog zavičajnog muzeja danas djeluju arheološki, povijesni, etnološki, galerijski, konzervatorsko-restauratorski odjel te knjižnica. Prvi postav Gradskog muzeja realiziran je 1948. godine s izloženom arheološkom građom. U muzeju je izloženo oko 1500 predmeta kao presjek tradicijske baštine vinkovačkog kraja. (https://muzejvk.hr/?page_id=9)

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci nasljednica je Vinkovačke čitaonice koja je osnovana 1875. godine. Uz redovnu djelatnost, Knjižnica sudjeluje u obilježavanju značajnih datuma, promocijama, radionicama te sudjeluje s gradskim ustanovama, privrednicima i udrugama u gradu. Knjižnica provodi projekte koji se vežu za kulturu, primjerice projekt Kultura u pokretu. (<https://gkvk.hr/>)

Prema istraživanjima, prvi podaci o predstavama u Vinkovcima bilježe se 1876. godine, a prva predstava odigrana od strane Gradskog kazališta Joza Ivakić zabilježena je 1917. godine. Od tada pa sve do danas kazalište radi kontinuirano. (<https://www.kazaliste-vinkovci.hr/o-kazalistu/>)

5.3.6. Nalazišta

Mnogobrojni su arheološki dokazi starčevačke i sopotske kulture pronađeni na području grada i u njegovoj okolini, a među najveća nova otkrića spada i cijelo naselje iz mlađeg kamenog doba koje je ujedno i najveće poznato takvo naselje na području Hrvatske, otkriveno nekoliko kilometara zapadno od Vinkovaca: Borinci - Blato. Posebnost su 2 velika zemunička objekta veća od 100 m², ukopi lubanja bovida – bukranija i sopotski kosturni grobovi. (https://muzejvk.hr/?page_id=9)

Arheološko nalazište „Sopot“ datira iz razdoblja 5300. gpe - 3800. gpe. Nastalo je tijekom neolitika - sopotske kulture. Značajni nalazi doveli su do toga da je 1971. godine ovo nalazište postalo eponimno nalazište cijele kulture. Naselje je živjelo tijekom 5. tisućljeća pr. Kr. Lokalitet je udaljen 3 kilometra od Vinkovaca, a povezan je s centrom grada pješačko-biciklističkom stazom. (<https://staze.hr/map/5/4022/arheolosko-nalaziste-sopot>) Može se reći da je to jedan od neiskorištenih potencijala vinkovačkog turizma.

Tijekom arheoloških istraživanja 23. ožujka 2012., u Dugoj ulici 26. u Vinkovcima, pronađena je ostava s luksuznim srebrnim posuđem koje, prema prvim pokazateljima, okvirno datira iz 4. st. U prostorijama Gradskog muzeja Vinkovci tom prigodom izložena je većina predmeta iz ostave, no isti su dan nalazi prevezeni u Zagreb. (https://muzejvk.hr/?page_id=9)

Orion je otkriven 1978. godine prilikom kopanja skloništa za hotel Slavoniju. To je keramički lonac oslikan crno bijelim kvadratićima. Naknadno je otkriveno da posuda datira iz 2600. godine prije Krista, iz vremena vučedolske kulture. Dvadeset godina nakon njezina pronalaska, otkriveno je da posuda prikazuje nebo iznad grada. Dakle, Orion je kalendar, što ga ujedno čini najstarijim u Europi. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

5.3.7. Značajne lokacije u gradu

Krnjaš je poznati vinkovački toponim, on je dio Vinkovaca smješten na višoj obali Bosuta i posljednja vinkovačka šokačka ulica. Krnjaš je sokak vinkovačke književnosti jer su ondje rođeni Josip i Ivan Kozarac, kao i Joza Ivakić. Obilježava ga graničarska arhitektura s tradicionalnim

slavonskim zabatima na kućama u kojima su živjele stare vinkovačke šokačke obitelji, koje su uglavnom bili poljodjelci. (<https://visitvinkovci.com/e-brosure/>)

Najstariji sakralni spomenik u Vinkovcima je crkva sv. Ilije na Meraji. Početkom 14. stoljeća, na dijelu temelja ranije romaničke crkvice, izgrađena je gotička jednobrodna crkva. Dijelovi temelja prve crkvice mogu se vidjeti i danas. Kroz povijest je crkva mijenjala izgled i funkcije. Prvotno je, do kraja 18. stoljeća, služila kao sakralni objekt, a potom ju je koristila vojska. Jedno je vrijeme bila i skladište, a danas služi u galerijske svrhe te je poznata kao Galerija fotografije Meraja.

Središnji trg, koji nosi naziv Vinkovački korzo, ukrašen je motivima kalendara Oriona, a ujedno je klasični primjer baroknog urbanizma. Trg predstavlja prostor visoke kulturno-povijesne, urbanističke, arhitektonske, stilske i estetske vrijednosti. Odmah do njega nalazi se središnji gradski park koji je dvostruko zaštićen. Prvo, kao kulturno povijesna cjelina i drugo, kao spomenik parkovne arhitekture. (<https://www.welovevinkovci.com/>) U parku se nalazi spomenik Presvetom Trojstvu koji je djelo klasicističkih stilskih obilježja, dali su ga izgraditi 1845. godine. pripada skupini spomenika čiju jezgru čine tri trokutno raspoređena stupa što ga čini jednim primjerom takvog rješenja u Hrvatskoj. (Zajec, 2022:98)

Vidljivo je da grad Vinkovci posjeduje izniman potencijal za razvoj urbanog kulturnog turizma, prvenstveno zahvaljujući bogatoj povijesti, kulturnoj baštini i značajnim arheološkim nalazištima koja svjedoče o dugom kontinuitetu naseljenosti na ovom području, važno je naglasiti da arheološka istraživanja još uvijek traju te postoji mogućnost za pronalaskom još važnih nalazišta i činjenica o kulturi Vinkovaca. S druge strane može se reći da je većina atrakcija nedovoljno iskorištena u turističke svrhe, isto tako nije adekvatno promovirana na turističkom tržištu, što utječe zašto grad Vinkovci nije dovoljno prepoznat kao kulturna destinacija.

Tablica 1 prikazuje pregled kulturne baštine grada Vinkovaca, uključujući različite aspekte koji čine dio bogate povijesne i kulturne tradicije ovoga grada. Ova baština obuhvaća materijalne i nematerijalne elemente, poput arhitektonskih spomenika, povijesnih građevina, tradicijskih običaja, jezika, kao i manifestacija koje se prenose s generacije na generaciju. Pri izradi tablice korištene su definicije kulturne baštine prema standardima koje su postavili UNESCO i Europska unija, čime se osigurava da pregled uključuje sve ključne kategorije baštine.

Tablica 1. Prikaz kulturne baštine grada Vinkovaca

KATEGORIJA BAŠTINE	VRSTA BAŠTINE	PRIMJERI
Materijalna kulturna baština	Djela arhitekture	Krnjaš (šokačke kuće), crkva sv. Ilije na Meraji
	Monumentalna djela iz područja skulpture i slikanja, elementi arheološke prirode	Luksuzno srebrno posuđe, Orion
	Spomenici	Spomenik Mariji i Ivanu Kozarcu, spomenik Presvetom Trojstvu
	Skupine građevina	
	Lokaliteti	Borinci – Blato, Sopot, Vinkovački korzo, gradski park
Nematerijalna kulturna baština	Digitalna baština	
	Usmena tradicija i izražavanje	Šokački govor, slavonski bećarac, tradicionalni plesovi i nošnja, tamburice, rakija, rokerski grad, grad željezničara
	Izvedbene umjetnosti	
	Društvene prakse, rituali i svečani događaji	Vinkovačke jeseni, Rimski dani, Pokladno jahanje
	Znanja i prakse u vezi s prirodom i svemirom	
Kulturni krajolici	Tradicijska izrada	Proizvodnja kulena (suhomesnatih proizvoda)
	Jasno definiran krajolik	
	Organski razvijen krajolik	
	Asocijativni kulturni krajolik	

Izvor: izrada autora

6. Empirijski dio

Pregledom do sada objavljene znanstvene i stručne literature koja se odnosi na kulturnu baštinu i turizam, radu se daje teorijski i metodološki okvir.

6.1. Određenje problema istraživanja

6.1.1. Područje, problem i predmet istraživanja

Područje istraživanja djeluje unutar znanstvenog područja društvenih i humanističkih znanosti te interdisciplinarnih područja znanosti. Koriste se spoznaje iz turizma, arhitekture, urbanizma, etnologije i antropologije, povijesti i drugih.

Kulturna baština predstavlja značajan potencijal za razvoj turizma, posebno u urbanim sredinama. Međutim, mnogi gradovi, uključujući Vinkovce, suočavaju se s izazovima u učinkovitoj valorizaciji i promociji svoje kulturne baštine kako bi privukli turiste i postali prepoznatljive turističke destinacije. Problem istraživanja obuhvaća identificiranje trenutnih prepreka i nedostataka u iskorištavanju kulturne baštine Vinkovaca za razvoj turizma. Ovo istraživanje nastoji razumjeti kako integrirati kulturnu baštinu u turističku ponudu grada na način koji bi osigurao dugoročni održivi razvoj i ekonomski prosperitet Vinkovaca.

Predmet istraživanja je analiza uloge kulturne baštine u razvoju urbanih turističkih potencijala grada Vinkovaca. Istraživanje će obuhvatiti pregled postojećih kulturnih resursa, trenutne turističke ponude i promocijske aktivnosti te utvrđivanje njihovog utjecaja na turistički razvoj. Također, istražiti će se stavovi stručnjaka u području turizma o važnosti kulturne baštine za turistički rast grada. Poseban naglasak bit će stavljen na identifikaciju ključnih komponenti kulturne baštine koje imaju potencijal privući turiste i strategije za njihovu bolju integraciju u turističku ponudu Vinkovaca.

6.1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

U izravnoj vezi sa znanstvenim problemom i predmetom istraživanja, definirani su ciljevi istraživanja.

Teorijski ciljevi istraživanja su sljedeći: obraditi postojeće znanstvene spoznaje iz područja kulturne baštine te odrediti vezu između turizma i uloge kulturne baštine u razvoju urbanih turističkih potencijala.

Empirijski ciljevi istraživanja jesu:

1. identifikacija i analiza kulturne baštine Vinkovaca, utvrđivanje ključnih elemenata materijalne i nematerijalne kulturne baštine, istraživanje povijesne, arheološke i kulturne značajke grada
2. procjena turističkih potencijala, analiza trenutne turističke ponude i sadržaja povezanih s kulturnom baštinom te identifikacija ključnih atrakcija i resursa koji bi mogli unaprijediti turističku ponudu grada
3. istraživanje stavova i mišljenja stručnjaka u području turizma o važnosti kulturne baštine za turistički rast grada
4. pružanje preporuke za unapređenje aktivnosti na području turizma grada; na temelju analize predložiti konkretne korake i strategije za poboljšanje učinkovitosti.

U radu su postavljena sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koje su ključne kulturne i povijesne atrakcije Vinkovaca koje imaju potencijal privući turiste?
2. Koji su glavni izazovi i prepreke u razvoju Vinkovaca kao destinacije kulturno-povijesnog turizma?
3. Kakvu ulogu igraju stručnjaci iz područja turizma u planiranju i promociji kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima?
4. Koje bi strateške mjere mogle unaprijediti turističku ponudu Vinkovaca baziranu na kulturnoj baštini?

U skladu s navedenim problemom, ciljevima istraživanja i istraživačkim pitanjima, definirane su sljedeće hipoteze:

H1: Kulturna baština Vinkovaca je nedovoljno iskorišten resurs koji može značajno doprinijeti razvoju turističkih potencijala grada.

H2: Postojeće promotivne aktivnosti nisu adekvatno razvijene kako bi privukle veći broj turista i istaknule kulturne znamenitosti Vinkovaca.

H3: Zaposleni u području turizma smatraju da Vinkovci imaju značajan neiskorišteni potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma koji se može realizirati kroz bolje upravljanje resursima, unapređenje infrastrukture i efektivnije promotivne strategije.

6.2. Metodologija istraživanja

Za svrhu ovog istraživanja korištene su kvalitativne metode istraživanja, tj. provođenje dubinskog intervjua sa stručnjacima iz područja turizma i kulture. Intervju je proveden s direktoricom Turističke zajednice grada Vinkovaca, kao i s pročelnicom Ureda za kulturu i turizam grada Vinkovaca. Dubinski intervjui sastojali su se od 17 unaprijed pripremljenih pitanja, a svaki intervju je u prosjeku trajao 45 minuta. Ova analiza istražuje kakvi su stavovi stručnjaka iz prakse prema spomenutom problemu. Također, analizirala se uloga kulturne baštine u razvoju urbanih turističkih potencijala grada Vinkovaca.

6.3. Dubinski intervju sa stručnjacima iz prakse

Martina Matković, direktorica Turističke zajednice grada Vinkovaca, pružila je dubinski uvid u djelovanje i izazove s kojima se suočava ova organizacija. TZ Vinkovci predstavlja se kao organizacija koja djeluje na temelju destinacijskog menadžmenta, s glavnim ciljem promicanja i razvoja turizma u Republici Hrvatskoj. Turistička zajednica aktivno sudjeluje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na razini grada, što je regulirano Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Direktorica Matković ističe da je Turistička zajednica inicijator kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima te da surađuje s gradskim vlastima i Muzejom na realizaciji tog cilja. Komentirajući

suradnju među turističkim stručnjacima i drugim dionicima, poput lokalnih vlasti i kulturnih institucija, ocjenjuje da je suradnja na dobrom putu, ali da postoji prostor za napredak. Posebno naglašava dugogodišnju suradnju s Gradskim muzejom Vinkovci na razvoju kulturnog turizma.

Govoreći o kulturnoj baštini, direktorica Matković smatra da je ona dovoljno istražena, ali nedovoljno prezentirana i dostupna široj javnosti. Problem leži u kompleksnosti Vinkovaca, najstarijeg grada u Europi, s bogatom poviješću od 8000 godina, što otežava odabir i filtriranje najvažnijih i najatraktivnijih sadržaja za prezentaciju. Istaknula je nedostatak financijskih sredstava kao glavnu prepreku te percepciju lokalnog stanovništva o kulturnom nasljeđu koje nije dovoljno prepoznato i cijenjeno.

Među glavnim preprekama razvoja turizma u Vinkovcima, Matković navodi nedovoljnu educiranost lokalnog stanovništva, financijske izazove i prezasićenost tržišta koje zahtijeva jedinstvenost destinacije kako bi se istaknula među brojnim drugim destinacijama. Uključivanje kulturne baštine na bilo kojoj razini, značajno bi poboljšalo turističku ponudu grada, što TZ nastoji ostvariti kroz razne manifestacije koje daju najbržu vidljivost na tržištu. Također, naglasila je Vinkovačke jeseni kao manifestaciju po kojoj su Vinkovci najpoznatiji, ali nastaje problem što ova manifestacija traje samo desetak dana, a nakon toga, kroz godinu, u gradu nije moguće vidjeti nešto što se nadovezuje na Vinkovačke jeseni i što bi posjetiteljima moglo biti zanimljivo i privlačno.

Direktorica Matković također navodi kako postoje inicijative za bolje korištenje kulturne baštine koje čekaju realizaciju. Objašnjava da je za kvalitetan razvoj turizma potrebno vrijeme, posebno u kontinentalnom dijelu gdje turizam nije primarna djelatnost kao poljoprivreda. Međutim, primjećuje da se situacija polako mijenja s utjecajem interneta i novog načina života te da ljudi sve više prepoznaju turistički potencijal Vinkovaca. Kao primjer navodi OPG imanja koja su počela nuditi turističke sadržaje uz svoje osnovne djelatnosti.

Kao glavnu kulturnu atrakciju grada navodi nematerijalnu kulturnu baštinu, odnosno manifestacije poput Vinkovačkih jeseni i Rimskih dana te institucije kao što su Gradski muzej Vinkovci i Knjižnica. Također, značajne su i privatne inicijative, kao što je obnova rodne kuće Ivana Kozarca.

Komentirajući promotivne strategije, direktorica Matković ocjenjuje da, s obzirom na financijske mogućnosti TZ-a, promocija grada zaslužuje ocjenu četiri. Prema novom zakonu, TZ Vinkovci može promovirati samo manifestacije, a ne i samu destinaciju. Kako bi se bolje upravljalo

turističkim resursima, potrebno je stvoriti sadržaje koji traju cijelu godinu te ponuditi nešto vidljivo i jedinstveno čime bi se doprlo do bolje promocije grada. Direktorica objašnjava da to ne mora biti muzej jer to u pravilu nudi svaka destinacija, ali svakako je potrebno ponuditi nešto vidljivo, a to bi ujedno doprinijelo boljoj promociji.

Kada se govori o promociji, objasnila je da Turistička zajednica ima svoje društvene mreže i samostalno djeluje. Zaposlenici se služe Facebookom, Instagramom te imaju službenu web stranicu gdje redovno objavljuju te šalju newslettere pretplatnicima. Kada je u pitanju promocija određene manifestacije, tada provode različite kampanje da bi ostvarili bolju vidljivost, a, uz to, ostvarili su suradnju s novinarima koji pišu za svoje portale i objavljuju članke vezane za manifestaciju.

Komentirajući tvrdnju da Vinkovci imaju značajan neiskorišten potencijal u smislu turizma, izjasnila se kako smatra da Vinkovci imaju prevelik neiskorišten potencijal općenito, a ne samo u turističkom smislu. Kao jedan od razloga koji je doveo do toga navodi mentalitet i način života ljudi koji je na ovome području unazad dvadesetak godina bio iznimno drugačiji, zatim sporost u pokretanju i stvaranju noviteta, ali i samo prihvaćanje istog. Nedostatak edukacije od strane stručnog osoblja, ali i građana navodi kao treći razlog koji dovodi do neiskorištenosti potencijala grada jer se stvara situacija u kojoj dolazi do neprepoznavanja i težeg prihvaćanja noviteta.

Direktorica spominje novi Zakon koji se odnosi na turističke zajednice. Objašnjava da se tim zakonom predviđa da će TZ, zajedno s lokalnom, odnosno regionalnom samoupravom, dobiti mogućnost i obavezu da upravlja samim razvojem turizma. Također, naglašava važnost uključenosti i drugih institucija, ali i samog stanovništva da bi se turizam mogao razvijati, što bi u konačnici dovelo do boljeg upravljanja turističkim resursima. Uz to, objašnjava kako je njihov zadatak da pokušaju aktivirati, animirati i educirati lokalnu zajednicu u smjeru turizma. Infrastrukturu stavlja kao neupitan dio za poboljšanje turističkog potencijala grada.

Smatra da je važno prvo se fokusirati na ponudu. Što se tiče promocije, trude se na sve načine, no smatra da im nedostaje kontinuitet radi financija, ali i kadrovskih resursa.

Za kraj, kao prepreke razvoju turizma navodi Zakon koji se odnosi na razvoj turizma jer nije prilagođen kontinentu koliko je prilagođen moru, ali naglašava da je, uz dovoljno rada i truda, moguće postići rezultate. Unatoč izazovima, direktorica je optimistična u vezi razvoja turizma u Vinkovcima, iako taj proces ide iznimno sporo.

Marija Liščić Drmić, pročelnica Upravnog odjela za kulturu i turizam, također je pristala odraditi dubinski intervju kako bi pružila što bolji uvid u situaciju urbanog kulturnog turizma grada Vinkovaca.

Pročelnica opisuje kako je Upravni odjel za kulturu i turizam nastao iz Odjela društvenih djelatnosti 2013. godine i od tada djeluje u dva područja, kultura i turizam. Njihov zadatak je pratiti stanje u području kulture, razmatrati izvješća kulturnih ustanova i predlagati mjere za poboljšanje i razvoj kulturnih djelatnosti. Obavljaju se poslovi kulturnog promicanja grada, osiguravaju se sredstva za zadovoljavanje potreba u kulturi za programe iz područja muzejske, galerijske, likovne, knjižnične i nakladničke, glazbene, scenske, filmske i multimedijalne djelatnosti i kulturne manifestacije iz tih područja.

Odjel vodi brigu o spomenicima kulture i zaštiti kulturnih dobara i kulturne baštine, izrađuje programe javnih potreba u kulturi i prati namjensko korištenje sredstava proračuna Grada. Odjel prati rad i upravljanje u ustanovama u kulturi kojima je Grad osnivač i rad u udrugama u kulturi te im pruža stručnu pomoć u njihovom radu, pribavlja i distribuira informacije o potencijalnim izvorima financiranja gradskih programa, posebice iz dostupnih fondova Europske unije. Uz to, predlaže organizaciju i sudjeluje u organizaciji gradskih kulturnih manifestacija, surađuje s resornim ministarstvima i institucijama koje provode aktivnosti iz područja turizma i kulture, prati propise, problematiku i programe Europske unije i resornih ministarstava i institucija te radi na provedbi odobrenih programa na gradskoj razini u suradnji s lokalnom razvojnom agencijom, sudjeluje u praćenju, analizi i vrednovanju ostvarivanja programa i projekata vezanih za turizam i kulturu te izrađuje izvješća i diseminira projektne rezultate.

Odjel potiče razvoj turističkih subjekata na području grada te razvitak kulturnog, kongresnog, gastronomskog, rekreativnog, lovnog i drugih selektivnih oblika turizma, prati i analizira stanje turizma grada te predlaže mjere za njegovo unapređenje, ali i prati i sudjeluje u aktivnostima promocije turističke ponude grada. Naglašava kako je njezina uloga u odjelu rukovodeća, odnosno imenovana je pročelnicom Odjela za kulturu i turizam.

Suradnju između turističkih, kulturnih i svih drugih sudionika, kako na lokalnoj, tako i na regionalnoj i državnoj vlasti, opisuje kao izrazito dobru. Navodi da se komunikacija odvija u oba smjera te da im predstavlja pravo zadovoljstvo raditi u takvim uvjetima.

Komentirajući kulturnu baštinu Vinkovaca, pročelnica smatra da ona nije dovoljno iskorištena. Razlog tome navodi preveliku količinu povijesnih sadržaja, predmeta i artefakata za koje ne postoji adekvatno mjesto, odnosno prostor za izlaganje i prikazivanje. Također, opisuje kako je velikom broju artefakata potrebno pružiti odgovarajuću restauraciju koju djelatnici Vinkovačkog muzeja ne mogu stići obraditi uz redovan posao iskopavanja i pronalaženja na raznim područjima. Prema struci, za većinu predmeta potrebno je osigurati posebne uvjete u prostorima izlaganja, što iziskuje dodatna financijska sredstva u osiguravanju istoga. Navela je projekte poput obnove ili rekonstrukcije povijesno zaštićenih zgrada poput Mađarske škole ili crkve sv. Ilije na Meraji koji su megalomanski projekti za grad kao što su Vinkovci te se njihovoj obnovi pristupa od strane europskih sredstava preko europskih fondova za revitalizaciju kulturne baštine.

Među glavnim preprekama razvoju turizma u Vinkovcima navodi iznimno velika financijska sredstva koja su potrebna u revitalizaciji kulturne baštine, kao i dugotrajni vremenski period obnove pojedinih segmenata povijesti, kao što je srebro koje je pronađeno prilikom zaštitnih arheoloških istraživanja na lokaciji vinkovačkog shopping centra. Kao primjer, spomenula je srebro pronađeno 2012. godine. Ono se obnavlja u Arheološkom muzeju Zagreb te je do sada obnovljeno tek 25 % ukupno pronađenog sadržaja. Razlog tome je sporost i temeljitost predmeta koji potiču iz 4. stoljeća, iz doba Rimskog carstva. Unatoč tome, ne postoje administrativne prepreke koje bi otežavale razvoj turizma. Navodi da su u jako dobroj komunikaciji sa svim dionicima kulturno turističkog segmenta, bilo na lokalnoj ili na državnoj razini.

Pročelnica objašnjava da bi veća iskorištenost kulturne baštine, ponudom novih segmenata povijesti, ulaganjem u obnove povijesno zaštićenih zgrada i same jezgre grada Vinkovaca, utjecala na povećanje turističke ponude, što bi u konačnici rezultiralo povećanjem broja turista, dolazaka i noćenja u gradu.

Nadovezujući se na prethodnu izjavu, komentirali su se budući projekti koji bi doprinijeli većoj iskorištenosti kulturne baštine. Pročelnica je navela kako trenutno imaju spremne projekte obnove i rekonstrukcije bivše Mađarske škole, projekt rekonstrukcije crkve sv. Ilije na Meraji, dogradnju ili obnovu postojećeg Gradskog muzeja Vinkovci, obnovu Galerije Slavka Kopača u Vinkovcima, a svi navedeni projekti zaštićena su kulturna dobra ili se nalaze u zaštićenoj arheološkoj zoni grada.

Najznačajniji izazov koji iziskuje razvoj kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima je količina građe koju je potrebno adekvatno obnoviti, a potom izložiti u prostore koje je potrebno osigurati i pripremiti za održavanje istih, što iziskuje izrazito velika financijska sredstva.

Kao glavnu kulturnu atrakciju grada navodi Vinkovačke jeseni. Pročelnica navedenu manifestaciju opisuje kao manifestaciju koja u sebi okuplja povijest, kulturu, tradiciju, kulturnu baštinu, turističku ponudu i vrhunsku zabavu za sve okupljene.

Komentirajući promotivne aktivnosti grada, pročelnica ih ocjenjuje kao solidne jer smatra da uvijek može i mora bolje. Opisuje kako se iz godine u godinu uvode i stvaraju nove te njeguju postojeće manifestacije, događanja i aktivnosti kulturno-turističkih sadržaja. Vezano za efikasniju promociju kulturnih znamenitosti, objašnjava kako je cilj promicanje sposobnosti aktivista civilnog društva da kulturno nasljeđe posreduju kao iskustveni prostor i resurs za održivi razvoj. Promicanjem i razvijanjem vještina stručnog i volonterskog osoblja u kulturnim udrugama, institucijama i skupinama (tzv. zajednice povezane baštinom) koje sustavno posreduju o kulturnoj baštini, može se poboljšati kvaliteta vlastite ponude i povećati utjecaj na posjetitelje i skupine, a u konačnici i na društvo u cjelini.

Kada se govori o promociji turizma grada Vinkovaca, navodi da su promotivne aktivnosti grada Vinkovaca zastupljene u svim medijima i mrežama koje su definirane kao najpopularnije. Mreže poput Facebooka, Instagrama, Tik Toka, web stranice, oglašavanje i slično, čine sastavni dio promocije kulturno-turističkog sadržaja grada. Da bi se ostvarila efektivnija promocija kulturno-povijesnog turizma, predlaže pojačanje promotivnih aktivnosti putem društvenih mreža, prema mladima te stvaranje drugačijeg komunikacijskog pristupa preko medijskih portala/mreža, otvaranje suvenirnice i omogućavanje online ponude turističkih proizvoda.

Pročelnica je kroz intervju napomenula da grad Vinkovci, sa svojom 8000 godina starom povijesti, ima ogroman potencijal za razvoj turizma koji može igrati ključnu ulogu u ekonomskoj budućnosti. Turizam bi mogao pokrenuti pozitivne promjene i prosperitet, ali napominje da taj potencijal još nije dovoljno iskorišten. Objašnjava kako su potrebna značajna financijska sredstva kako bi bogata turistička ponuda, zasnovana na prirodi i sportsko-rekreativnim aktivnostima, kulturi i baštini te raznolikim atrakcijama, pružila karakteristična i uzbudljiva iskustva koja mogu doprinijeti povećanju broja turista i investicija. Za bolje upravljanje turističkim resursima, navodi atraktivnost, raspoloživost i očuvanost turističke destinacije u privlačenju turista. Nadalje, opisuje da je

unapređenje turističke i ostale infrastrukture od iznimne važnosti u promociji turističkog potencijala svakoga mjesta ili grada jer je to ono što privlači turiste u pojedino mjesto ili lokaciju te, ukoliko se ne ulaže u podizanje kvalitete i kvantitete infrastrukturnog sadržaja, nema napretka.

6.4. Rezultati i rasprava

Kako bi se ostvario bolji uvid u trenutnu situaciju grada Vinkovaca i njegov potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma, proveden je dubinski intervju s direktoricom TZ Vinkovci, Martinom Matković i pročelnicom Odjela za kulturu i turizam, Marijom Liščić Drmić. Dubinski intervjui proveli su se u vidu 17 pitanja u trajanju od 45 minuta. Ova analiza istražuje kako stavovi i informacije iz intervjua podržavaju ili osporavaju definirane hipoteze.

H1: Kulturna baština Vinkovaca je nedovoljno iskorišten resurs koji može značajno doprinijeti razvoju turističkih potencijala grada.

Pitanja u intervjuu koja su postavljena stručnjacima iz prakse kako bi se provjerila hipoteza glase:

- Slažete li se da je kulturna baština Vinkovaca nedovoljno iskorištena? Zašto?
- Koje su glavne prepreke koje onemogućavaju punu valorizaciju kulturne baštine u turističke svrhe?
- Kako bi bolje iskorištavanje kulturne baštine moglo doprinijeti razvoju turizma?
- Postoje li konkretni projekti ili inicijative koje su usmjerene na bolje korištenje kulturne baštine?
- Koje izazove smatrate najznačajnijima u razvoju kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima?
- Što Vi smatrate glavnim kulturnim atrakcijama grada?

Objekti sugovornice ističu da kulturna baština Vinkovaca nije dovoljno iskorištena. Slažu se da postoji velika količina povijesnih sadržaja koja nije adekvatno predstavljena javnosti, prvenstveno zbog nedostatka odgovarajućih prostora i sredstava za restauraciju i izlaganje. Također, naglašava se problem nedostatka vidljivosti te baštine koji je potrebno riješiti uz novo planirane projekte. Kao najznačajnije izazove u razvoju kulturno-povijesnog turizma, direktorica Matković navodi nedovoljnu educiranost lokalnog stanovništva, financijske izazove i prezasićenost tržišta koje

zahtijeva jedinstvenost destinacije kako bi se istaknula među brojnim drugim destinacijama. Pročelnica Liščić Drmić na isto pitanje odgovorila je kako je najznačajniji izazov koji iziskuje razvoj kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima količina građe koju je potrebno adekvatno obnoviti, a potom izložiti u prostore koje je potrebno osigurati i pripremiti za održavanje istih, što iziskuje izrazito velika financijska sredstva. Također, pročelnica se slaže da bi veća iskorištenost kulturne baštine, ponudom novih segmenata povijesti, ulaganjem u obnove povijesno zaštićenih zgrada i same jezgre grada Vinkovaca, utjecala na povećanje turističke ponude, što bi u konačnici rezultiralo povećanjem broja turista, dolazaka i noćenja u gradu. S navedenim se slaže i direktorica Matković. Obje sugovornice za glavne kulturne atrakcije grada izdvojile su nematerijalnu baštinu, točnije Vinkovačke jeseni.

Iz navedenog se može zaključiti da je hipoteza 1, koja tvrdi da je kulturna baština Vinkovaca nedovoljno iskorišten resurs koji može značajno doprinijeti razvoju turističkih potencijala grada, potvrđena.

H2: Postojeće promotivne aktivnosti nisu adekvatno razvijene kako bi privukle veći broj turista i istaknule kulturne znamenitosti Vinkovaca.

Pitanja u intervjuu koja su postavljena radi provjere hipoteze glase:

- Kako ocjenjujete trenutne promotivne aktivnosti vezane uz turističku ponudu Vinkovaca?
- Koje biste promjene ili poboljšanja predložili za efikasniju promociju kulturnih znamenitosti?
- Kako se koriste digitalni mediji i društvene mreže u promociji Vinkovaca kao turističke destinacije?

Martina Matković u intervjuu je istaknula kako je promocija Vinkovaca otežana zbog zakonskih ograničenja koja im omogućuju promociju samo manifestacija, a ne cijele destinacije. Komentirajući promotivne strategije, promociju grada ocijenila je s četvorkom te je navela kako imaju svoje društvene mreže i samostalno djeluju, služe se Facebookom, Instagramom i službenom web stranicom gdje redovno objavljuju te šalju newslettere pretplatnicima. Komentirajući promotivne aktivnosti grada s pročelnicom, ona ih je ocijenila kao solidne. Kada se komentirala promocija turizma grada Vinkovaca, navela je da su promotivne aktivnosti grada Vinkovaca

zastupljene u svim medijima i mrežama koji su definirani kao najpopularniji. Uz to, naglasila je potrebu za inovativnijim pristupom kroz društvene mreže i online ponude.

Iz svega navedenog, postavljena hipoteza 2 je djelomično potvrđena, budući da direktorica Matković smatra da je promocija vrlo dobra, a pročelnica Liščić Drmić ju smatra solidnom.

H3: Zaposleni u području turizma smatraju da Vinkovci imaju značajan neiskorišteni potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma koji se može realizirati kroz bolje upravljanje resursima, unapređenje infrastrukture i efektivnije promotivne strategije.

Pitanja u intervjuu koja su postavljena radi provjere hipoteze glase:

- Slažete li se s tvrdnjom da Vinkovci imaju značajan neiskorišteni turistički potencijal? Zašto?
- Koje mjere smatrate ključnima za bolje upravljanje turističkim resursima?
- Kako bi unapređenje infrastrukture moglo pomoći u realizaciji turističkog potencijala?
- Koje promotivne strategije biste predložili za efektivniju promociju kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima?
- Postoje li regulatorne ili administrativne prepreke koje otežavaju razvoj turizma u Vinkovcima?

Direktorica TZ Vinkovci i pročelnica Liščić Drmić smatraju da Vinkovci imaju neiskorišten potencijal u turističkom smislu. Direktorica Matković objasnila je kako je prepreka razvoju turizma Zakon koji se odnosi na razvoj turizma jer nije prilagođen kontinentu koliko je prilagođen moru. Također, obje sugovornice unapređenje infrastrukture gledaju kao neizostavni element kojim bi se podignula kvaliteta grada. Uz to, naglašavaju nedostatak financija, ali i potrebu za unapređenjem promocije grada kao turističke destinacije.

Na temelju odgovora prikupljenih tijekom intervjua sa stručnjacima iz područja turizma, hipoteza H3 koja tvrdi da zaposleni u turizmu smatraju kako Vinkovci imaju značajan neiskorišteni potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma, potvrđena je.

Istraživanje je pružilo uvid u mišljenja i stavove dviju iznimno važnih osoba za turizam grada Vinkovaca, direktoricu Turističke zajednice i pročelnicu Odjela za kulturu i turizam. Na temelju provedenih dubinskih intervjua, zaključuje se da Vinkovci posjeduju značajan, ali još uvijek

nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj kulturno-povijesnog turizma. Proučavajući tvrdnju Russa i Borga (2002:637) da turistički potencijal grada, iako temeljen na spomenicima, znamenitostima i atrakcijama, nije dovoljan da bi se grad predstavljao kao turistička destinacija, postaje jasno da se uspješan turistički razvoj ne može postići bez pažljivog planiranja i integracije nematerijalnih elemenata koji značajno doprinose urbanoj atraktivnosti. Vinkovci su primjer grada koji, iako posjeduje znamenitosti i atrakcije, još uvijek ne ispunjava sve uvjete da bi se nazvao turističkom destinacijom u punom smislu te riječi. Pročelnica Liščić Drmić je u dubinskom intervjuu potvrdila potrebu za radom na infrastrukturi, promociji, ali i razvoju turističke ponude kako bi grad mogao napredovati u turističkom smislu.

Intervjui su potvrdili dvije hipoteze te su jednu hipotezu djelomično potvrdili. Iz istraživanja je moguće zaključiti da, unatoč bogatstvu povijesnog nasljeđa, Vinkovci nisu uspjeli adekvatno iskoristiti ovaj resurs za razvoj turizma. Kao glavne prepreke navode se nedostatak financijskih sredstava, neadekvatni prostori za izlaganje i restauraciju povijesnih artefakata te slaba vidljivost kulturne baštine u javnosti. Ovo ukazuje na potrebu za značajnim investicijama u infrastrukturu i restauraciju, kao i na bolje planiranje i promociju kulturnih sadržaja kako bi se privukli posjetitelji i omogućio daljnji razvoj turizma. Jedan od problema je također postojeći zakonski okvir koji ograničava promociju destinacije na manifestacije. Unatoč postojanju osnovnih promotivnih kanala, poput društvenih mreža i web stranice, Vinkovci još uvijek nisu uspjeli dovoljno snažno istaknuti svoje kulturne znamenitosti na širem tržištu. To zahtijeva dodatne napore u modernizaciji i diversifikaciji promotivnih strategija kako bi se privukao veći broj turista.

Unapređenje infrastrukture i obnova povijesno značajnih zgrada i prostora, prepoznati su kao prioriteti koji bi mogli značajno doprinijeti povećanju kvalitete turističke ponude. Također, naglašena je potreba za boljom koordinacijom i strateškim planiranjem u upravljanju turističkim resursima kako bi se stvorili uvjeti za održiv razvoj turizma. Rezultati intervjuja jasno upućuju na potrebu za sveobuhvatnijim pristupom u razvoju kulturno-povijesnog turizma u Vinkovcima. Ulaganje u kulturnu baštinu, modernizacija promotivnih aktivnosti i unapređenje infrastrukture, potrebni su koraci koji bi mogli pomoći Vinkovcima da ostvare svoj puni turistički potencijal.

Direktorica Matković u intervjuu je navela kako veliku ulogu za razvoj turizma u gradu Vinkovcima ima lokalno stanovništvo koje u ovom dijelu Hrvatske nije još u potpunosti prihvatilo turizam, što je veliki problem jer, kako navodi Gredičak (2009:200), kulturni turizam zadovoljava

specifične potrebe turista te nudi mogućnost spajanja izravnog kontakta s domaćim stanovništvom u njihovome ambijentu. U toj vrsti kontakta stvara se spoj sadašnjosti i prošlosti, pri čemu se stvara dvostruka vremenska dimenzija.

Pročelnica Liščić Drmić istaknula je kako razvoj kulturnog turizma može značajno doprinijeti boljoj financijskoj situaciji grada i njegovih stanovnika, naglašavajući ekonomske koristi kao jednu od ključnih prednosti. Ova tvrdnja je u skladu s Agisilaosom (2012:72) koji objašnjava da turizam, kada promiče kulturnu baštinu, donosi odmah vidljive financijske koristi, dok društvene i kulturne koristi od turističkog razvoja zahtijevaju duže vrijeme za manifestaciju i teže ih je precizno kvantificirati.

Način na koji se proizvodi kulturnog turizma mogu kategorizirati, prema Lordu (2002:5), je u smislu organizacijske vrste: institucije (muzeji, galerije, povijesna mjesta, kazališta, razni centri), stil života/nasljeđe (jezik, gastronomija, običaji) i događaji (festivali, sajmovi, izložbe, natjecanja). Iz provedenog teorijskog istraživanja o kulturnoj baštini Vinkovaca, kao i iz empirijskih istraživanja, može se zaključiti da Vinkovci posjeduju potencijal za razvoj svih triju organizacijskih vrsta, što svjedoči o mogućnostima koje ovaj grad posjeduje.

7. Zaključak

Važnost kulturne baštine danas je iznimno prepoznata u društvu, a njezina definicija i važnost mijenjale su se kroz godine. UNESCO kulturnu baštinu definira kao ostavštinu koja živi i djeluje, a nasljeđuju je buduće generacije. Ova definicija prepoznaje dinamičnu prirodu kulturne baštine, a njezinu vrijednost podiže na višu razinu jer se prelazi s gledanja baštine kao statičnog spomenika te ona dobiva element žive komponente koji utječe na buduće generacije. UNESCO je izdao Konvenciju za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine, pri čemu se kulturna baština podijelila na materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu.

Svaka država ima svoju kulturnu baštinu koju su stvorili ljudi koji su živjeli na određenom području. Isto tako, hrvatsku kulturnu baštinu čine materijalna i nematerijalna dobra. Prema UNESCO-vim popisima, Republika Hrvatska posjeduje sveukupno 31 nepokretno i nematerijalno kulturno dobro.

Richards (2013:2) opisuje kako su turizam i kultura pojmovi koji su neraskidivo povezani. Zaključeno je da kulturna baština utječe na turizam, a turizam utječe na kulturnu baštinu koja postaje sve veći motiv turističkih putovanja. Uključivanje kulturne baštine u turizam povećava konkurentnost destinacije, pruža joj atraktivnost i često ta turistička destinacija bude odabrana od strane turista radi utjecaja kulturne baštine.

Uočeno je da kulturni turizam u Hrvatskoj nije prepoznat na dovoljnoj razini, posebice jer postoji mogućnost smanjenja sezonalnosti kroz primjenu kulturnog turizma. Kako kulturni turizam donosi brojne koristi za državu koja ga njeguje, isto tako velike koristi donosi gradu koji ga prakticira. Rachiotis, Poulaki (2022:31) su u istraživanju došli do spoznaje da globalni turistički trendovi unazad nekoliko godina pokazuju sklonost urbanom kulturnom turizmu, stoga se može zaključiti da je potrebno raditi na razvoju kulturnog turizma u gradovima, u ovome slučaju u gradu Vinkovcima.

Analiza baštine grada Vinkovaca u ovome radu pokazala je da grad ima povijest bogatu 8000 godina, što je doprinijelo da ima iznimno bogatu kulturno-povijesnu baštinu. Kulturno-povijesna baština koja se proučava u radu je lokalni šokački govor te slavonski bećarac koji je ujedno uvršten na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Osim toga,

šokačku kulturu obilježila je i narodna nošnja. Kulen, za koji se vjeruje da je nastao na području Vinkovci – Županja – Cvelferija, nalazi se među 9 zaštićenih prehrambenih proizvoda s oznakom zemljopisnog podrijetla. Vinkovačku kulturnu baštinu također obogaćuju razne legende i poznate osobe koje su živjele u gradu. Najvažnije manifestacije koje čine kulturnu ponudu grada bogatijom jesu Vinkovačke jeseni i Rimski dani. Vinkovačke jeseni glase kao najveća kulturna manifestacija u regiji. Neizostavno je prokomentirati mnogobrojne arheološke nalaze kao što je lokalitet Sopot, srebrno posuđe, kalendar Orion i drugi.

Obzirom da se analizirala kulturna baština grada kao resurs koji nije dovoljno iskorišten, zaključeno je da stručnjaci iz prakse u gradu vrednuju i cijene kulturnu baštinu, ali glavni problem su financijska sredstva koja nisu dovoljna za ono što bi se moglo ostvariti te lokalna zajednica. Zaključuje se da su financijska sredstva najveća prepreka koja koči razvoj kulturnog turizma grada. S druge strane, potrebna je edukacija građana da bi postali svjesni kakvu vrijednost posjeduje grad i koje su mogućnosti s iskorištavanjem iste.

Provedbom intervjua, uočeno je da su djelatnici u turizmu i kulturi djelomično zadovoljni promotivnim aktivnostima grada. Predlaže se inovativnija promidžba te postoji mjesto za napredak.

Provođenjem dubinskog intervjua s direktoricom Matković i pročelnicom Liščić Drmić, zaključeno je da osobe koje rade u ovome sektoru smatraju kako ovaj grad ima minimalno iskorišten potencijal vezan za razvoj kulturno-povijesnog turizma te da je potrebno unapređenje infrastrukture.

Zaključuje se da je važnost kulturne baštine za društvo u cjelini na visokoj razini. Kulturna baština ima veliku ulogu u kvaliteti ponude za urbani kulturni turizam. Ona obogaćuje ponudu i povećava konkurentnost destinacije. Grad Vinkovci ima potencijal postati destinacija kulturnog turizma, no prvo je potrebno ostvariti sve uvjete koje kvalitetna turistička destinacija i kulturni turisti zahtijevaju.

8. Literatura

Knjige

Jurenienė, V. (2016). *Tourism from Empirical Research towards practical application: Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries*, InTech, Rijeka

Jelinčić, D. A. (2008). *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb

McKercher, B., Cros H. (2002). *Cultural Tourism: The partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, Routledge, New York and London

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*, CAB International, UK

Richards, G. (2022). Chapter 3: *Urban tourism as a special type of cultural tourism*. In *A Research Agenda for Urban Tourism*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. Retrieved May 21, 2024, from <https://doi.org/10.4337/9781789907407.00009>

Silverman, H., Ruggles, F. (2007). *Cultural Heritage and Human Rights*, Springer New York, NY

Timothy, J. D. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*, Channel view publications

Znanstveni članci

Agisilaos, E. (2012). *CULTURAL HERITAGE, TOURISM AND THE ENVIRONMENT*, Journal "Sustainable Development, Culture, Traditions", Vol. 1. Preuzeto s: <https://sdct-journal.com/> [Datum pristupa: 4.5.2024.]

Ashworth, G., Page, J. S. (2011). *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*, Tourism Management, Vol. 32, Issue 1. Preuzeto s: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002> [Datum pristupa: 22.5.2024.]

Blažeković, I. (2023). *Hrvatska kulturna baština na UNESCO-ovu Popisu svjetske baštine*, Bjelovarski učitelj, 28(1-3), str. 114-120. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/313733> [Datum pristupa: 28.04.2024.]

Cifrić, I. (2014). *Očuvanje baštine u kontekstu Europske unije*, Adrias, (20), str. 9-19. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/135032> [Datum pristupa: 23.04.2024.]

- Conti, A. L. (2015). *Cultural heritage and tourism: possibilities of a sustainable relationship*, *Technical Transactions (Czasopismo Techniczne)*; Architektura Zeszyt 7-A (10). Preuzeto s: <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/78427> [Datum pristupa: 1.5.2024.]
- Dujmović, M. (2019). *Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu*, *Socijalna ekologija*, 28(2), str. 145-161. <https://doi.org/10.17234/SocEkol.28.2.3> [Datum pristupa: 22.04.2024.]
- Dumbović Bilušić, B. (2013). *Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima*, *Kvartal*, X(1-2), str. 6-11. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/175051> [Datum pristupa: 22.04.2024.]
- Domšić, L. (2013). *CULTURAL HERITAGE AND IDENTITY IN THE CONTEMPORARY TOURISM DEVELOPMENT*, *DIEM*, 1(1), str. 0-0. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/161546> [Datum pristupa: 28.04.2024.]
- Demonja, D. (2011). *KULTURNI TURIZAM: HRVATSKA ISKUSTVA*, *Antropologija*, Vol.11, br. 1. Preuzeto s: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=804159> [Datum pristupa: 15.05.2024.]
- Edwards, D., Griffin, T., Hayyllar, B. (2008.) *Urban Tourism Research: Developing an Agenda*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, Issue 4. Preuzeto s: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002> [Datum pristupa: 22. 05. 2024.]
- Gredičak, T. (2009). *Kulturna baština i gospodarski razvitak Republike Hrvatske*, *Ekonomski pregled*, 60(3-4), str. 196-218. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/36851> [Datum pristupa: 22.04.2024.]
- Glugačević, D. (2023). *The power of cultural heritage in tourism. Example of the city of Zadar (Croatia)*, *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 7 (1), 236-257. Preuzeto s: <https://doi.org/10.21071/riturem.v7i1.16841> [Datum pristupa: 17.5.2024.]
- Garbea, V. R. (2013). *URBANTOURISM BETWEEN CONTENT AND ASPIRATION FOR URBAN DEVELOPMENT*, *Management & Marketing – Craiova*, Vol. 9, Issue 1. Preuzeto s: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=189133> [Datum pristupa: 22.05.2024.]
- Horvat, B. (2000). *PROFIL SUVREMENOG TURISTA I HRVATSKI TURISTIČKI PROIZVOD*, *Tourism and hospitality management*, 6(1-2), str. 159-168. <https://doi.org/10.20867/thm.6.1-2.13> [Datum pristupa: 05.05.2024.]

Ismagilova, G., Safiullin, L., Gafurov, I. (2015). *Using Historical Heritage as a Factor in Tourism Development*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 188, 14 May 2015, Pages 157-162. Preuzeto s: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.355> [Datum pristupa: 4.5.2024.]

Istoc, E. M. (2012). *URBAN CULTURAL TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT*, *International Journal for Responsible Tourism – Vol. 1, No. 1*. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/361394385_URBAN_CULTURAL_TOURISM_AND_SUSTAINABLE_DEVELOPMENT [Datum pristupa: 13.05.2013.]

Jansen-Verbeke, M. (1996). *CULTURAL TOURISM IN THE 21ST. CENTURY*. *World Leisure & Recreation*, 38(1), 6–11. <https://doi.org/10.1080/10261133.1996.9673997> [Datum pristupa: 8.05.2024.]

Koboldt, C. (1997). *Optimiziranje korištenja kulturne baštine*, U: Hutter, M., Rizzo, I. (ur.) *Ekonomske perspektive kulturne baštine*. Palgrave Macmillan, London. Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-1-349-25824-6_4 [Datum pristupa: 27.04.2024.]

Loulanski T. (2006). *Revising the Concept for Cultural Heritage: The Argument for a Functional Approach*. *International Journal of Cultural Property*. Vol. 13 (2):207-233. Preuzeto s: <https://www.cambridge.org/core/journals/international-journal-of-cultural-property/article/abs/revising-the-concept-for-cultural-heritage-the-argument-for-a-functional-approach/E392CC8A3C7E7DE7102F8CF33AE389B6> [Datum pristupa: 26.4.2024.]

Lord, D. G. (1999). *The Power of Cultural Tourism*. Wisconsin Heritage Tourism Conference
Lac du Flambeau, Wisconsin

Lord, B. (2002). *Cultural Tourism and Museums*, LORD Cultural Resources Planning and Management Inc. Preuzeto s: <https://www.lord.ca/> [Datum pristupa: 08.05.2024.]

Maroević, I. (2001). *Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine*, *Socijalna ekologija*, 10(4), str. 235-246. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/141328> [Datum pristupa: 22.04.2024.]

Matečić, I. (2016). *Specifičnosti procesa vrednovanja materijalne kulturne baštine u turizmu*, *Acta turistica*, 28(1), pp. 73-100. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/161385> [Datum pristupa: 22. 04. 2024.]

McKercher, B. (2002). *Towards a classification of cultural tourists*, International Journal of Tourism Research, Vol. 4 (1), pp. 29-38. Dostupno na: <https://doi.org/10.1002/jtr.346> [Datum pristupa: 20.05.2024.]

Maitland, R. (2007). *Cultural tourism and the development of new tourism areas in London, Report of the ATLAS Expert Meeting 'Cultural Tourism: Globalising the local - localising the global' held in Barcelona in October 2004*. Dostupno na: <https://www.academia.edu/> [Datum pristupa: 22.05.2024.]

Pearce, S. M. (2000). *The Making of Cultural Heritage*, Research Report, The Getty Conservation Institute, Los Angeles. Preuzeto s: <https://www.getty.edu/> [Datum pristupa: 26.4.2024.]

Pančić Kombol, T. (2006). *Kulturno naslijeđe i turizam*, Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin, (16-17), str. 211-226. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/8702> [Datum pristupa: 05.05.2024.]

Rouhi, J. (2017). *DEFINITION OF CULTURAL HERITAGE PROPERTIES AND THEIR VALUES BY THE PAST*, Asian Journal of Science and Technology, Vol. 08, Issue, 12, pp.7109-7114. Dostupno na: <https://www.journalajst.com/> [Datum pristupa: 27.4.2024.]

Richards, G. (2013). *Cultural Tourism, Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.36. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755?via%3Dihub> [Datum pristupa: 1.5.2024.]

Rudan, E. (2012). *Razvojne perspektive kreativnoga turizma Hrvatske*, Ekonomska Misao i Praksa, Vol. 21, br. 2. Preuzeto s: <https://www.proquest.com/openview/6147b3b51f14907ba38766d86504817b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=196177> [Datum pristupa: 15.05.2024.]

Russo, P. A., Borg, J. (2002). *Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities*, Tourism Management, Vol. 23, Issue 6, pp. 631–637. Preuzeto s: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00027-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00027-4) [Datum pristupa: 22. 05. 2024.]

Rachiotis, T., Poulaki, P. (2022). *The Contribution of Cultural Routes to the Enhancement of Urban Cultural Tourism*, Asean Journal on Hospitality and Tourism. Vol. 20. Issue 2, pp. 31-46. Preuzeto s: <https://www.researchgate.net/> [Datum pristupa: 22. 05. 2024.]

Seiter-Šverko, D. (2012). *Nacionalni program digitalizacije arhivske, knjižnične i muzejske građe i projekt "Hrvatska kulturna baština"*, Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 55(2), str. 5-15. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/106547> [Datum pristupa: 22.04.2024.]

Slunjski, R. (2017). *Turističkogeografski pristup u valorizaciji kulturne baštine*, Podravina, 16(31), str. 163-172. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/190710> [Datum pristupa: 22.04.2024.]

Šimundić, B., Škokić, V., Čaušević, S. (2022). *Cultural Heritage Tourism in EU Policy Discourse: A Case Study of Croatia, Tourism Planning and Development in Eastern Europe*. Preuzeto s: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/abs/10.1079/9781800620353.0007> [Datum pristupa: 17.05.2024.]

Tokarchuk, O., Gabriele R., Maurer, O. (2017). *Development of city tourism and well-being of urban residents: A case of German Magic Cities*, *Tourism Economics*, Vol. 23(2) 343–359. Preuzeto s: <https://doi.org/10.1177/1354816616656272> [Datum pristupa: 22.05.2024.]

Vuković, M. (2011). *Pogled na međudnos baštine, kulture i identiteta*, Arhivski vjesnik , 54(1), pp. 97-113. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/90530> [Datum pristupa: 22. travnja 2024.]

Vrtiprah, V. (2006). *Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. Stoljeću*, *Ekonomski misao i praksa*, 15(2), str. 279-296. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/10683> [Datum pristupa: 05.05.2024.]

Zajec, V. (2022). *Spomenik Presvetom Trojstvu u Vinkovcima i njegova tipološka ishodišta*, *Radovi Instituta za povijest umjetnosti*, (46). Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/299793> [Datum pristupa: 14.06.2024.]

Internetske stranice

Grad Vinkovci. URL: <https://grad-vinkovci.hr/hr> [Datum pristupa: 27.5.2024.]

Ministarstvo kulture i medija. URL: <https://min-kulture.gov.hr/> [Datum pristupa: 27.4.2004.]

Ministarstvo turizma i sporta, „Strategija razvoja kulturnog turizma“. URL: <https://mint.gov.hr/dokumenti/10> [Datum pristupa: 19.5.2004.]

Ministarstvo turizma i sporta, „Akcijski plan razvoja kulturnog turizma“. URL: <https://mint.gov.hr/dokumenti/10> [Datum pristupa: 19.5.2004.]

Visit Vinkovci. URL: <https://visitvinkovci.com/e-brosure/> [Datum pristupa: 28.5.2024.]

Gradski muzej Vinkovci. URL: https://muzejvk.hr/?page_id=9 [Datum pristupa: 31.5.2024.]

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci. URL: <https://gkvk.hr/> [Datum pristupa: 31.5.2024.]

Gradsko kazalište Joza Ivakić. URL: <https://www.kazaliste-vinkovci.hr/o-kazalistu/> [Datum pristupa: 31.5.2024.]

Staze.hr. URL: <https://staze.hr/map/5/4022/arheolosko-nalaziste-sopot> [Datum pristupa: 1.6.2024.]

WeloveVinkovci. URL: <https://www.welovevinkovci.com/> [Datum pristupa: 1.6.2024.]

UNESCO. URL: <https://whc.unesco.org/en/about/> [Datum pristupa: 11.6.2024.]

UNESCO. URL: <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003> [Datum pristupa: 11.6.2024.]

UNESCO. URL: <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/> [Datum pristupa: 11.6.2024.]

UNESCO. URL: <https://ich.unesco.org/en/convention> [Datum pristupa: 11.6.2024.]

UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-concerning-protection-world-cultural-and-natural-heritage> [Datum pristupa: 11.6.2024.]

Službena stranica EU. URL: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/eu-policy-for-cultural-heritage> [Datum pristupa: 13.6.2024.]

Službena stranica EU. URL: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage> [Datum pristupa: 13.6.2024.]

8.1. Prilozi

Tablica 1. Prikaz kulturne baštine grada Vinkovaca