



TURISTIČKA
ZAJEDNICA
GRADA
SOLINA

**ZBORNİK RADOVA
MEĐUNARODNOG KONGRESA
POVIJESNIH GRADOVA**

INTERNATIONAL
HISTORIC CITIES CONGRESS
BOOK OF PROCEEDINGS

**MEET,
SHARE
& BUILD**

Turistička zajednica Grada Solina

Solin Tourist Board

**ZBORNİK RADOVA
MEĐUNARODNOG KONGRESA
POVIJESNIH GRADOVA**
*INTERNATIONAL HISTORIC CITIES
CONGRESS BOOK OF
PROCEEDINGS*



God./Vol. 1. Br./No. 1/2019

Izlazi godišnje kao elektronička publikacija / *Published online annually*

UDK/UDC: 904:338.48(082)

ISSN: 2718-3726

Nakladnik/*Publisher*:

Turistička zajednica Grada Solina

Kralja Zvonimira 69

21210 Solin – Hrvatska

Za nakladnika / *For the Publisher*:

Jelena Stupalo, dipl. ing.

direktorica/*director*

Glavni urednik / *Editor in chief*:

Željko Trezner, mag. rel. int. et dip., Karlovac

Uređivački odbor / *Editorial board*:

dr. sc. Lorena Bašan, Opatija; mr. sc. Sanjin Mihelić, Zagreb; Jelena Stupalo, dipl. ing., Solin;
dr. sc. Marija Valčić, Zagreb

Recenzenti / *Reviewers*:

dr. sc. Lorena Bašan; Silvana Blazhevaska, PhD; Helena Cviki, MSc; dr. sc. Marija Dejanović;
dr. sc. Tea Golja; Nafiya Guden, PhD; mr. sc. Vlasta Klarić; mr. sc. Sanjin Mihelić;
dr. sc. Magdalena Najbar-Agičić; dr. sc. Mili Razović; dr. sc. Marija Valčić

Izvršna urednica / *Executive editor*:

Ivančica Šebalj, prof.

Kontakt/*Contact* :

Kralja Zvonimira 69

21210 Solin – Hrvatska

Telefon: +385 21 210 048

urednistvo@ihc-congress.com

Lektura/*Proofreading*:

Ivačica Šebalj, prof. / Denis Plavetić, prof.

Dizajn naslovnice / *Cover design*:

Silvana Škopljanac, Tiratura d. o. o.

Sadržaj

Uvod	1
Introduction	2
Prezentirani radovi na konferenciji	
Nikolina Gerić, Lucija Herenčić: Valorizacija kulturnog nasljeđa Dvigrada s ciljem snažnije turističke promocije	4
Meri Glumac: Lastovski poklad.....	15
Mara Hrkać: Kamena kulturna baština Širokog brijega kao potencijalni turistički proizvod	23
Gabriela Jukić: Kulturno-turistička ruta Abeceda povijesti Visa	30
Marko Kedžo: Salona – izazovi interpretacije u funkciji turističke valorizacije arheološkog lokaliteta	39
Hermína Maras Benassi, Ketrin Jurica: Inovativna interpretacija baštine u svrhu osnaživanja promocije Vrsara	50
Romana Pomper: Dvorac Zrinski na vodi kao inovativni turistički proizvod kulturno-povijesne baštine grada Čakovca	61
Marija Radonić, Petra Mandac: Značaj koncesija na nepokretnom kulturnom dobru u turističke svrhe	70
Josipa Ružić, Ana Torlak: Plan prezentacije utvrde Gradina u Solinu	79
Tomislav Zović, Antonija Mihovilović: Značaj izi.TRAVEL platforme s ciljem razvoja i popularizacije kulturne baštine	88
Primjer kulturno-turističkog projekta	
Lorena Bašan, Uključivanje baštine ruralnog područja u integrirani prekogranični turistički proizvod: poslovni slučaj Opatija	100
Sažetci s predavanja	
Iva Carević Peković: Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika	112
Jasna Jerkov Jurić: EU projekt: Unesco Site Experience for All	114

Dora Kušan Špalj: Arheološki park Andautonija u Ščitarjevu – zaštita i prezentacija	116
Ron Peled: Jeruzalem	118
Sara Popović: Od težaka do turista – Starogradsko polje u kontekstu zaštite i interpretacije	120
Vesna Rajković: Akcijski plan razvoja kulturnog turizma Hrvatske	122
Joško Stella, Lino Ursić: Ceste koje Carstvo znače.....	124
Marko Španjol: Muzej Apoksiomena: uspješan primjer storytellinga u muzejima	126
Hana Turudić: Interpretacija i valorizacija kulturne baštine grada Korčule	128
Monika Vrgoč: Nematerijalna kulturna baština Cetinske krajine – tradicijsko lončarstvo ručnog kola iz Potravlja	130
Rudolf Zunke: Povijesna jezgra Beča – izazovi u zaštiti i razvoju UNESCO-vog grada	132
Upute za autore	134
Instructions for Authors	144

Uvod

Međunarodni kongres povijesnih gradova u Solinu s geslom „*Meet, share and build*“ od svojega nastanka okuplja brojne ključne aktere u turizmu povijesnih gradova Hrvatske i inozemstva. Teme vezane uz zaštitu i prezentaciju povijesnih lokaliteta i gradova te razvoj novih kulturno-turističkih proizvoda podjednako su privlačile stručnjake iz turizma i kulture brojnih povijesnih gradova. Pri tome su svoj interes za sudjelovanje pokazivali predstavnici jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica, turističkih agencija i vodiča, hotela, raznih ustanova, udruga, ali i tijela izvršnih vlasti s raznih razina. Iako je kongres nastao s idejom približavanja i prikazivanja dobre prakse uspješnih kulturno-turističkih destinacija u funkciji unapređivanja turističke ponude Solina, brzo je ušao u fazu stvaranja koristi za širu stručnu i znanstvenu zajednicu u Hrvatskoj i inozemstvu.

U svojem razvoju kongres je korak po korak nadograđivao opseg sadržaja koje je nudio sudionicima. Program kongresa sastojao se najprije od uobičajenih kongresnih sadržaja kroz predavanja, panel diskusije, organiziranog razgleda povijesnih lokaliteta do tematiziranog kulturno-zabavnog programa. Ubrzo je pod okriljem kongresa organiziran i natječaj za dodjelu međunarodno kulturno-turističke nagrade Plautila s ciljem poticanja kvalitete i inovativnosti u upravljanju povijesnim gradovima, u domeni interpretacije i zaštite kulturne baštine te promidžbe i distribucije kulturno-turističkih proizvoda. Nagrada se već tri godine tradicionalno dodjeljuje u kategorijama najboljeg kulturno-turističkog proizvoda, najboljeg kulturno-turističkog itinerara i povijesnog grada/lokaliteta/ustanove koji su se istaknuli aktivnostima zaštite i obnove kulturno-povijesne baštine.

U pripremi petog kongresa održanog 2019. godine došlo je do novog iskoraka. S ciljem poticanja povezivanja teorije i prakse te mentorskog rada profesora sa studentima na izradi stručnih i znanstvenih radova uspostavljena je i četvrta kategorija nagrade Plautila: za najbolji rad studenta/studenata i mentora u domeni turističke valorizacije kulturne baštine. Nakon toga slijedila je i logična odluka o uključivanju prezentacija prijavljenih radova u program kongresa, a onda i potreba njihova publiciranja zajedno sa sažetcima prezentacija s plenarnih predavanja. Mali ali ambiciozan tim Turističke zajednice grada Solina upustio se tako u još jedan velik izazov: izdavanje Zbornika radova kao periodične publikacije.

Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova u Solinu elektronička je publikacija koju izdaje Turistička zajednica grada Solina jednom godišnje. U zborniku se prvenstveno objavljuju recenzirani cjeloviti radovi sudionika kongresa, ali i ostalih zainteresiranih autora koji se u stručnom ili znanstvenom smislu bave izazovima turističke valorizacije i interpretacije kulturno-povijesne baštine te sažetci prezentacija s plenarnih predavanja. Strast organizatora i sudionika kongresa, njihova usmjerenost prema izvrsnosti i napretku motivirala je domaće i strane recenzente i uređivački odbor u ovom zahtjevnom izdavačkom pothvatu. Međutim, prilika koju su brojni mladi autori dobili za objavu svojih prvih radova u ovome zborniku velik je poticaj za sve koji su u procesu publiciranja sudjelovali da sljedeće izdanje zbornika bude još bolje i sadržajnije.

Uredništvo

Introduction

Since its establishment, the International Historic Cities Congress in Solin, with the motto “Meet, share and build“, has gathered numerous leaders in the tourism industry of historic cities from Croatia and abroad. Topics related to the protection and presentation of historic sites and cities and the development of new cultural and tourism products have attracted tourism and culture professionals from numerous historic cities. Representatives of local self-government units, tourist boards, tourist agencies and guides, hotels, various institutions, associations, as well as enforcement authorities at various levels showed their interest in participating. Although the congress originated with the idea of approaching and presenting good practice of successful cultural and tourist destinations to enhance Solin's tourist offer, it quickly entered the phase of creating benefits for the wider professional and scientific community in Croatia and abroad.

In its development, the Congress gradually upgraded the scope of content it offered to the participants. The program of the congress first consisted of the usual congress content through lectures, a panel discussion, and organized sightseeing of historical sites to a themed cultural and entertainment programme. A competition was soon organized under the auspices of the Congress for the International Cultural and Tourist Award of Plautila, to promote quality and innovation in the management of historic cities, in the field of interpretation and protection of cultural heritage and the promotion and distribution of cultural and tourism products. For three years in a row, the prize was traditionally awarded in the categories of the best cultural and tourist product, the best cultural and tourist itinerary, and a historic city/locality/institution that was outstanding by its activities for the protection and restoration of cultural and historical heritage.

In the preparation of the Fifth Congress, held in 2019, there was a new step forward. In order to encourage the connection of theory and practice and the mentoring of professors with students in the development of the professional and scientific papers, the fourth category of the Plautila Award was established: for the best work of students and mentors in the field of tourist valorisation of cultural heritage. This was followed by a logical decision to include presentations of submitted papers in the Congress programme, and then the need to publish them together with presentations' summaries from plenary lectures. The small but ambitious team of the Solin Tourist Board thus faced another major challenge: the publication of the Proceedings as a periodical.

Proceedings of the International Historic Cities Congress in Solin are an electronic publication published annually by the Tourist Board of the City of Solin. The book primarily publishes peer-reviewed full-length papers written by congress participants, as well as other interested authors who, in professional or scientific terms, address the challenges of tourist valorisation and interpretation of cultural and historical heritage and summaries of plenary lectures. The passion of the organizers and participants of the congress, their orientation on excellence and progress motivated local and foreign reviewers and the editorial board in this demanding publishing venture. However, the opportunity to publish their first works in this volume is a great incentive to young authors and all those who participated in the publishing process. Our aim is to make the next edition of the book even better and with even more content.

Editors

Prezentirani radovi na konferenciji

Stručni rad
Primljeno: 14. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 27. studenog 2019.
UDK: 658.8:338.483.12(497.571 Dvigrad)

Nikolina Gerić¹

Lucija Herenčić²

Valorizacija kulturnog nasljeđa Dvigrada s ciljem snažnije turističke promocije³

Sažetak

Dvigrad, jedan od vrednijih srednjovjekovnih arheoloških lokaliteta, smješten je u unutrašnjem dijelu istarskog poluotoka na području općine Kanfanar. Zbog neprepoznavanja potencijala lokaliteta, kulturno-povijesna baština Dvigrada ostaje neiskorištena, što potiče afirmaciju raznolikih sadržaja kako bi se grad identificirao kao bogata turistička destinacija sa svrhom kvalitetnije promocije i distribucije na turističko tržište. Polazeći od pretpostavke nužnosti identifikacije ključnih vrijednosti Dvigrada, kao osnove za kvalitetnu interdisciplinarnu valorizaciju i interpretaciju kulturne baštine, koristit će se metoda *benchmarka* kako bi se analizirali razvojni potencijali područja, a temeljit će se na analizi primjera dobre prakse. Za potrebe analize, kao primjer dobre prakse prikazan je povijesni grad Carcassonne s istoimenom utvrdom. Grad je smješten u južnom dijelu Francuske te svojim atrakcijama i raznim manifestacijama održava tendenciju cjelogodišnje turističke posjećenosti. Usporedbom strategije razvoja, plasiranosti na turističko tržište te drugih segmenata ključnih za razvoj destinacije, nastojat će se prepoznati prednosti i nedostaci te mogući potencijali daljnjeg razvoja i napretka Dvigrada s obzirom na promatranog konkurenta. Svrha je rada komparativnom analizom utvrditi moguće prilike na kojima bi Dvigrad mogao temeljiti svoj daljnji razvoj.

Ključne riječi: Dvigrad, kulturna baština, benchmarking, valorizacija baštine, interdisciplinarna valorizacija

1. Zemljopisno-povijesni kontekst

Dvigrad, ruševina srednjovjekovnog utvrđenog grada, nalazi se nekoliko kilometara zapadno od Kanfanara. Smješten je u Dragi, udolini koja spaja Pazin s morem, a završava u morskom kanalu Lim koji je ujedno predstavljao granicu pulskog i porečkog agera (područja, zemljišta). Ruševine grada danas su izrazito važan povijesni i arheološki lokalitet te ujedno i ključan segment turističke ponude kulturnog dobra (Petković, 2012). Već iz samoga imena Dvigrad, u mnogim izvorima poznat i pod

¹ Nikolina Gerić, studentica, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije; ngeric@unipu.hr

² Lucija Herenčić, studentica, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije; lherenci@unipu.hr

³ Mentorica studentica za ovaj rad je izv. prof. dr. sc. Tea Golja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije; tgolja@unipu.hr

nazivima *Duo Castra*, *Due Castelli* te *Dvegrad*, može se pretpostaviti kako je lokalitet nastao iz dva dijela grada, Moncestel i Parentin. Ta dva grada su se od 9. do 10. stoljeća spominjala kao jedinstveni grad, a zajednički naziv ostaje u upotrebi od propasti kaštela Parentin pa sve do današnjeg vremena (Ivančević, 1997).

Dvigrad je za vrijeme brončanog i željeznog doba, kao utvrđenje obzidano suhozidom, predstavljao idealan lokalitet za zaštitu od prodora neprijatelja s morske strane u Dragu i Istru. Iako se smatra da povijest razvoja Dvigrada započinje novom velikom kolonizacijom, postoje brojni segmenti koji upućuju kako su i prije navedenog vremena na ovome području bili naseljeni hrvatski seljaci čija je osnovna djelatnost bila obrađivanje samostanskih parcela, prvenstveno benediktinaca. Spominjanje grada moguće je pronaći u povijesnim izvorima već 879. godine kada umjesto pulske biskupije jurisdikciju nad dvigradskom crkvom dobiva Akvilejski patrijarhat. Na javni i administrativni život grada sljedećih nekoliko stoljeća utječu patrijarsi preko svojih feudalnih ovlasti.

U 13. stoljeću posjed nad Dvigradom dobivaju grofovi Gorički što uzrokuje promjene u etničkoj strukturi stanovništva. Od tog razdoblja počinju dominirati Slaveni unatoč sve izraženijem priljevu germanskog stanovništva. Povijest Dvigrada obilježili su i stalni sukobi. Oštri sukobi mletačkih osvajača i akvilejskih patrijarha kao i ratovi između Mlečana i Habsburgovaca nerijetko su rezultirali pokušajima napada uskoka na grad te pustošenja okolnih mjesta zbog nemogućnosti proboja u sam Dvigrad koji su oslabili navedenu utvrdu⁴. Početkom 16. stoljeća dolazi do masovnog naseljavanja Dvigrada izbjeglicama iz Dalmatinske zagore i Hercegovine koji su bili u bijegu od Osmanlija. Završetkom Uskočkih ratova između Venecije i Austrije u Dvigradu nestaju sukobi, no dolazi do kuge, malarije i drugih bolesti koje u potpunosti iseljavaju grad. Dvigrad ostaje nastanjen samo najsiromašnijim obiteljima, a većinsko stanovništvo naseljava okolna mjesta poput Kanfanara i Margane. Konačno, 1714. godine dvigradska župa preseljena je u Kanfanar što označava kraj Dvigrada (Bratulić, 1958).

Carcassonne se nalazi na jugu Francuske, oko 80 kilometara istočno od Toulousea. Njegov strateški položaj između Atlantskog oceana i Sredozemnog mora poznat je još od neolitičkog doba. Područje grada pokriva otprilike 65 km², što je znatno veće od brojnih malih gradova u pokrajini Aude u kojoj se grad nalazi. Carcassonne je dio utvrđenih zidina istoimenoga francuskoga grada, glavnoga grada bivše provincije Languedoc u pokrajini Aude. Navedeni grad sastoji se od starijeg dijela Cité de Carcassonne na desnoj i novijeg Ville basse na lijevoj obali rijeke Aude koja protječe navedenim gradom. Naseljen od neolitika, Carcassonne se smjestio između povijesnih trgovačkih putova, povezujući Atlantik sa Sredozemnim morem i središnjim masivom Pireneja.

Najstarije naselje na ovome području datira oko 3500. godina pr. Kr., no utvrđena naseobina na brdu današnjeg Carcassonnea postoji tek od 6. stoljeća prije Krista.⁵ Njegov strateški značaj ubrzo su prepoznali Rimljani koji su godine 122. pr. Kr. osvojili Provansu i Languedoc, područja koja su držali pod svojom vlasti sve do sredine 5. stoljeća. U tom periodu podigli su *oppidum*, naselje utvrđeno zidinama i rovovima, nazvan Carcaso. Propašću Rimskoga Carstva, Vizigoti postaju gospodari Španjolske i

⁴ Istrapedia. *Dvigrad*. Preuzeto s: <https://www.istrapedia.hr> (8. 3. 2019.)

⁵ La Cité de Carcassonne. *History*. Preuzeto s: <http://www.carcassonne.culture.fr/> (9. 3. 2019.)

Languedoca. Grad je u njihovim rukama ostao od 460. do 725. godine, a u proljeće te godine osvajaju ga Saraceni. Njih je 759. godine protjerao kralj Franaka Pipin Mali. Od 1082. do 1209. godine, pod dinastijom Trencavelsa grad je počeo stjecati izrazito velik utjecaj. Teško je stradao u 13. stoljeću kada je Simon de Montfort stariji unutar njega uspostavio svoju bazu za Albigenški križarski rat protiv Katara te je 1247. godine pripojen francuskoj kruni.

Dva posljednja graditeljska pothvata održana su u 13. stoljeću i početkom 14. stoljeća, nakon neuspješnih opsada 1240. i 1280. godine. Krajem 13. stoljeća grad je poprimio svoj konačni izgled kao srednjovjekovna utvrda. Bitno je spomenuti da Carcassonne nikada nije bilo napadnut tijekom Stogodišnjeg rata, čak ni za vrijeme pljačke Crnog princa 1355. godine. Postao je arsenal i skladište za opskrbu za vrijeme *Ancien Régime*a (starog poretka), a zatim i tijekom revolucije. Nakon Pirinejskog ugovora 1659. godine grad je izgubio svoj vojni značaj. Utrvrde su napuštene te grad postaje jedno od ekonomskih središta Francuske stavljajući naglasak na razvoj vunene industrije. Arhitekt Eugène Viollet-le-Duc 1853. godine postaje zadužen za obnovu tvrđave i dvoraca.⁶ Nakon njegove smrti 1879. godine restauratorske radove nastavio je njegov učenik Paul Boeswillwald, a kasnije ih je dovršio arhitekt Nodet.

2. Kulturno nasljeđe

Ostatci Dvigrada predstavljaju najveće ruševine urbanog naselja u Istri te prikazuju jedinstvenu sliku potpuno očuvanog tipičnog srednjovjekovnog kaštela. Grad je opasan dvostrukim obrambenim zidinama koje su međusobno povezane trima gradskim vratima. U sklopu unutarnjeg zida nalaze se tri kule koje datiraju iz 14. stoljeća. Crkva sv. Sofije dominira središnjim dijelom naselja koji ujedno predstavlja i njegovu najvišu točku. U najužem dijelu koncentričnog rasporeda kuća može se pratiti linija rasprostiranja prvog stupnja fortifikacija naselja. Kaštel se razvijao u dva stupnja proširenja. Prvi stupanj proširenja uključivao je izgradnju i adaptaciju u doba akvilejskih patrijarha. U ovoj fazi izgrađena je većina objekata srednjovjekovnog naselja kao i romanička i gotizirana faza crkve sv. Sofije, zidine, kule te Pretorova palača. Druga faza obuhvaća proširenje fortifikacija, udvostručavanje ulaznih gradskih vrata te novu izgradnju i popravke na starim kulama kao i izgradnju novih. Prethodno opisani oblik adaptacije nastaje za vrijeme venecijanske uprave nakon što su 1354. Đenovljani osvojili i razorili grad (Baldini, 1998).

S druge strane, stari utvrđeni grad Carcassonne izvrstan je primjer srednjovjekovnih utvrda čiji masivni zidovi datiraju još iz kasne antike, a okružuju dvorac i okolne građevine, ulice i gotičku baziliku. Srednjovjekovni grad ima 52 kule raspoređene po dvostrukim linijama zidina koje se prostiru u ukupnoj dužini od tri kilometara. Na 1250 metara unutarnjih zidina proteže se 26 kula okruglog ili potkovastog oblika.⁷ Unutrašnje zidine izgrađene su na temeljima vizigotskih i rimskih zidina koje su proširili kralj Luj IX. i njegovi nasljednici. Vanjske zidine izgrađene su u 13. stoljeću, protežu se na 1650 metara te se na njima nalazi 19 okruglih kula. Izvan zidina (osim na jugoistočnoj strani, gdje prirodna topografija pruža dovoljnu zaštitu) nalazi se obrambeni jarak dubok četiri metra. Obje linije zidina obnovljene su tijekom

⁶ La Cité de Carcassonne. *History*. Preuzeto s: <http://www.carcassonne.culture.fr/> (9. 3. 2019.)

⁷ UNESCO – World Heritage Centre. *Historic Fortified City of Carcassonne*. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org> (8. 3. 2019.)

finalne faze izgradnje u kasnom 13. stoljeću. Dvije trećine unutarnjih zidina opsežno su obnovljene i modernizirane te su povećane četiri kule prema razvoju vojne arhitekture. Porte Narbonnaise koja predstavlja jedan od glavnih ulaza u grad, posebno je impozantna i dobro opremljena.

Kulturno nasljeđe Dvigrada najviše obilježavaju sakralni objekti čiji su ostatci i danas vidljivi na lokalitetu. Zahvaljujući porečkom biskupu Ioanneu Lombardou, sastavljen je inventar dvigradskih crkava iz 1391. godine koji kategorički prikazuje od koliko se crkava Dvigrad sastojao u to vrijeme. U sklopu zapisa prikazane su crkve koje su nastale nakon spomenute godine, a i one koje su do tog perioda bile razrušene ili zbog određenih vanjskih utjecaja više nisu postojale. Zbrojem postojećih i nepostojećih objekata na lokalitetu, Dvigrad ukupno broji 41 crkvu (Meden, 2011). Danas župa broji 11 crkava u kojima se vrši služba te dvije koje nisu u njejoj funkciji već su u namjeni razgledavanja i turističke ponude grada (Meden, 2011). Istaknuti su najvažniji sakralni objekti smješteni unutar starog grada Dvigrada kao i u njegovoj bližoj okolici, a koji su nekada bili od važnosti za istoimeni grad.

Dominantna, kao i najprepoznatljivija građevina je crkva sv. Sofije smještena na središnjoj, a ujedno i najvišoj zaravni lokaliteta na glavnom trgu, što ju ističe među drugim reprezentativnim gradskim ruševinama. Povijest crkve započinje opisom novigradskog biskupa Giacoma Filippa Tommasinia koji se počinje baviti njezinom analizom, a prema izvorima smatra se da ju je on zatekao u cjelovitom stanju unatoč tadašnjoj raseljenosti stanovništva iz grada. Posvećena je sv. Sofiji iz Milana, stradaloj u Rimu za vrijeme Dioklecijanovih progona. Crkva je trobrodna s trima polukružnim upisanim apsidama, oslikana likom Bogorodice u plitkom reljefu na glavnom oltaru.

Važnost ove građevine je u njezinim sustavnim istraživanjima koje su provodili mnogi domaći, a ponajviše talijanski istraživači. Prvo istraživanje započinje 1954. godine i trajalo je nekoliko desetljeća. Nakon toga dolazi do niza nezamjetnih istraživanja s ciljem pokušaja rekonstruiranja crkve, no do konkretnijih pothvata još nije došlo. Istraživanja su ustvrdila nekoliko građevnih faza crkve. U ranokršćanskoj fazi crkva je bila jednobrodna zgrada s upisanom polukružnom apsidom da bi potkraj 8. stoljeća došlo do nadogradnje svetišnog dijela, prilikom čega dobiva tri upisane polukružne apside. U istom razdoblju crkva je oslikana freskama dok se tijekom 9. i 10. stoljeća nadograđuju kapela i zvonik. Sadašnji izgled dobiva u 13. stoljeću, razdoblju romanike. Do 17. stoljeća crkva kontinuirano propada, što posljedično dovodi do cjelovitog urušavanja obilježivši tako već spomenuti kraj kaštela kao naseljenog grada (Regan i Nadilo, 2010).

Crkve poput sv. Marije od Lakuća, sv. Petronile, sv. Ilije također zauzimaju važno mjesto među sakralnim objektima dvigradskog podneblja. Crkva sv. Marije od Lakuća jednobrodna je romanička crkva Majke Božje s upisanom apsidom. Ime je dobila zbog izgrađenosti na lokaciji blizu lokve čime se još kolokvijalno naziva „od lokve“ ili „el laguccio“ iz čega proizlazi iskrivljeni atribut „lakuć“.⁸ Crkva je izgrađena u prijelaznom razdoblju iz romanike u gotiku, a u naravi je jednostavna crkva izgrađena u masivnom zidu i s preslicom na vrhu ulaznog pročelja. Najveća vrijednost crkve je u gotičkim freskama koje se pripisuju Šarenom majstoru, a datiraju u između 1470. i 1483. godine (Regan i Nadilo, 2010).

⁸ Općina Kanfanar. *Povijest Kanfanara*. Preuzeto s: <http://www.kanfanar.hr> (8. 3. 2019.)

Crkva svete Petronile i crkva sv. Ilije smještene su u blizini Dvigrada, no iako danas administrativno ne pripadaju Dvigradu, u povijesti su činile cjelinu u sklopu spomenutog grada. Sv. Petrolina trobrodna je crkva s vanjskom četvrtastom apsidom koja se nalazi s lijeve strane uz cestu Kanfanar – Dvigrad. Izgrađena je na mjestu nekadašnjeg samostana u 10. stoljeću, a obilježena je predromaničkom umjetnošću. S vanjske strane južnog zida nalazi se reljef koji datira iz istoga vremena, a u zidu crkve ugrađen je ulomak predromaničke grede. Sv. Ilija je crkvice šiljastog stropa s bočnim nišama te krovom od kamenih škrlja u izrazito lošem stanju. Crkva se nalazi u Dragi, na uzvišenju istočno od Dvigrada. Na nadvratnom kamenu iznad ulaznih vrata uklesana je godina 1452., a na svetišnom zidu oko apside naziru se tragovi barokno oslikanog baldahina (Meden, 2011).

Dok se dvigradsko kulturno nasljeđe temelji na sakralnim građevinama, kulturno nasljeđe Carcassonnea temelje zasniva na dvorcima, bazilikama i utverdama koje će se detaljnije analizirati u narednim dijelovima teksta. Comtal je srednjovjekovni dvorac iz 12. stoljeća kojega je dao sagraditi Bernard Aton Trencavel, a nalazi se na zapadnom dijelu rimskih zidina, na najvišoj točki grada⁹. Okružen je pravokutnim utvrđenim ograđenim prostorom od 1226. godine. U isto vrijeme izgrađeni su i vanjski obrambeni zidovi kako bi grad, nedavno pripojen kraljevskoj domeni, kao sjedište kraljevstva postao potpuno neosvojiv. Izgrađen je u različitim stilovima, pri čemu najstariji dijelovi dvorca uglavnom datiraju iz srednjeg vijeka, no imamo i romaničke i gotičke dijelove građevine. Glavni ulaz u dvorac nalazi se na kraju kamenog mosta koji prolazi preko suhog obrambenog jarka. Dvorac je sagrađen na nekadašnjoj vizigotskoj tvrđavi od koje je zadržao neke dijelove zidova i dvije kule na zapadnoj strani Citéa koje se nalaze u blizini unutarnjih zidina. Bazilika svete Nazaire prvi puta se spominje 925. godine, a izgrađena je u gotičko-romaničkom stilu. Nekoliko je puta preuređivana dok ju je u 19. stoljeću zbog lošeg stanja restaurirao Viollet-le-Duca.¹⁰

Zapuštene utvrde restaurirane su u 19. stoljeću, a obnovu je provodio spomenuti Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc, jedan od osnivača moderne znanosti restauracije. Obnova se temeljila na rigoroznoj arhitektonskoj i arheološkoj analizi te na stvaranju precizne i detaljne ikonografske dokumentacije. Restauratorski radovi koji su se odvijali na građevinama imali su velik utjecaj na kasnija zbivanja u načelima i praksi očuvanja. Procjenjuje se da je značajan dio zidina i kula, približno 85 %, još uvijek u potpunosti autentično, čuvajući bitne elemente kasnoantičke obrane u donjim dijelovima.

Interijer bazilike te sama bazilika u velikoj su mjeri autentični i sastavni su dio feudalnog, a kasnije i kraljevskog dizajna ove srednjovjekovne utvrde. Bazilika je 1840. godine proglašena kulturnim spomenikom, a utvrde dobivaju isti status devet godina kasnije. Ostala područja proglašena su kulturnim spomenikom 1926. i 1942. godine. Područje određeno 1942. obuhvaća unutrašnjost zidina i površinu veću od 100 četvornih kilometara oko njih. Dekretom je 1959. godine određen zaštitni pojas oko zidina u kojemu je zabranjena gradnja, a sve intervencije unutar zidina ili u zaštićenoj zoni moraju dobiti odobrenje nadležnih vlasti.¹¹ Imovina koju čine utvrde, dvorac i bazilika dodijeljena je Ministarstvu

⁹ UNESCO – World Heritage Centre. *History and description*. Preuzeto s: <http://whc.unesco.org/en/documents/153734> (2. 3. 2019.)

¹⁰ UNESCO – World Heritage Centre. *History and description*. Preuzeto s: <http://whc.unesco.org/en/documents/153734> (2. 3. 2019.)

¹¹ UNESCO – World Heritage Centre. *History and description*. Preuzeto s: <http://whc.unesco.org/en/documents/153734> (2. 3. 2019.)

kulture. Carcassonne se danas ubraja među najbolje očuvane gradove i fortifikacije u Europi. Kulturna vrijednost niza utvrda u Carcassonneu, od kasne antike do srednjega vijeka, smatra se da nadilazi regionalnu, ali čak i nacionalnu važnost. Srednjovjekovni grad Carcassonne uvršten je 1997. na UNESCO-ov popis svjetske kulturne baštine.

3. Usmena predaja nematerijalne kulturne baštine

Dvigrad broji mnoge legende i priče koje nikada nisu zabilježene u pisanom obliku, već postoje i prenose se isključivo usmenom predajom. Štoviše, velik dio legenda nije usko povezan samo uz Dvigrad, već za veći dio istarskog poluotoka, stoga se prepričavaju po mnogim mjestima što dovodi do prepričavanja različitih varijanta istih legenda. U poznate legende o Dvigradu spadaju: legenda o osnutku grada, legenda o kugi, legenda o zakopanom blagu, legenda o Henryju Morganu te još tri manje poznate Krug sv. Anđela, legenda o Svetom Tijelu i legenda o grčkom kralju Atili (Bertoša, 2014). Valja napomenuti kako su legende jedan od važnijih segmenata koji otvaraju mogućnosti za kvalitetnu interdisciplinarnu valorizaciju. Dvigrad krije potencijal razvoja i valorizacije nematerijalne kulture u kontekstu legenda, što promatrani konkurent u svojoj ponudi kvalitetno iskorištava kroz razne platforme ponude. S obzirom na njihovu važnost u promociji, u narednim dijelovima teksta analizirat će se izdvojene legende Dvigrada i Carcassonnea.

Jedna od legenda Dvigrada koju mjesno žiteljstvo i danas prenosi jest legenda o osnutku grada. Legenda pripovijeda o međusobnom natjecanju dvaju divova protiv zmaja oko lijepe ribareve kćeri. Kako bi dokazali odanost djevojci, ali i snagu, svaki je gradio svoju kulu te je onaj koji ju prvi izgradi trebao osvojiti djevojku. U strahu od zatočeništva djevojka skonča i njezino tijelo preda se sirenama. Prema legendi o kugi, Dvigrad nastaje kada je žitelje kaznio Bog pri čemu je samo mali pastir čuvajući ovce ostao spašen. Prema legendi, jedne večeri u obliku ženske osobe dječaku dolazi kuga te ga moli da je ponese na stijenu sv. Anđele koja se nalazi nedaleko od samoga Dvigrada. Nakon negodovanja dječak učini što je od njega traženo. Pri dolasku na stijenu kuga upozori dječaka da s obitelji napusti grad jer sve stanovnike Dvigrada čeka smrt. Dječak odlazi u Kanfanar gdje postaju prvi stanovnici grada, a Dvigrad pod najezdom kuge ostaje opustošen.¹²

Među poznatijima nalazi se i legenda o zakopanom blagu koja počinje udruživanjem trojice prijatelja koji odlučno kreću u potragu za blagom. Kopajući, naišli su na rupu u kojoj je bio kotao pun zlatnika. Međutim, na njemu je sjedio i mali vrag koji od prijatelja traži njihove duše u zamjenu za zlato. U silnoj želji da se domognu blaga pohlepna družina tijekom silovitih pokušaja da maknu vražićka upadaju u zamku. U tom trenutku dolazi veliki vrag koji svakog od trojice prijatelja silovito odgurne na jednu od tri krajnje točke Istre. Druga legenda o zakopanom blagu govori o istraživaču i vitezu Henryju Johnu Morganu, jednom od slavni pljačkaša novoga vijeka. On se, bježeći od razjarenih Španjolaca, sakrio u Limski zaljev te sa svojom posadom nastavio bježati prema Dvigradu, mjestu gdje je zakopao svoje blago. Poslije je otplovio prema Jamajci, no svoje je blago ostavio zakopano. Postoje i druge varijacije

¹² Dvegrajci. *Priče i legende*. Preuzeto s: <https://www.dvegrajci.hr> (6. 3. 2019.)

ove legende. Jedna pak govori, da se Morgan nastanio nedaleko od Dvigrada te osnovao selo koje je nosilo naziv po njegovu prezimenu (Bertoša, 2014).

Carcassonne također obiluje legendama. Prva govori o imenu grada, a nastala je prema događaju iz 8. stoljeća, tijekom ratova između kršćana i muslimana na jugozapadu Europe. U to je vrijeme Carcassonne bio pod vladavinom Saracena, a vojska Karla Velikog bila je na vratima kako bi ponovno osvojila grad koji je pripadao Francima. Saracenska princeza zvana Carcas vladala je vitezima nakon smrti svojega muža. Opsada je trajala pet godina, a početkom šeste godine u gradu je počelo nestajati hrane i vode. Dama Carcas izvršila je popis svih preostalih zaliha. Kada su joj seljani donijeli svinju i vreću pšenice, dobila je ideju da žitom nahrani svinju i da je baci s najviše kule gradskih zidina. Vojska je napustila opsadu, vjerujući da grad ima dovoljno hrane do te točke da se mogu razbacivati svinjama hranjenim pšenicom. Presretna uspjehom svoje domišljatosti, dama Carcas naredila je da zvone sva zvona u gradu. Jedan od ljudi Karla Velikog tada je uzviknuo: „Carcas sonne!“ (*franc.* „Carcas zvonit!“) Otuda dolazi i ime grada.¹³

Druga legenda vezana je uz Veliki bunar. Od dvadeset i dva bunara koji su se nalazili u gradu, Veliki bunar je najstariji, a smatra se da je sagrađen u 14. stoljeću. Legenda kaže da su Vizigoti, uplašeni dolaskom Atille, u njemu sakrili blago Salomonovog hrama. Bunar je pretražen mnogo puta, no blago još uvijek nije pronađeno. Postoje legende poput Čuda vatre koja je vezana uz svetog Dominika, kao i legende vezane za život svete Nazaire i Celsea.

4. Usporedba trenutne turističke ponude

Grad Carcassonne obnovio je Eugène Viollet-le-Duc početkom 20. stoljeća, vrativši mu linije iz 13. stoljeća. S poviješću dužom od dvije tisuće godina, drevna tvrđava imala je novu sudbinu u prvoj polovici 20. stoljeća prikazujući imidž i dekor idealnog i legendarnog srednjeg vijeka. Od 1908. godine gradski zidovi i kule poslužili su kao inspiracija stvarateljima filmova u potrazi za dekorom koji je dočarao davno izgubljeni srednji vijek. U Carcassonneu je do sada snimljeno 25 filmova, od kojih su najpoznatiji Robin Hood: Kralj lopova iz 1991. godine i Labirint iz 2012. godine.¹⁴

Uz bogatu povijest kao što je ima Carcassonne ne čudi što grad obiluje muzejima. U tornju poznatom kao Toranj inkvizicije nalazi se Muzej torture. U gradu se nalazi i Muzej likovnih umjetnosti koji je ispunjen slikama i keramikom. Muzej uglavnom izlaže lokalnu umjetnost u svojoj stalnoj zbirci, no svake se godine u njemu organiziraju i privremene izložbe.¹⁵ Musée de l'École jedan je od upečatljivijih muzeja u gradu, a posvećen je školi. U njemu se prikazuje školovanje u Francuskoj kroz različita razdoblja povijesti. Uz to, Maison des Memories - Centar Joë Bousquet posvećen je životu i djelu nadrealističkog pjesnika Joë Bousqueta. Tijekom godine ovdje se održavaju dvije izložbe. U gradu se nalazi i povijesni

¹³ Carcassonne. *La légende de Dame Carcas*. Preuzeto s: <https://www.tourisme-carcassonne.fr/decouvrir/histoire-de-carcassonne/la-legende-de-dame-carcas> (9. 3. 2019.)

¹⁴ IMDb. *Filming Location Matching "Carcassonne, Aude, France"*. Preuzeto s: <https://www.imdb.com/search/title/?locations=Carcassonne,%20Aude,%20France> (8. 3. 2019.)

¹⁵ Carcassonne – Weltkulturerbe. *Geschichte von Carcassonne; Museen*. Preuzeto s: <http://www.tourismus-carcassonne.de> (9. 3. 2019.)

muzej Mémoires du Moyen Âge, gdje se korištenjem modela i sitnih reprodukcija grada posjetiteljima pokazuje povijest Carcassonnea.¹⁶

Carcassonne godišnje posjeti oko tri milijuna domaćih i stranih turista te svojim atrakcijama i raznim manifestacijama održava tendenciju cjelogodišnje turističke destinacije. Najposjećenije manifestacije su Festival de Carcassonne, Carcassonne Ablaze, Feria de Carcassonne, te Magija Božića.¹⁷ Na Festival de Carcassonne zastupljene su sve umjetnosti. Festival je danas jedan od najvećih festivala u Francuskoj sa sve ambicioznijim programom događanja svake godine, koji se kontinuirano razvija zahvaljujući opsegu i kvaliteti aktivnosti koje nudi, uvođenju novih scenskih prostora te sve većem broju posjetitelja. Carcassonne Ablaze je događaj koji se održava svake godine 14. srpnja, kada se više od 700 tisuća posjetitelja okuplja na obalama rijeke Aude kako bi uživali u vatrometu. Vatromet traje više od 25 minuta, a počinje u 22 sata i 30 minuta. Ova manifestacija posvećena je događaju koji se desio na isti dan 1898. godine, kada su Cadeti de Gascogne ušli u Carcassonne.¹⁸ Delegaciju su činili književnici, umjetnici i političari. Tom prigodom organizirana je velika proslava u čast prestižnih posjetitelja. Na kraju je priređen vatromet uz korištenje bengalska svjetla kako bi simulirali vatru i pretvorili grad u svjetlucavi kamen. Ova manifestacija postala je tradicija grada te se svake godine održava na isti dan i započinje u isto vrijeme.

Još jedna u nizu manifestacija je Feria de Carcassonne koja se održava krajem kolovoza te početkom rujna, a karakteriziraju je razni plesovi poput flamenca, salse, tanga, te limena i okcitanska glazba kao i razni izvođači i pjevači. Posljednja u nizu najposjećenijih manifestacija je Magija Božića u prosincu i siječnju. Ova manifestacija obiluje raznolikom ponudom koncerata, ulične zabave, klizališta, božićnog sajma te raznih drugih aktivnosti. Uz ove četiri najposjećenije manifestacije, u gradu se organiziraju i razne druge manifestacije koje su navedene u kalendaru događanja na stranicama lokalne turističke zajednice grada Carcassonnea.

Carcassonne ima vrlo dobro razvijen digitalni marketing što pridonosi velikoj posjećenosti ove turističke destinacije. Lokalna turistička zajednica grada Carcassonnea ima moderne temelje te nudi sve informacije koje su potrebne jednom turistu ako se odluči posjetiti ovaj grad. Također, postoje razne brošure s dodatnim informacijama o restoranima, smještaju, kafićima, prijevozu, gastronomiji i dr. Kao još jedan dobar primjer marketinga, važno je spomenuti da postoji i mobilna aplikacija osmišljena kao vodič po gradu *Suivez le guide – Carcassonne tour*.¹⁹ Uz dobro razvijen digitalni marketing za Carcassonne se veže i obiteljska društvena igra pod istim nazivom, ali i inačica te društvene igre prilagođena za djecu od četiri godine starosti pod nazivom *My first Carcassonne*.

Dvigrad unatoč bogatom kulturnom nasljeđu, povoljnom geografskom položaju i velikom turističkom potencijalu, svoju posjećenosti bazira na jednodnevnim izletima turističkih agencija i turoperatora. Svakako valja istaknuti kako dvigradsku turističku ponudu upotpunjuje manifestacija „Morganovo blago“

¹⁶ Carcassonne – Weltkulturerbe. *Geschichte von Carcassonne; Museen*. Preuzeto s: <http://www.tourismus-carcassonne.de> (9. 3. 2019.)

¹⁷ Carcassonne – Site officiel de l'office de tourisme. *Highlights of the year – A city of great events*. Preuzeto s: <https://www.tourism-carcassonne.co.uk/> (2. 3. 2019.)

¹⁸ UNESCO – World Heritage Centre. *History and description*. Preuzeto s: <http://whc.unesco.org/en/documents/153734> (2. 3. 2019.)

¹⁹ Moby Tour. *Carcassonne Tour*. Preuzeto s: <http://www.mobitour.fr/destinations/carcassonne-tour> (2. 3. 2019.)

koja je nastala u sklopu istarskog projekta „Istra inspirit“. U sklopu manifestacije, posjetiteljima se prikazuje program predstava s istoimenim nazivom. Osim gledanja i slušanja mjuzikla, posjetitelji mogu razgledavati tvrđavu, organizirane su i razne tematske večeri, prezentacije starih zanata, degustacije brojnih autohtonih proizvoda te prikazi tradicije u izvedbi kulturno-umjetničkog društva Dvigrada. Ovaj primjer dobre prakse prikazuje kako Dvigrad uistinu može ponuditi iznimne i autentične turističke doživljaje. Primjer ovakvog tipa manifestacije obogaćuje kulturno-turističku ponudu prikazima povijesnih događaja na autentičnim lokacijama, a to je jedna od brojnih jedinstvenih iskustava koje Dvigrad može pružiti svojim posjetiteljima.²⁰

Jedan od ključnih nedostataka Dvigrada jest neiskorištavanje potencijala digitalnog marketinga. Do informacije o Dvigradu danas se može doći jedino preko internetske stranice Općine Kanfanar, zastarjele i krute, neprimjerene današnjim uvjetima. Turisti su u potrazi za dinamikom i doživljajima. Žele mobilno praktičnu i dostupnu turističku ponudu, brzu informaciju i potpunu informaciju. Znatiželjnici su. Zbog toga je potrebno što skorije digitalizirati nematerijalnu kulturu Dvigrada.

5. Interdisciplinarna valorizacija postojećih resursa Dvigrada

Bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem te pogodnim geografskim položajem Dvigrad posjeduje razne mogućnosti za valorizaciju svojih trenutnih resursa s ciljem privlačenja tržišta posebnih interesa. Kako bi se podigla atraktivnost, a time i održivost turističke destinacije, edukativnim programima koji nude puno zabave i posebnih doživljaja valja vratiti život u ruševne kaštele. Ovdje je potrebno dati naglasak na nematerijalnu kulturu i legende.

Jedna od mogućnosti je društvena igra. Igra bi bila vezana uz legendu o pronađenom blagu koje je zakopao kapetan Henry Morgan. Kako se smatra da je blago još uvijek zakopano u Dvigradu, ova bi igra bila osmišljena kao interaktivna potraga za tim blagom. Na određenom području unutar Dvigrada nalazio bi se poligon gdje bi timovi od dva igrača kroz rješavanje zadataka i prepreka mogli pronaći davno zakopano blago. Svaki tim bi imao kartu tog područja te bi se rješavanjem jednog zadatka prelazilo na sljedeći. Grupa, najbrža u pronalaženju blaga, osvojila bi nagradu, tj. blago. Igra bi bila namijenjena svim generacijama, a trajanje igre ovisilo bi o brzini i spretnosti igrača, no predviđeno je i maksimalno trajanje sat vremena. U jednome krugu potrage može sudjelovati do pet timova po dva igrača. Nagrada bi uključivala inovativni suvenir i personaliziranu razglednicu Dvigrada. Igra bi se bazirala na tehnologiji i koristila bi se suvremena tehnološka rješenja. Štoviše, uz ovaj tip proizvoda veže se i *storytelling*. Svakom novom razinom, igrač je upoznat s novom pričom, legendom ili vjerovanjem koje je povezano s povijesti kaštela. Uz rješavanje zadataka i pronalaženja rješenja prepreka, igračima je pružena mogućnost stjecanja novih znanja o lokalitetu čime bi se zadovoljila i edukativna strana proizvoda. Također, uređenjem edukacijskih staza posjetitelji bi šetnjom kaštelom mogli samostalno informirati o materijalnoj i nematerijalnoj baštini. Sastavni dio edukacijskih staza predstavljale bi informativne ploče uz mogućnost korištenja naočala za virtualnu stvarnost.

²⁰ Istrapedia. *Dvigrad*. Preuzeto s: <https://www.istrapedia.hr> (8. 3. 2019.)

6. Zaključak

Dvigrad je danas jedan od najvrednijih ruševnih kompleksa u Hrvatskoj, no njegov značaj prelazi okvire za razvoj kulturnog turizma, vrlo je važan i zbog istraživanja istarskog graditeljstva. Bogato kulturno-povijesno nasljeđe te dobar geostrateški položaj, omogućavaju Dvigradu sve preduvjete kako bi postao poželjna turistička destinacija većem broju posjetitelja, što domaćih, a što stranih. Dvigrad ima velike potencijale za razvoj i unapređenje turističke ponude, no za to je potrebna suradnja između različitih dionika kako bi svojim inovativnim idejama vratili život ovom srednjovjekovnom gradu. Uz već postojeću ponudu, kao što je manifestacija *Morganovo blago*, trebalo bi ukomponirati i druge legende Dvigrada u novi vid sadržaja, npr. *storytelling* vezan za legende koje još nisu u velikoj mjeri popularizirane poput legende o zakopanom blagu kapetana Henryja Morgana. Uz bogatu nematerijalnu kulturnu baštinu u vidu usmene predaje postoji mogućnost da se osmisli novi turistički doživljaj kroz interaktivnu igru te kroz korištenje novih tehnologija poput naočala za virtualnu stvarnost i postavljanja informativnih ploča na edukativnim stazama.

Po uzoru na promatrani konkurentski grad Carcassonne, Dvigrad bi trebao posvetiti pažnju digitalnom marketingu zbog činjenice da u današnje vrijeme većina turista svoja putovanja, ali i izlete bira putem interneta. Poboljšanje kvalitete sadržaja na mrežnim stranicama Dvigrada te uvođenje dinamičnih modela promocije pridonijelo bi većoj posjećenosti ovoga grada. Revitalizacijom i valorizacijom staroga grada moguće je pridonijeti brojnim pozitivnim učincima koji nisu nužno vezani samo za razvoj kulturnog turizma na ovome području. Okolno stanovništvo, kod kojeg se razvija osjećaj ponosa, uključuje se u promociju te se potiče i sam razvoj okolnih mjesta i kvaliteta življenja. Podizanjem svijesti o vrijednosti kulturno-povijesnog nasljeđa moguće je potaknuti njegovo očuvanje i zaštitu.

Literatura

1. Bratulić, V., ur. (1958). *Jadranski zbornik: Prilozi za povijest Istre, Rijeke i Hrvatskog primorja*. Rijeka – Pula: Povijesno društvo Hrvatske.
2. Petković, R. (2012). *Put u Dvigrad*. Pazin: Gradska knjižnica Pazin.
3. Baldini, M. (1998). Dvigrad i odabrani spomenici okolice u kasnoj antici i srednjem vijeku. U: Bratulić, J. (ur.), *Kanfanar i Kanfanarština: zbornik radova sa znanstvenog skupa povodom 900. obljetnice prvog pisanog spomena Kanfanara* (str. 47-48). Kanfanar: Udruga za očuvanje i promociju nasljeđa, Dvegrajci-Kanfanar.
4. Bertoša, S. (2014). Istarske priče i legende: primjer Dvigrada. *Dvegrajski zbornik: zbornik radova sa znanstvenog skupa Crtica iz povijesti Kanfanarštine 2012. i 2013.*, 2, str. 115-128.
5. Ivančević, R. (1969). Dvigrad: Uspavani blizanac nad presahlom rijekom. *Hrvatski zemljopis*, 4 (25), str. 26-27.
6. Meden, A. (2011). Crkve u Dvigradskoj općini kroz povijest. *Dvegrajski zbornik: zbornik radova*, 1, str. 63-72.
7. Regan, K. i Nadilo, B. (2010). Stare crkve istočno i sjeverno od Linskog kanala. *Građevinar*, 62 (8), str. 743-754.

Internetski izvori

1. Carcassonne. *La légende de Dame Carcas*. Preuzeto s: <https://www.tourisme-carcassonne.fr/decouvrir/histoire-de-carcassonne/la-legende-de-dame-carcas> (9. 3. 2019.)
2. Carcassonne – Weltkulturerbe. *Geschichte von Carcassonne; Museen*. Preuzeto s: <http://www.tourismus-carcassonne.de> (9. 3. 2019.)

3. Carcassonne – Site officiel de l'office de tourisme. *Highlights of the year – A city of great events*. Preuzeto s: <https://www.tourism-carcassonne.co.uk/> (2. 3. 2019.)
4. Dvegrajci. *Priče i legende*. Preuzeto s: <https://www.dvegrajci.hr> (6. 3. 2019.)
5. IMDB. *Filming Location Matching "Carcassonne, Aude, France"*. Preuzeto s: <https://www.imdb.com/search/title/?locations=Carcassonne,%20Aude,%20France> (8. 3. 2019.)
6. Istrapedia. *Dvigrad*. Preuzeto s: <https://www.istrapedia.hr> (8. 3. 2019.)
7. La Cité de Carcassonne. *History*. Preuzeto s: <http://www.carcassonne.culture.fr/> (9. 3. 2019.)
8. Općina Kanfanar. *Povijest Kanfanara*. Preuzeto s: <http://www.kanfanar.hr> (8. 3. 2019.)
9. UNESCO – World Heritage Centre. *History and description*. Preuzeto s: <http://whc.unesco.org/en/documents/153734> (2. 3. 2019.)
10. UNESCO – World Heritage Centre. *Historic Fortified City of Carcassonne*. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org> (8. 3. 2019.)

Abstract

Valorisation of Dvigrad's cultural heritage with the aim of better touristic promotion

Dvigrad, one of the more valuable medieval archaeological sites, is located in the inner part of the Istrian peninsula, in the municipality of Kanfanar. Due to the inability to recognise the potential of the site, the cultural and historical heritage of Dvigrad remains untapped, which encourages the affirmation of the diverse content that would enable the town to become a rich tourist destination with the purpose of better promotion and distribution to the tourist market. Having in mind the need to identify the key values of Dvigrad, as a basis of an interdisciplinary valorisation and interpretation of its cultural heritage, benchmarking method will be used in order to analyse the development potential of the area, based on the examples of good practice. For analysis purposes, the historic town of Carcassonne, with its homonymous fortress, is shown as an example of good practice. The town is located in the southern part of France where it is attracting tourists during the whole year with its attractions and diverse manifestations. By comparing the development strategy, the placement on the tourist markets, as well as other key segments crucial for the development of the destination, this paper will identify the advantages and disadvantages as well as possible potential of future development and growth of Dvigrad, by comparing it with its successful counterpart. By using the comparative analysis, the aim of this paper is to determine possible opportunities on which the town of Dvigrad could base its future development.

Key words: Dvigrad, cultural heritage, benchmarking, heritage valorisation, interdisciplinary valorisation

Stručni rad
Primljeno: 15. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 27. studenog 2019.
UDK: 338.483.13:395(497.584 Lastovo)

Meri Glumac¹

Lastovski poklad²

Sažetak

Otok Lastovo suočava se s velikim brojem poteškoća uzrokovanih izolacijom, ograničenim resursima, malom lokalnom zajednicom, lošom prometnom povezanosti te velikom ovisnošću o vanjskim resursima. Lastovo, kao i drugi otoci, svoju gospodarsku aktivnost temelji na turizmu te bi se samim time velika pažnja trebala posvetiti održivom razvoju. Planiranje održivog turizma uvelike je zasnovano kako na prirodnom nasljeđu tako i na baštini. Lastovski poklad jedinstven je običaj koji izvire iz tradicije, ali i iz povijesnog događaja. Ova priča smještena je u vrijeme kada je katalonska flota opsjedala mletački grad Korčulu te su poslali maura, glasnika, Lastovcima s porukom da se predaju. Poklad se referira na događaje koji su uslijedili, a čiji je konačni rezultat bio pozitivan. Isti ritual ponavlja se već 536 godina na pokladni utorak, dan prije Čiste srijede kada počinje korizma. Cilj je ovoga rada ukazati na negativne trendove depopulacije starih običaja i tradicija te kroz primjer Lastovskog poklada ponuditi adekvatnu opciju revitalizacije baštine uz pomoć lokalne zajednice kako bi se ostvario puni potencijal turističke valorizacije resursa. Kako bi bili vjerodostojni, potrebno je iznaći pravi način prezentacije ovoga živoga otočnoga običaja, a da ga se pritom ne pretvori u svojevrsnu predstavu za turiste. Kroz organizaciju sajмова lokalnih proizvoda, uz isplaniran zabavno-rekreativni program aktivnosti i edukativnih radionica na temu poklada, odgovorilo bi se na ovaj izazov bez da se izgubi na integritetu. Uključivanjem lokalne zajednice u provedbu ove aktivnosti ujedno bi se razvijalo i jedinstveno bogatstvo otoka i osigurala vidljiva korist u vidu unapređenja turističke ponude otoka.

Ključne riječi: sajam, lokalna zajednica, baština, Lastovski poklad

1. Uvod

Lastovo, pučinski otok, kroz stoljeća je opstao i uspio sačuvati izvornu kulturu i običaje svakodnevnog života. Svakog putnika iznenađuje bogatstvo otoka toliko izoliranog od kopna, kojeg je udaljenost i loša državna politika neulaganja u kvalitetna nova plovila, konzervirala u vremenu i ostavila na istoj razini na kojoj je bio prije 40-ak godina. Ipak, uvijek ide ukorak s vremenom zahvaljujući vlastitim naporima i ljubavi mještana da se sačuva bogato nasljeđe prikupljeno gotovo svakodnevnom borbom kroz povijest. Naseljavanje neotočnog stanovništva i različiti sustavi ostavili su trag na demografskoj osnovi. U Republici Hrvatskoj Lastovo je doživjelo stagnaciju, ali i izvjesno mijenjanje situacije, na otoku je nakon

¹ Meri Glumac, studentica, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira; meri.glumac4@gmail.com

² Mentorica studentice za ovaj rad je Petra Mandac, mag. edu. hist. art., Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira; petra.mandac@aspira.hr

dugih stoljeća opet 95 % autohtonog stanovništva. Prema popisu stanovništva iz 2011. na Lastovu živi 792 stanovnika. Po narodnosti 750 stanovnika su Hrvati (94,7 %), 11 Srbi (1,39 %), 11 Bošnjaci (1,39 %), 4 su neizjašnjena (0,23 %). Prema popisu, 762 stanovnika (96,21 %) izjasnila su se da im je materinski jezik hrvatski. Prema vjeroispovijesti 709 stanovnika su katolici (89,52 %), 24 ateisti (3,03 %), 11 muslimani (1,39 %), 9 pravoslavci (1,14 %).³

U vrijeme Jugoslavije otok je bio vojna zona. Lokalno stanovništvo zapošljavalo se u službe, prema podobnosti. Centar života vojnih službenika bio je u luci Uble. Zbog većeg protoka stanovništva otvaraju se razne uslužne djelatnosti, koje danas zbog nerentabilnosti ne postoje. Uz pomoć vojske gradila se i održavala infrastruktura. Cijene prehrambenih proizvoda u trgovinama za vojno stanovništvo bile su obračunavane prema povoljnijim tarifama. Devedesetih godina 20. stoljeća bivše vojne zone koje su desetljećima bile zabranjene za javnost preuzima Republika Hrvatska bez mogućnosti raspolaganja lokalne samouprave i prenamjene u turističke svrhe, možda čak ulaganjem lokalnog stanovništva. Nimalo zahvalan potez koji je otok opet ostavio na milost i nemilost vlastitih snaga. Atraktivne uvale i područja bivših vojnih zona devastirane su i zapuštene, a neosjetljivost na depopularizaciju očitovala se odlaskom mladih s otoka.

Veliki i kvalitetni investitori zaobilaze otok zbog nepostojanja tendencije da se stvore povoljni uvjeti za obnovu i revitalizaciju postojećih kapaciteta te ulaganja u obnovu. Posljedica pozitivnih promjena u tom smjeru bilo bi stavljanje zapuštenih objekata u funkciju, zaposlenja mladih ljudi i nezaposlenog stanovništva te naseljavanje i dolazak dodatne radne snage. Istraživanjem i praćenjem svih raspoloživih resursa koji bi omogućili produženje i obogaćivanje turističke sezone, koja je jedina pokretač budućnosti, najoptimalnije rješenje može se pronaći u lastovskom pokladu kao pokretaču novih aktivnosti.

Otok Lastovo prirodno je smješten na putu mnogih pomorskih ruta kroz više tisućljeća. Dužine je 11 km i širine oko 6,5 kilometara, a pripada skupini južnodalmatinskih otoka. To je naš najistureniji i najjužniji naseljeni otok. Površina mu je 46,9 km² u što ulazi i 46 otočića i hridi koji čine lastovski arhipelag. Nalazi se južno od otoka Korčule od koje ga dijeli Lastovski kanal širine od 13 do 20 kilometara. Od Splita je udaljen 61 morsku milju, a od talijanske obale Monte Gargana odijeljen je otvorenim morem na udaljenosti od 59 morskih milja. Cijeli lastovski arhipelag s matičnim otokom, građen je od jurskih i krednih naslaga koje tvore dolomizirani vapnenci i čisti vapnenac. Fascinantna je činjenica poznavanja izvjesnih geografskih pojmova koji se mogu iščitati iz mnogih kulturoloških dobara bogate baštine, rasprostranjenih po cijelome otoku. Naziv otoka Lastovo (Lastobon, Ladesta, Augusta Insula) potječe još od Ilira, Grka i Rimljana. Svaka od ovih izvedenica ima slično značenje – otok za odmor, mir i tišinu.⁴

Zbog svog geografskog položaja još u doba neolitika Lastovo je imalo značajnu ulogu. Na otoku možemo pronaći mnogo tragova kontinuiteta življenja. Na svakom koraku je jedna povijesna priča koja nikog ne ostavlja ravnodušnim. U zapisima o grčkim pomorcima koji su prevozili robu u zemlju Ilira naći ćemo spomen Lastova, a u vrijeme Rima doživljava svoj procvat i postaje *Augusta Insula*, otok definiran za odmor. U svom djelu „De administrando imperio“ Konstantin Porfirogenet opisuje ljepotu ladanjskih

³ Wikipedija. *Lastovo (općina): Stanovništvo*. Preuzeto s: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Lastovo_\(op%C4%87ina\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Lastovo_(op%C4%87ina)) (21. 1. 2019.)

⁴ Općina Lastovo. *Prirodno-geografska obilježja*. Preuzeto s: <https://lastovo.hr/opcina-lastovo/prirodno-geografska-podrucja> (21. 1. 2019.)

kuća okruženih predivnim okućnicama. Samo mjesto utemeljeno je oko 998. godine, a svaka kuća gleda prema plodnom polju Lokavje i prema sunčanoj strani otoka (Jović, 2005).

Utemeljenjem mjesta i izglasavanja Statuta 9. siječnja 1310. godine, ukazala se potreba za jedinstvenim zaštitnicima otoka, a na osnovu činjenice da su sveti Kuzma i Damjan bili liječnici koji su liječili travama, proglašeni su zaštitnicima mjesta (Belamarić, 1985). Legenda o Zeusu, prikazana i u Lastovskom statutu, govori o Zeusu kao bogu koji je bio poznat po svojoj sklonosti ženama i čarobnim smicalicama i njegovoj potrazi za otokom užitka. Zeus je često mijenjao oblik i pretvarao se u razne životinje kako bi osvojio trenutni objekt želje. Njegova supruga Hera bila je iznimno ljubomorna te ga je pratila u stopu i kažnjavala svaku ženu koja bi se s njim povezala. U želji za slobodom i privatnošću Zeus je stvorio otok za uživanje. Stvorio je Lastovo.

Poznata je legenda i o kraljici Teuti koja je sa suprugom pronašla svoj mir na malom otoku Makarac u uvali Vejo lago. Ondje su pronađene fibule iz toga razdoblja, što potkrepljuje ovu priču (Fisković, 1966). Još jedna legenda kaže da je narod Ilira nastao od zmija koje su u vrijeme prije kršćanstva predstavljale dobro i magičnost prirode. Svoje idole prenijeli su na Lastovo i u znak zahvalnosti zmije su se stopile s otokom zbog čega ni danas na otoku nema otrovnica.

Zanimljiva je i legenda o caru Augustu Oktavijanu, koji je u dječjoj dobi ostao siročić, a Julije Cezar ga je odgajao kao svojega sina. Svaki put kada bi išao u pohode na istok, Cezar ga je ostavljao na Lastovu zbog sigurnosti. Oktavijan je zavolio Lastovo te obećao sebi da će, kad postane car, na njemu sagraditi zdanje za odmor. Na području današnje luke Uble gradi *villu rusticu*, skrivenu u uvali, zaklonjenu otočićima, okruženu uzvisinama. Ovo su samo neke od lastovskih legenda, ali predmet ovoga rada ona je s kraja 15. stoljeća kada katalonski gusari pokoravaju Korčulu i šalju Maura, glasnika, s porukom Lastovcima da se predaju.

2. Rasprava

Počeci poklada sežu dublje u prošlost od same legende koja se priča već 536 godina. Sežu na sam početak civilizacije kada je čovjek počeo stvarati svojim rukama. Strah od nepoznatog i briga za opstanak okrenuo je čovjekov pogled prema nebu. Tako su nastali rituali na prijelazu kratkih dana u dulje i iz zime u proljeće (Belamarić, 1985). Da bi otjerali zle sile na kraju godine, počeli su simbolički izrađivati lutke od prirodnih materijala, pretežno od slame, te provoditi razne rituale od suđenja do žrtvovanja. Žrtvovanja su bila potapanjem u vodi ili spaljivanjem, ovisno o ekspresiji lokalnog stanovništva.

Vrijeme pokladnih običaja u novije je doba nakon božićnih blagdana a prije korizme. Posebne pjesme i tekstovi pisani za te dane često su opisivali razne dogodovštine i posprdnice na račun mještana. Na Sveta tri kralja s domaćinom se ugovara sala za ples, pronalazi se sonatur, svirač lire, te se određuje tko će biti kapo sale koji je zadužen za organizaciju i opremljenost kao i za red u vrijeme plesova. Plesne večeri počinju u vrijeme svetog Antuna, 17. siječnja. Na kandaloru, 2. veljače, izlazi svirač lire i kreće

grupa lastovskih vojnika – pokladara. To bi značilo najavu jedinstvenog elementa ovoga običaja – cujanje poklada (prikazivanjem lutke povlačeći je konopom) na pokladni utorak.⁵

Slika 1. Lastovski poklad *cujanje*



Vrijeme poklada u prošlosti je također bilo i vrijeme teških poljskih radova, vrijeme trapljenja što podrazumijeva duboko kopanje polja na kojima bi se sadila loza. Domaćini su jedni drugima naizmjenice kopali vinograde za mlade nasade. Ove radove pratila je lira svirajući pokladarske pjesme. Dani u zadnjem tjednu prije pokladnog utorka zovu se pretili četvrtak, subota, nedjelja, ponedjeljak i utorak. Nedjeljom su bile maškare za djecu koje prate ritualni protokol identičan onome koji se odvija na pokladni utorak. U ponedjeljak je ritual izrade poklada (lutke) i kupljenja jaja, a to je ujedno najstariji dio ove tradicije. Na pokladni utorak zvono zvonu u jedanaest sati umjesto u podne, nakon čega kreću po magarca i liru. Povorka pokladara skuplja se u sali za ples, a povorka lijepih maškara u drugoj Sali te se ne smiju sresti sve do večeri. Traži se privola načelnika i svećenika te počinje posjeta kućama sa sularima (terasama). Domaćinima se čestita Dan neovisnosti. Na Gornju luku spušta se lutka – poklad te se tri puta puca ručno izrađenim bombama. Lutka se ne smije okrenuti naopako i bombe moraju sve dobro pucati, u protivnom će godina i urod biti loši. Povorke nastavljaju kroz mjesto i uvečer oko 18 sati dolaze ispred crkve svetih Kuzme i Damjana gdje se spajaju, a lutku nabadaju na kolac te spaljuju. Ples traje skoro do ponoći kad nastupa korizma. Lastovski poklad je 17. siječnja 2008. godine proglašen nematerijalnim kulturnim dobrom Republike Hrvatske.⁶

3. Projekt Lastovski poklad

Zadnjih godina porasla je potražnja za Lastovom kao oazom mira i netaknute prirode. Prije nekoliko godina krenulo se u čišćenje i trasiranje prapovijesnih, ilirskih, rimskih i francuskih putova u sklopu projekta brendiranja Lastova kao otoka bez automobila. Marketinške kampanje zadnjih pet godina intenzivno se time bave potičući posjetitelje da dolaze bez osobnih vozila. Prateći trendove i mogućnost

⁵ Podrum Šarić. *O lastovskom statutu iz 1310. godine*. Preuzeto s: <https://provin-int.hr/category/lastovo/> (21. 1. 2019.)

⁶ Park prirode Lastovsko otočje. *Nematerijalna baština – Lastovski poklad*. Preuzeto s: <https://pp-lastovo.hr/nematerijalna-bastina/> (21. 1. 2019.)

iskoristivosti kulturnih i povijesnih resursa otoka, u suradnji s lokalnom zajednicom, nastala je ideja da se ritualni protokol poklada i sve popratne aktivnosti organiziraju i u vrijeme predsezona i posezone. Aktivnost bi se planirala i odvijala u više termina tijekom cijele godine. Budući da je većina aktivnosti na otvorenom, fiksni datumi nisu postavljeni već će biti određeni u skladu s vremenskim prilikama.

Slika 2. Pokladari



3.1. Koncept projekta

Projekt uključuje kostimiranog vodiča, kao glavnog nositelja aktivnosti, koji bi, šetajući mjestom, pričao priču o baštini i legendi poklada. Posjetitelji bi također imali izbor kostima te bi se mogli prerusiti u predstavnika tradicionalne povorke lijepih maškara. Kad bi se stiglo do polja, prezentiralo bi se trpljenje i kopanje te bi se posjetitelje provelo šetnjom do Gornje luke gdje se cuja (spušta lutka na konopu). Na tom mjestu bi se organizirao sajam lastovskih proizvoda gdje bi svi lokalni proizvođači prezentirali i prodavali svoje proizvode.

Za zabavni dio programa zadužene bi bile otočke klape čija bi pjesma bila popraćena tradicionalnim lastovskim plesovima koje bi izvodila lokalna folklorna društva. Na ovaj način bi se u projekt uključila čitava lokalna zajednica što bi uvelike utjecalo na kvalitetu provedbe. Za djecu i najmlađe bile bi organizirane igre naših starih poput igre na frnje (špekule, pikule) ili gađanje mete lukom i strijelom te malim pračkama u mete, kao i mala škola oslikavanja lica. Planirane su i radionice pripreme tradicionalnih lastovskih jela te radionice starih načina konzerviranja i čuvanja hrane za zimu. Posjetitelji bi kroz ovu višesatnu aktivnost iskusili djelić života lokalnog stanovništva.

Sve više posjetitelja traži upravo ovakav doživljaj manjih lokalnih zajednica i upoznavanje s njihovim običajima i tradicijom i kulturom kroz aktivno sudjelovanje. Predviđeno je trajanje ture (ne uključujući radionice) dva sata, a zabavni dio programa, kao i sajam, trajao bi cijeli dan. Sam koncept postavljen je široko te pruža slobodu pri formiranju različitih tematskih radionica i zabavnog sadržaja. Dugotrajnim

praćenjem i kontaktom s posjetiteljima ponuda bi se isbrusila te bi ovaj projekt poslužio kao odličan temelj za naknadno razvijanje dodatnih sadržaja, događanja i manifestacija.

3.2. Troškovnik

Projekt Lastovski poklad u provedbu uključuje implementaciju lokalnog stanovništva koje bi jednim dijelom u određenim aktivnostima sudjelovalo i volonterski, npr. skupina za kopanje (dio ture koji se odvija na polju). Proizvođači lokalnih proizvoda koji bi na sajmu prezentirali svoje proizvode plaćali bi simboličnu kotizaciju, a folklorna društva i klape zadužene za zabavni dio programa financirala bi Općina. Samom ovom činjenicom uspješno su smanjeni potencijalni troškovi provedbe projekta.

Troškovi provedbe ovoga projekta srezani su na goli minimum, a uključuju isključivo promidžbeni materijal, vodiča, dječje animatore i kostime. Osim navedenih, tu su i administrativni troškovi izdavanja dozvole za javna okupljanja, uz materijale za zabavu djece te baklje za osvjetljavanje stepenica i putova kojima bi se posjetitelji kretali. Radionice bi organizirali pripadnici lokalne zajednice uz pomoć vlastitih resursa te bi se radionice kao takve naplaćivale zasebno. Profit bi išao organizatoru svake radionice koji bi bio dužan platiti kotizaciju za sudjelovanje na ovoj manifestaciji u visini od 10 % ukupne zarade radionice. Radionice i aktivnosti namijenjene djeci bile bi besplatne i za njih se ne bi naplaćivala kotizacija. Predviđena cijena ulaznice za sam događaj, a što ne uključuje radionice, jest 35 kuna. Kotizacija za lokalne proizvođače koji žele izlagati na sajmu je 100 kuna. Detaljnija razrada troškova vidljiva je u Tablici 1.

Tablica 1. Predviđeni troškovi na godišnjoj razini

OSNOVNI TROŠKOVI ZA PROVEDBU PROJEKTA	kuna
administrativni troškovi	800 kn
materijali za radionice za djecu (luk i strijele s metom, loptice – frnje)	1950 kn
baklje	1500 kn
kostimirani vodič	7000 kn
animator (maksimalno dva)	2000 kn
kompleti kostima	2000 kn
DODATNI TROŠKOVI	
troškovi promidžbe (oglašavanje, letci, održavanje društvenih mreža)	9000 kn
UKUPNI TROŠAK	25400 kn

**svi troškovi su okvirni*

Projekt (osnovni troškovi) financirao bi se iz vlastitih sredstava te iz partnerstva s Turističkom zajednicom općine Lastovo i JUPP Lastovsko otočje koji bi također svojim promotivnim materijalima sudjelovali u realizaciji projekta. Projekt bi se također mogao u potpunosti ili djelomično financirati iz EU fondova što bi uvelike olakšalo širenje ponude u sklopu projekta te bi dozvolilo dodatne troškove poput pojačanog oglašavanja ili dodatnih kreativnih sadržaja. Profitabilnost projekta neupitna je jer su osnovni

troškovi minimalni (vidljivo iz priloženog troškovnika), a potražnja za ovakvim doživljajima je u porastu. Uz simboličnu cijenu ulaznice i kotizaciju lokalnih proizvođača planirano je potpuno pokrivanje osnovnih troškova. Projekt bi također donio profit i lokalnim proizvođačima te iznajmljivačima poticanjem razvoja turizma van same sezone.

4. Zaključak

Kvalitetnom valorizacijom i interpretacijom tradicije i običaja, čiji su glavni nositelji lokalni stanovnici, postiže se balans koji je temelj održivog turizma otoka. Male zajednice još su uvijek zatvorene po pitanju otvaranja i izlaganja svojih običaja javnosti, a pogotovo pri kreiranju i prilagodbi vlastitih običaja i tradicija potrebama posjetitelja. Kulturni aspekt koji bi prožeo posjetitelja za vrijeme angažiranosti u sadržajima ovoga projekta, poput kuhanja prema tradicionalnim recepturama i kontaktu s proizvođačima, od iznimne je važnosti za daljnji razvoj turističke ponude otoka. Poruka koju projekt prenosi, jednostavna i jasna, tradicija je vrijednost koju treba sačuvati i adekvatno prezentirati kako bi u posjetitelju pobudila želju da posjeti Lastovo i doživi nešto autentično. Ovime se kulturna baština stavlja u funkciju turizma, uključuje lokalnu zajednicu te kreira doživljaj u svrhu održivosti. Svaki sudionik u kontaktu i razmjeni informacija s lokalnim stanovništvom kreira vlastitu percepciju. Stjecanje znanja i iskustva o drugim sredinama i kulturama stvaralačka je sastavnica i nit vodilja ove priče.

Literatura

1. Belamarić, J. (1985). *Vodič Lastova*. Split: Logos.
2. Fisković, C. (1966). *Lastovski spomenici*. Split: Konzervatorski zavod Dalmacije.
3. Jović, D. (2005). Lastovo: najjužniji naseljeni otok. *Meridijani*, 12 (95), str. 36-49.

Internetski izvori

1. Općina Lastovo. *Prirodno-geografska obilježja*. Preuzeto s: <https://lastovo.hr/opcina-lastovo/prirodno-geografska-podrucja> (21. 1. 2019.)
2. Park prirode Lastovsko otočje. *Nematerijana baština – Lastovski poklad*. Preuzeto s: <https://pp-lastovo.hr/nematerijalna-bastina/> (21. 1. 2019.)
3. Podrum Šarić. *O lastovskom statutu iz 1310. godine*. Preuzeto s: <https://provin-int.hr/category/lastovo/> (21. 1. 2019.)
4. Wikipedija. *Lastovo (općina): Stanovništvo*. Preuzeto s: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Lastovo_\(op%C4%87ina\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Lastovo_(op%C4%87ina)) (21. 1. 2019.)

Abstract

Lastovo poklad (Carnival)

The island of Lastovo faces a number of difficulties stemming from isolation, limited resources, small local community, poor traffic connections and great dependence on external resources. Lastovo, like other islands, bases its economic activity on tourism, and thus great attention should be put on sustainable development. The planning of sustainable tourism is largely based on both natural resources and heritage. Lastovo Poklad (Carnival) is a unique custom that is rooted in a real historical event. This story took place at a time when Catalan fleet besieged the Venetian town of Korcula and sent a Moor as a messenger to Lastovo, telling them that they should surrender.

Poklad refers to the events that followed, whose final result was positive. In honor of this event the same ritual has been performed for 536 years. The ritual is performed on Shrove Tuesday, the day before Clean Wednesday, when Lent begins. The aim of this paper is to point to the negative trends of depopulation and forgetting the old customs and traditions, through the example of Lastovo Poklad, and to offer adequate revitalization options, with the help of the local community, in order to achieve the full potential of its tourist resources. In order to be credible, it is necessary to find a proper way of presenting this living tradition of the island, without turning it into a show for tourists. Through the organization of fairs with local products, along with the planned entertainment activities and educational workshops on the theme of Poklad, we would respond to this challenge without losing any of its integrity. By involving the local community in the implementation of this activity, we would develop and present the unique richness of the island and it would also provide visible benefits in terms of improving the tourist offer of the island.

Keywords: fair, local community, heritage, Lastovo poklad (Carnival)

Stručni rad

Primljeno: 15. ožujka 2019.

Prihvaćeno: 27. studenog 2019.

UDK: 904:338.483.12(497.6 Široki Brijeg)

Mara Hrkać¹

Kamena kulturna baština Širokog Brijega kao potencijalni turistički proizvod²

Sažetak

U Hercegovini se od davnina živi s kamenom koji je star koliko i sama zemlja. Upravo u tom njegovom trajanju pronalazi se inspiracija i izvori za istraživanje i valoriziranje baštine. Ovaj rad temelji se na lokalitetu Širokog Brijega i njegovoj opsežnoj ostavštini kamenih zdanja, svojevrsnih živućih svjedoka nekih minulih vremena, kultura i običaja. S obzirom na dug kontinuitet života na ovome području koji seže u pretpovijesno doba, antiku i srednji vijek, u okolici današnjega grada nalazimo brojna kamena svjedočanstva. U današnje vrijeme, kad se sve manje živi s kamenom i od kamena, gase se stare tradicije i obrti te padaju u zaborav. Kulturna baština postaje ugrožena, a njen potencijal neiskorišten. U ovome radu dat će se prijedlog projekta koji se temelji na revitalizaciji i očuvanju zaboravljene baštine te iskorištavanju njenog punog potencijala. Projekt odgovara na sljedeće izazove: kako revitalizirati i očuvati kulturnu baštinu grada, kako kamene ostatke iskoristiti kao resurs za razvoj turizma u Širokom Brijegu te kako kroz otvaranje ekomuzeja kamena stvoriti novi turistički proizvod te uključiti lokalno stanovništvo u realizaciju istog.

Ključne riječi: kamen, kulturna baština, revitalizacija, lokalna zajednica, ekomuzej, turizam

1. Uvod

U početku je bio kamen, a kamena je bilo posvuda. Za kulturnu baštinu kamen je vrlo važan jer je često jedini spomenik i dokaz postojanja nekog vremena, naroda i kulture. Obrada kamena, ukrasi ili pak natpisi urezani u njega također pričaju priču o prošlim životima i kulturi. Čovjekova ruka kamenu je dala dušu, a kamen je čovjeku podsjetnik na prošlost i identitet. Danas se često zbog ljudskog neznanja i nemara zaboravlja, ugrožava ili čak uništava kulturne spomenike, a time i njihov značaj. Ovaj rad želi upozoriti na važnost valorizacije i čuvanja kamene baštine te potaknuti svijest o bogatstvu kamene kulturne baštine Širokoga Brijega. Također će se u radu dati prijedlog projekta koji se temelji na revitalizaciji i očuvanju zaboravljene baštine te iskorištavanju njenog punog potencijala u turističke

¹ Mara Hrkać, studentica, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira; mara.hrkac@hotmail.com

² Mentorica studentice za ovaj rad je Petra Mandac, mag. edu. hist. art., Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira; petra.mandac@aspira.hr

svrhe. Valorizacija resursa i provedba kvalitetnih projekata s područja kulture svakako bi pridonijela razvoju turizma u Širokom Brijegu, osobito ako se uzmu u obzir podatci WTO-a koji procjenjuju da kulturni turizam iznosi 37 % svih turističkih putovanja, a predviđa se i porast potražnje u tom sektoru za 15 % godišnje do 2020. godine.³ Investicije i projekti vezani za kulturnu baštinu, osim što potiču razvoj turizma, donose i mnogobrojne koristi za lokalno stanovništvo.

2. Portret grada Širokog Brijega i njegove kulturne baštine

Široki Brijeg je grad koji se nalazi u Bosni i Hercegovini te je središte Županije Zapadnohercegovačke. Općina Široki Brijeg često se smatra administrativnim, duhovnim, kulturnim, prosvjetnim i sportskim središtem županije. Grad je smješten na iznimno važnoj prometnici Mostar – Split i Mostar – Livno. Udaljen je od Mostara 20 km, od Međugorja 30 km, a od Jadranskoga mora manje od 80 km, što govori o iznimno povoljnoj lokaciji grada.⁴ Među najrazvijenijim je općinama u Hercegovini, najdominantniji sektor je metaloprerađivačka industrija. Turizam je još uvijek nerazvijen, iako grad raspolaže atraktivnim prirodnim i antropološkim resursima. Brojna kamena zdanja svjedočanstva su o pretpovijesnim, rimskim i srednjovjekovnim odjecima života. Ovo je područje kroz povijest poharano mnogobrojnim bitkama, nedaćama i nemirima, a najpogubnije je bilo vrijeme turske vladavine koje je trajalo cijela četiri stoljeća.

Zbog svog iznimno dobrog smještaja Široki Brijeg postaje centar reda franjevac koji ovdje počinju graditi samostan i crkvu. Uz sakralne objekte također otvaraju gimnaziju i samostan za đake te donose obrazovanje narodu koji je do tada bio gotovo nepismen. Naime, u to je doba u Hercegovini postojalo svega nekoliko škola. U Drugom svjetskom ratu uništen je nekadašnji Muzej gimnazije, osnovan na mjestu Franjevačke gimnazije, da bi se 1990. godine obnovio i preimenovao u Franjevački muzej i galerija Široki Brijeg. Dio muzeja posvećen je povijesti grada od brončanog doba, Ilira i antike sve do 20. stoljeća. Samostanska riznica posjeduje knjige stare nekoliko stoljeća i crkvenu posudu koji su samo primjer predmeta od iznimne umjetničke i kulturno-povijesne vrijednosti u Širokom Brijegu.

Franjevačka galerija može se nazvati svojevrsnim hramom likovne umjetnosti s obzirom da njen inventar uključuje mnogobrojne crteže Augusta Šenoae te slike velikana Vlahe Bukovca i Emanuela Vidovića, Eugena Delacroixa, Karla Afana de Rivere, Krste Hegedušića i Uroša Kneževića. U fundusu galerije danas se nalazi čak 4500 umjetnina što je zaista zavidna brojka. Franjevci Širokog Brijega prepoznali su i potrebu za likovnom akademijom, pa je 1996. godine otvorena jedna od tri akademije u državi. Likovno blago galerije u umjetničkom je pogledu neprocjenjivo, no kad je riječ o novčanoj vrijednosti, radi se o desecima milijuna eura. Danas u Širokom Brijegu radi i boravi 34 umjetnika pa je ovaj grad sa samo 30 000 stanovnika prava likovna senzacija.⁵

Uzevši u obzir da je Široki Brijeg kulturno središte Županije Zapadnohercegovačke, samim time je centar kulturnih zbivanja, manifestacija i festivala. Jedan od njih je i Mediteran Film Festival, koji se u Širokom

³ Javna ustanova ReraSD za koordinaciju i razvoj SDŽ. *Strategija razvoja kulturnog turizma*. Preuzeto s: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (12. 1. 2019.)

⁴ Široki Brijeg. *Zemljopisni položaj i klima*. Preuzeto s: <http://www.sirokibrijeg.ba/index.php/o-nasem-gradu/zemljopisni-polozej-i-klima> (4. 1. 2019.)

⁵ Hercegovačka franjevačka provincija Uznesenja BDM. *Franjevačka galerija*. Preuzeto s: <https://www.franjevci.info/kulturne-ustanove/franjeva%C4%8Dka-galerija-0> (12. 1. 2019.)

održava već 19 godina.⁶ Pored filmskih projekcija nude se i radionice te popratni zabavni program koji potiče razvoj kulturnog turizma. West Herzegovina Fest je festival koji se održava 16 godina krajem srpnja.⁷ Festival traje tri dana i želi potaknuti mlade kreativce i autore da stvaraju, pa je zbog toga dobio i naziv festival stvaralaštva. Njegovi organizatori osiguravaju infrastrukturu, a program mladi kreativci oblikuju i upotpunjavaju svojim idejama i svojim radom. Cilj je povezati mlade umjetnike i kreativce s publikom. Program je također popraćen nastupima popularnih glazbenika iz cijele regije. Cijela Hercegovina pa tako i Široki Brijeg ima bogatu kulturu folkloru te je izražavaju kroz tradicionalne načine pjevanja kao što su ganga i bećarac, plesove poput truse, tarabana ili linča i tradicionalnu nošnju. Kroz cijelu se godinu održavaju razne smotre folkloru, kako u gradu tako i po mjesnim zajednicama cijele općine.

Iliri su prvi poznati narod koji je živio na ovome području. To je poznato upravo iz kamenih ostataka koji svjedoče o njihovoj prisutnosti u ovim krajevima. U Širokom Brijegu se mogu naći mnogobrojne gomile, grobnice i ostatci ilirskih utvrda. Svojom mistikom već dugi niz godina bude maštu lokalnog stanovništva, koje oko njih stvara legende utkane u povijest ovoga kraja. Najpoznatija legenda je da su u grobovima pokopani zli ljudi te kad god se prođe kraj njih, treba baciti jedan kamen da ne bi izišli iz grobova. Prema legendi tako su gomile i nastale. Neki od lokaliteta s ostacima Ilira su: Biograci, Dobrkovići i Zvonigrad (Dugandžić, 2004). Jedna legenda govori o tome kako je ilirska kraljica Teuta pokopana u Borku, kod izvorišta rijeke Lištica, gdje joj je njezin muž, kralj Argon dao izgraditi ljetnikovac.

Nažalost, ti su lokaliteti neiskorišteni, a njihove priče neispričane i poznate tek dijelu lokalnog stanovništva. Kad je u 5. stoljeću kršćanstvo proglašeno službenom religijom Rimskog Carstva, po cijeloj Europi počele su se graditi crkve pa tako i u Širokom Brijegu. Najveći utjecaji dolazili su iz Salone i Narone razvijenim trgovačkim putovima i sustavima. Trgovci, vojnici i drugi putnici nova su znanja i trendove prenosili u unutrašnjost provincije. U selu Mokro pronađeni su ostatci rimskog grada Mokriskik i ranokršćanske bazilike iz 5. stoljeća s nekoliko pokretnih predmeta te bogatom kamenom dekorativnom plastikom. Arhitektura bazilike relativno je dobro očuvana pa se može razaznati osnovni plan bazilike. Kako se često gradilo na starim temeljima, pronađeni su i ostatci crkve iz 10. stoljeća. Trenutno se ostatci bazilike u pogledu revitalizacije baštine koriste jedino za povremene folklorne manifestacije.

Brojni stećci pričaju priču ljudi koji su u srednjem vijeku obitavali na području Širokoga Brijega. Ljepota stećaka očituje se kroz ukrase, natpise i raznovrsnost oblika samih stećaka. Oblici variraju od ploča i sanduka do križeva i stupova, a ukrase možemo dijeliti prema vjerskim (križ, uskrsnuće, vječni život...) i svjetovnim motivima (ples, lov, plemićki grbovi...). Zsigurno najvažniji spomenik srednjega vijeka u Hercegovini je Kočerinska ploča, kameni natpis grobnice Vignja Miloševića. Napisana je 1404. godine bosančicom ili hrvatskom ćirilicom te daje dragocjene povijesne podatke o jeziku i načinu života u to doba. Stećci su još uvijek na području cijele općine malo istraženi, no prema posljednjim istraživanjima utvrđeno je postojanje 60 nekropola s ukupno 821 stećkom, što je vrlo značajan broj te definitivno predstavlja bogat resurs kojeg bi trebalo iskoristiti.⁸ Stećci su od 2016. godine proglašeni i Svjetskom

⁶ Mediteran Film Festival. *O festivalu*. Preuzeto s: http://www.mff.ba/mff_ofestivalu.asp (10. 1. 2019.)

⁷ West Herzegovina Fest. *O festivalu*. Preuzeto s: <http://www.whfest.com/organizacija.asp> (10. 1. 2019.)

⁸ Široki Brijeg. *Turistički vodič*. Preuzeto s: http://www.sirokibrijeg.ba/images/docs/Turisticki_vodic_kroz_SirokiBrijeg.pdf (13. 1. 2019.)

baštinom UNESCO-a u sklopu multinacionalne nominacije Srbije, Crne Gore, Hrvatske i Bosne i Hercegovine.

Nakon stoljeća turske vladavine, sredinom 19. stoljeća konačno je dozvoljena izgradnja crkava i samostana u Hercegovini. Zanimljiva je priča o odabiru lokaliteta crkve. Naime, tadašnja vlast dozvoljava izgradnju novih zdanja samo na mjestu gdje su prije bili temelji starih crkava. No Franjevcima se svidio Široki Brijeg te su jedne noći iz obližnjeg sela dovukli velike kamene blokove koje su skinuli s jedne gradine, zakopali na željenu lokaciju i pustili da obrastu u travu. Na ovaj način prevarili su vlasti tvrdeći da su našli temelje stare crkve te su uspješno ishodili dozvolu za izgradnju.

Gradnja nove crkve počinje 1905. godine u neoromaničkom stilu. Trobrodna je, s dva kamena zvonika. Izgrađena je od materijala koji su eksploatirani u njenoj blizini – od klesanih kamenih blokova. Kamen je izrazite kvalitete, otporan na mraz i hladnoću što je vrlo bitno. U kamenu se može osjetiti duh starih vremena koji je uklesan u načinu gradnje ove crkve. Možda skromnijeg izgleda, ali ništa manje bitan suhozid, koji predstavlja najstariju tehniku kamene gradnje, također je važan predstavnik bogate kulturne baštine Širokog. Suhozid je dio nasljeđa i svjedočanstvo o mukotrpnom radu i životu predaka ovoga kraja. Danas se u prirodi moguće diviti toj kamenoj čipki, napravljenj žuljevitim dlanovima.

3. Koncept ekomuzeja

Nakon uvoda u kamenu povijest Širokoga Brijega dolazi se do ideje revitalizacije upravo te kamene baštine. Problem koji se nameće je činjenica da je 80 % građe na otvorenom prostoru te je time podložno vremenskim neprilikama ili vandalizmu. Korištenje moderne tehnologije na takvim lokalitetima bilo bi rizično i iziskivalo bi velika financijska ulaganja. Organizacija sadržaja poput radionica zbog nedostatka infrastrukture također je dosta otežana, pogotovo u vidu cjelogodišnjih aktivnosti. S obzirom na izložene činjenice kao rješenje adekvatne revitalizacije baštine predstavlja se otvaranje ekomuzeja. Ekomuzeji su nastali iz potrebe da se kulturna baština jednog naroda sačuva, što je u mnogim slučajevima zahtijevalo izlazak iz okvira standarda i predstavljanje novih rješenja i koncepta muzeja. Pod terminom muzej više se ne podrazumijeva zdanje koje čuva određene artefakte već fluidni prostor koji priča određenu priču i čiji okviri nisu jasno determinirani nečim materijalnim. Ekomuzeji predstavljaju svojevrsni kulturni izvor jedne zajednice te je cilj cijelog projekta potaknuti lokalno stanovništvo da na svoj način pridonese ekomuzeju kako bi se on kao koncept održao na životu, stalnim priljevima novih ideja i sadržaja.

U Širokome Brijegu postoji veći broj napuštenih starih i urušenih kamenih kuća, a ekomuzej je savršena prilika da se jedna od takvih građevina obnovi i revitalizira. Radi se uglavnom o kućama starima stotinjak godina. Revitalizacijom takvog jednog zdanja ostvarila bi se povezanost kamene baštine kao misli vodilje i samog muzeja, a i uljepšala bi se vizura mjesta. Poželjno bi bilo odabrati lokalitet koji je pristupačan te koji ima potencijal širenja.

U ekomuzeju kamene baštine Širokog Brijega posjetitelje će se educirati o kamenim spomenicima kulture prapovijesti, antike i srednjega vijeka. Tema je kamen, tako da će se dizajn i arhitektura cijeloga prostora prilagoditi kamenu, ali na način da kamen ne djeluje hladno, već privlačno i toplo. Svako će razdoblje u vremenu biti zastupljeno i prikazano na vremenskoj crti, kroz makete i uz stručno vodstvo.

Uz originalne eksponate prikazivat će se i videomaterijal o povijesti i tehnici obrade kamena. Sadržaj će bit prilagođen djeci i odraslima. Kroz slike će se upoznati s baštinom, a tekstovi i videomaterijali informirat će ih o njihovom značaju. Ideja je postaviti i replike važnih kamenih ulomaka, primjerice stećka Vignja Miloševića, koji bi kroz primjenu suvremene tehnologije u obliku holograma pričao priču o sebi. Budući da bi sadržaj bio prilagođen i djeci, a glavna je poruka muzeja priča o kamenu, osmišljeni su i mali kameni junaci u animaciji Kamen koji priča priče.

Kako bi se sadržaj približio osnovnoškolskoj i srednjoškolskoj djeci, u suradnji sa školama organizirale bi se terenske nastave, radionice i obilasci. Terenske nastave uključivale bi posjet muzeju, ali i gomilama, stećcima i suhozidima u okolici uz pratnju stručnog vodiča. Nakon obilaska vraćalo bi se u muzej gdje bi se organizirale različite kreativne radionice. Naglasak bi bio stavljen na kamen te bi jedna od radionica bila Tehnike gradnje suhozida, ili Upoznavanje životinjskog svijeta koji svoj dom nalazi unutar suhozida. Kao dodatni program može se ponuditi posjeta maketi kamenog sela u Kočerinu koju već pet godina izrađuje Dragan Mikulić Jukić.

U Širokom Brijegu postoji suvenirnica Etno Dragana Solde. On izrađuje male predmete od kamena. Tu postoji velik potencijal za suradnju jer se suvenirnica može uklopiti u ekomuzej na obostranu korist. Posjetitelji muzeja sa sobom mogu ponijeti uspomenu, a mogu se osmisliti i organizirati i radionice u kojima bi sudionici mogli izraditi vlastite male kamene predmete. Naravno, za ovakvu djelatnost bilo bi nužno osigurati materijal i stručno osoblje što bi značilo otvaranje novih radnih mjesta. Materijal koji bi se koristio također bi bio nabavljan isključivo od lokalnih proizvođača čime bi se dodatno potaklo lokalno gospodarstvo. Lokalno stanovništvo imalo bi priliku donirati muzeju predmete od kamena ili predmete koji su na neki način povijesno ili kulturološki povezani s kamenom, a koji bi pričali neku zanimljivu priču. Materijalna vrijednost artefakata nije u prvom planu, priča je ta koja čini neki predmet vrijednim izlaganja. Na ovaj način uspostavila bi se ta nježna i neraskidiva veza između materijalne i nematerijalne baštine. Cilj je da što veći broj stanovništva pridonese muzeju kako bi zaista pričao priču o Širokobriježanima. Ekomuzej bi radio cijelu godinu te time utjecao na poboljšanje turističke ponude i sadržaja koji se nude van sezone, što bi ujedno osiguralo razna radna mjesta za mlade ljude i privuklo veći broj posjetitelja.

Kako bi što veći broj ljudi bio informiran o ponudi ekomuzeja i u konačnici došao posjetiti ga, potrebno je osmisliti dobar marketinški plan, prilagođen domaćim i stranim posjetiteljima. Nužno je izraditi kvalitetnu mrežnu stranicu te biti aktivan na svim društvenim mrežama kako bi se privuklo i mlađu populaciju. U suradnji s likovnom akademijom mogle bi se kreirati zanimljive brošure koje bi odmah privukle pažnju gdje god budu izložene. Odlazak na sajmove u regiji i suradnja s turističkom zajednicom županije i lokalnim agencijama svakako bi bila potrebna kako bi se privuklo što više posjetitelja u ekomuzej kamene kulturne baštine.

Posjetitelje se želi potaknuti da razmišljaju o svojoj vezi s kamenom koji predstavlja vječnost i trag kojeg mi ljudi ostavljamo. Kako se uvijek želi pokazati da je netko negdje bio, da je postojao, u sklopu ekomuzeja organizirat će se projekt u kojemu svaki posjetitelj dobije jedan mali kamen pri ulasku u muzej, a taj kamen ne bi ponijeli sa sobom već bi on postao dijelom jedne veće cjeline. Na unaprijed predviđenom mjestu bili bi postavljeni temelji za suhozidnu skulpturu u formi žičanog kalupa. Dodavanjem kamenčića koje bi posjetitelji ostavljali malo po malo formirala bi se jedna velika kamena,

suhozidna skulptura. Skulptura bi nastala uz pomoć i suradnju likovne akademije u Širokom Brijegu, čime bi mladi kreativci bili potaknuti da se uključe u rad ekomuzeja tako što bi osmislili formu skulpture. Kad bi se formirala jedna, prelazilo bi se na novi model i na taj način bi u budućnosti nastao čitav park originalnih umjetničkih djela. Svi koji bi sudjelovali u izgradnji skulpture u Širokom Brijegu imali bi priliku ostaviti svoj trag za vječnost.

4. Zaključak

Široki Brijeg i lokalno stanovništvo zasigurno bi profitirali provedbom ovakvog projekta u pogledu razvoja kulture, ali i gospodarstva. Pored postojeće ponude kulturnog sadržaja kao što su Franjevačka galerija i Samostanska riznica, ovakav ekomuzej predstavlja potpuno drugačiji i svježiji oblik približavanja kulturne baštine svojim posjetiteljima. Stanovnike bi se educiralo o vlastitoj povijesti i kulturi, a djeci bi se pružilo zanimljivo mjesto za interaktivno učenje. Zajedničkim razgovorom i radom različitih generacija i osoba sa svojim jedinstvenim karakterima osigurava se generiranje novih ideja i kontinuirano prilagođavanje ekomuzeja kamena identitetu grada i njegovog duha. Otvaranje ekomuzeja kamena generirala bi se nova radna mjesta te bi se potaklo lokalno stanovništvo i studente na kreativan rad i razvoj novih ideja. Oplemenila bi se i turistička ponuda mjesta, a kroz uključivanje tradicionalnih kamenoklesarskih zanatlija u projekt potakla bi se suradnja različitih dionika te bi se ostvarila interdisciplinarnost.

Također, ovaj bi projekt potaknuo i daljnji razvoj turizma u cijeloj općini i pomogao u pozicioniranju i brendiranju lokacije na široj razini. Budući da se proizvod nalazi unutar jedne zgrade, nije ugrožen vremenskim neprilikama i vandalizmom koji se susreću na otvorenom. Također je smanjena sezonalnost jer se muzej može posjetiti neovisno o tome koje je doba godine. Istovremeno bi se podigla svijest o bogatoj kulturnoj baštini i nužnosti njezine zaštite i o potencijalu koji se može ostvariti putem valorizacije i pravilnog upravljanja resursima. Samo ako je lokalno stanovništvo informirano o resursima kojima raspolaže, može se i stranim posjetiteljima približiti posebnost grada. Ekomuzej kamena pravi je način kako na zanimljiv, inovativan i moderan način osigurati uvjete da se kulturna baština očuva i valorizira te da lokalno stanovništvo nađe motivaciju za pronalaženje nove funkcije tih resursa.

Literatura

1. Dugandžić, I. (2004). *Širokobriješka baština*. Široki Brijeg: Matica hrvatska.

Internetski izvori

1. Hercegovačka franjevačka provincija Uznesenja BDM. *Franjevačka galerija*. Preuzeto s: <https://www.franjevci.info/kulturne-ustanove/franjeva%C4%8Dka-galerija-0> (12. 1. 2019.)
2. Javna ustanova ReraSD za koordinaciju i razvoj SDŽ. *Strategija razvoja kulturnog turizma*. Preuzeto s: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (12. 1. 2019.)
3. Mediteran Film Festival. *O festivalu*. Preuzeto s: http://www.mff.ba/mff_ofestivalu.asp (10. 1. 2019.)
4. Široki Brijeg. *Turistički vodič*. Preuzeto s: http://www.sirokibrijeg.ba/images/docs/Turisticki_vodic_kroz_SirokiBrijeg.pdf (13. 1. 2019.)

5. Široki Brijeg. *Zemljopisni položaj i klima*. Preuzeto s: <http://www.sirokibrijeg.ba/index.php/o-nasem-gradu/zemljopisni-polozaj-i-klima> (4. 1. 2019.)
6. West Herzegovina Fest. *O festivalu*. Preuzeto s: <http://www.whfest.com/organizacija.asp> (10. 1. 2019.)

Abstract

The stone cultural heritage of Široki Brijeg as a potential tourist product

In Herzegovina, dating back from the ancient times, people live in a symbiotic relationship with stone, which is as old as the earth itself. It is precisely in this durability that we find the inspiration and sources for the research and valorisation of our heritage. This paper is based on the location of Široki Brijeg and its extensive heritage of stone buildings, that are living witnesses to old times, cultures and customs. Given the long-term continuity of life in this area, dating back to prehistoric times, ancient times and the Middle Ages, we can find numerous "stone testimonies". Nowadays, when people are abandoning the old concept of living with the stone and of the stone, old traditions and trades are forgotten and pushed aside. Cultural heritage becomes vulnerable and its potential is untapped. This paper will present a project proposal based on the revitalization and preservation of the forgotten heritage and the ways of utilizing its full potential. The project responds to the following challenges: how to revitalize and preserve the cultural heritage of the city, how to use stone remains as a resource for tourism development in Široki Brijeg, and how to create a new tourist product through opening an eco-Museum of Stone and including the local population in the realization.

Keywords: stone, cultural heritage, revitalization, local community, eco-museum, tourism

Stručni rad

Primljeno: 15. ožujka 2019.

Prihvaćeno: 9. studenog 2019.

UDK: 811:338.48-6:7/8(497.583 Vis)

Gabriela Jukić¹

Kulturno-turistička ruta *Abeceda povijesti Visa*²

Sažetak

Dosadašnja istraživanja jezikoslovaca, arheologa i povjesničara pokazuju da su tragovi povijesnih zbivanja sačuvani ne samo u materijalnoj baštini Visa nego i u njegovom lokalnom govoru. Isto tako, dobro je poznato da su jezični elementi jedno od razlikovnih obilježja kulturnog krajobraza te da jezična baština može biti glavna tema ili sastavnica opisa destinacije i tematske kulturne rute. Ovo je istraživanje usmjereno na tragove povijesti u lokalnom govoru, posebice na one koji otkrivaju kulturne i jezične kontakte i na utvrđivanje njihove zastupljenosti u turističkoj ponudi Visa, analizirani su pisani izvori o Visu, njegovoj povijesti, kulturnoj baštini i turizmu. Provedena su anketiranja turističkih agencija i turističkih vodiča kako bi se ispitalo njihovo mišljenje o zastupljenosti jezične baštine u opisu destinacije i u interpretaciji fizičkih artefakata. Osim toga, Vis je uspoređen s nekoliko destinacija na europskoj i globalnoj razini. Na kraju je opisana nova kulturno-turistička ruta koja povezuje jezičnu i materijalnu baštinu uz očekivanje da bi ona mogla posjetiteljima pružiti novu mogućnost doživljaja Visa kao destinacije kulturnog turizma.

Ključne riječi: kulturna baština, interpretacija, turistički diskurs, Vis

1. Uvod

U ovome radu promišljaju se mogućnosti obogaćenja turističke ponude grada Visa. Glavni poticaji za to pronađeni su u znanstvenim radovima o kulturnoj baštini. Turizam otoka Visa počinje se razvijati 20-ih godina 20. stoljeća, izgradnjom Češke vile. Sagradila ju je bogata viška obitelj Topić, no ona je prodaje Dubrovčaninu Kovačeviću. Vila, naposljetku, dolazi u vlasništvo Čeha koji je preuređuju u hotel. Nakon Drugog svjetskog rata pretvorena je u vojarnu, a danas je, nažalost, u potpunosti devastirana (Majnarić, 2003). Jedna od zanimljivosti ovoga otoka jest njegova novija povijest, kada je na određeno vrijeme, od Drugog svjetskog rata pa sve do 90-ih godina 20. st., bio zabranjen dolazak stranim državljanima (Razović i Tomljenović, 2015). Otvaranjem otoka u zadnjem desetljeću 20. stoljeća turizam se ponovno postupno razvija.

Rekordna turistička godina bila je 2012. kada je prema podacima Državnog zavoda za statistiku, na otoku Visu zabilježeno oko 204 000 noćenja (Razović i Tomljenović, 2015). U istraživanju Razović i

¹ Gabriela Jukić, studentica, Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti; gjukic@student.unizd.hr

² Mentorica studentice za ovaj rad je dr. sc. Marijana Fabijanić, Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti; mfabijanic@unizd.hr

Tomljenović (2015) na temu razvoja modela turizma na hrvatskim udaljenim otocima iz 2012. godine utvrđeno je da 27 % turista na Visu čine državljani Slovenije, 25 % Italije, a ostatak čine posjetitelji iz Njemačke, Slovačke, Poljske, Austrije i Češke. Činjenica da su 51 % gostiju oni kojima je to treći dolazak na Vis ili više, ukazuje na njihovu lojalnost, zadovoljstvo turističkom destinacijom i ponudom. U istom istraživanju kao glavne motivacije posjeta Visu ispitanici navode prirodne ljepote, odmor i relaksaciju, dok samo osam od 32 ispitanika motivira posjet kulturnim znamenitostima otoka. Posjetitelji su jako zadovoljni gostoljubivošću domaćina, bilo da se radi o iznajmljivačima ili o ljudskom resursu u ugostiteljstvu, sviđaju im se mir i harmonija koju pronalaze na otoku, ali kao nedostatak navode manjak autohtonih proizvoda i domaćih namirnica u gastronomiji. Stanovnici otoka smatraju da bi se turizam trebao nastaviti razvijati u skladu s mogućnostima, ali i u skladu s prirodom kako ne bi došlo do narušavanja prirodnih ljepota koje ovaj otok čine izuzetnim (Razović i Tomljenović, 2015). Broj noćenja iz 2012. sljedećih godina nije dostignut; prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 2015. godine zabilježeno je 139 030 noćenja, a 2018. godine ukupno 172 222 noćenja.³ Zbog toga je opravdano pitanje kojim sadržajima i kojim uslugama bi se mogli zadržati redoviti gosti i privući novi posjetitelji.

U ovome radu zastupa se teza da bi se turistička ponuda Visa mogla obogatiti promoviranjem Visa kao destinacije kulturnog turizma. U samome gradu Visu nalazi se više zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske: arheološko nalazište gradina na Taleškoj glavici, arheološka zona antička Issa, ostatci grčko-rimske luke.⁴ Arheološkim istraživanjima otkriveni su ostatci nekropola, teatra, gradskih bedema i terma. Pronađeno je mnogo grčkih natpisa, amfora, glava kipova i brončanog novca „koje je Issa kao samostalan polis kovala sve do nekako u sredini 2. stoljeća prije naše ere i na kojima se više puta nalaze utisnuta slova IZZ, skraćenica za IZZAIQN, što znači '(novac države) Isejaca'“ (Gabričević, 1968). Na području nematerijalne baštine Visa zaštićena kulturna dobra Republike Hrvatske su cokavski govor ovoga otoka i gradnja tradicionalne komiške gajete falkuše.⁵

Otok Vis bi se mogao usporediti s talijanskom regijom Basilicata koja je prepoznatljiva po naseobinama iz paleolitika, Sassi di Matera. Dio tog povijesnog lokaliteta s parkom rupestrijskih crkava od 1993. godine pod zaštitom je UNESCO-a. Tradicionalni proizvod Matere je kruh koji je zbog svoje posebnosti dobio zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla.⁶ Viška pogača, koja bi mu lako mogla konkurirati, još uvijek nije brendirana. Vis bi se mogao promovirati kolačem od smokve koji se naziva hib, i proizvodima viških OPG-a od kojih neki nose oznaku *Hrvatski otočni proizvod* (džemovi od raznih vrsta agruma, šipak, šljiva, plavac mali itd., kapari i motar u vinskom octu, kandirana kora naranče i slani proizvodi od plave i bijele ribe te tapenadu).⁷

Druga destinacija s kojom je Vis usporediv nalazi se u Grčkoj, na Peloponezu. Osim poznatog arheološkog lokaliteta *Nemea*, ova regija posjetiteljima nudi vinske putove.⁸ Na Visu je cijeli proces berbe i prerade grožđa od posebne važnosti za lokalno stanovništvo jer budi osjećaj pripadnosti i

³ Državni zavod za statistiku. *Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam*. Preuzeto s: <https://www.dzs.hr> (20. 2. 2019.)

⁴ Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212> (20. 2. 2019.)

⁵ Ibid. 4

⁶ Basilicata bella scoperta. Preuzeto s: <https://www.basilicaturistica.it/> (20. 2. 2019.)

⁷ Geopark Viški arhipelag. *Lokani proizvođači*. Preuzeto s: <https://geopark-vis.com/lokalni-proizvodaci> (20. 2. 2019.)

⁸ Visit Greece. *Greece all time classic*. Preuzeto s: <http://www.visitgreece.gr/#&slider1=2> (20. 2. 2019.)

zajedništva. Taj period naziva se *jematva* i mogao bi također biti turistička atrakcija. U Nemei se svake četiri godine održavaju igre koje su replika onih iz 573. godine prije Krista, tzv. Οι Νέοι Νέμειοι Αγώνες⁹ (Nove nemejske igre). U njima sudjeluju sportaši i atleti iz cijelog svijeta. Višani imaju Višku regatu koja se odvija u mjesecu listopadu i službeno označava kraj ljeta za otočane. U njoj sudjeluje preko 1000 jedriličara.¹⁰

Sicilija svoju povijest pamti još od 8000. godine prije Krista, no ono što je zajedničko Visu i Siciliji jest baština iz perioda antike. Još jedna zanimljiva sličnost jest da se na Siciliji nalazi aktivni stratovulkan Etna, a prije 200 milijuna godina na području današnje komiške uvale nalazio se aktivni vulkan čiji su ostatci vidljivi i danas. Sicilija je poznata i po svojoj bogatoj gastronomskoj ponudi. Na službenoj stranici otoka promoviran je širok spektar lokalnih delikatesa, a kao najupečatljiviji gastronomski događaj izdvaja se Festival hrane i zabave na Siciliji.¹¹ Turistička zajednica Visa u gastronomskoj ponudi navodi neke od specijaliteta otoka.¹²

2. Jezična baština Visa i turizam

Opći je cilj ovoga istraživanja utvrditi zastupljenost jezične baštine u turističkoj ponudi Visa. Konkretnije, istražuje se prisutnost toponima i lokalizama koji otkrivaju povijest Visa i kulturne i jezične kontakte u opisu grada Visa kao turističke destinacije. Polazeći od pretpostavke da jezična baština nije dovoljno zastupljena u opisu destinacije te da se ne koristi u kreiranju turističke ponude, provedena je analiza promidžbenih materijala o Visu kako bi se sagledala zastupljenost toponima i lokalizama u njima te anketiranje turističkih agencija i turističkih vodiča radi stjecanja uvida u stavove kreatora ponude. Istraživanje je interdisciplinarno jer povezuje spoznaje o kulturnoj baštini Visa s turizmom. Na temelju dobivenih rezultata, uočena je potreba za doprinosom u vidu turističke rute koja bi povezala materijalnu i nematerijalnu baštinu grada Visa.

U prvoj su fazi iz dostupnih znanstvenih radova prikupljeni podatci o povijesti, o provedenim arheološkim istraživanjima i jezičnoj baštini. Čargo (2002, 2004, 2008, 2010a, 2010b, 2016) u nekoliko svojih djela ističe važnost lokaliteta *Issa*. U knjizi *Martvilo: Istraživanja jugozapadne isejske nekropole do 1970. godine* spominje toponime *Martvilo*, *Mijurovac*, *Mala banda*, *Bandirica* i druge, a na karti (14. str.) jasno se mogu vidjeti i njihove lokacije (Čargo, 2010a). Bonačić Mandinić (2014) u znanstvenom članku *Nalazi novca s nekropole Vlaška njiva u Visu* navodi kako je 1983. godine u istraživanju Vlaške njive identificirano 249 grobova iz helenističkog i rimskog razdoblja. Osim na Martvilu i Vlaškoj njivi grobovi su pronađeni „na položajima zvanim Mala Banda, Đardin i Stagnja...” (Kirigin, 1996, str. 56).

Kirigin (1996) također objašnjava da je ime Vis nastalo iz starogrčkog imena otoka – Issa, a Hrvati su vjerojatno to pretvorili u Is te je potom s izgovorom v-Is, tj. 'u Is', nastao hrvatski oblik Vis. Objasnjenje postajanja toponima Komiža ponudio je Novak (1954) tumačeći da je ime mjesta Vaccomeza nastalo kao i ime Visa, tj. od *va* i *Cameza*, dakle, kako bi se i danas čakavski kazalo 'u Komiži' – *va* Komiži, ili 'u Komižu' – *va* Komižu. Gradina je, Prema Gabričevićevom (1968) opisu mjesto Gradina je snažna

⁹ Ibid. 8

¹⁰ Turistička zajednica grada Visa. *Viška regata*. Preuzeto s: <http://www.tz-vis.hr/Default.aspx?sifraStranica=200> (20. 2. 2019.)

¹¹ Visit Sicily. *Dove nasce la „Fusion”*. Preuzeto s: <http://www.visitsicily.info/en/> (8. 2. 2019.)

¹² Turistička zajednica grada Visa. *Gastronomska ponuda otoka Visa*. Preuzeto s: <http://www.tz-vis.hr/> (20. 2. 2019.)

državica grčkog tipa (polis), koja je kovala svoj novac i osnivala svoja naselja na kopnu. Radić Rossi (2004), opisujući poluotok Prirovo, uspoređuje ga sa sirakuškim otočićem Ortigija. Na važnost očuvanja viškoga govora ukazao je Božanić (2017) u znanstvenom članku *Viški cokavski govori kao nacionalno nematerijalno kulturno dobro*, u kojem je između ostalog naveo pojedine arhaične toponime kao što su: Cunkovica, Cojnu poje, Corno ploca, Rogocic, Garke ploce, Ploca, Cisti Rot Cavojnica, Corno Zemja, Okjucina, Dracovu Poje. Za provjere viških riječi, npr. falkuša, grotac, hib i vapor koristio je *Libar viskiga jazika* čiji je autor Fortunato Andro Roki (Božanić, 2017).

U turističkim brošurama i mrežnim stranicama uglavnom nisu navedena objašnjenja podrijetla toponima, već se samo spominju u kontekstu turističke ponude kao mjesta potencijalnog boravka i užitka. Mrežna stranica turističke zajednice grada Visa¹³ ne objašnjava toponime, već čitateljima ukratko daje povijesni osvrt na spomeničku baštinu. Issa se spominje kao prva organizirana država na istočnom dijelu Jadrana. Srebrena, Rukavac, Brgujac, Zaglav i Milna te Vela Smokova, Mala Smokova i Stončica opisani su kao prelijepa šljunčane plaže i uvale, ali se motivacija naziva ne navodi. Na južnoj strani otoka spominju se, ali ne i opisuju, vinorodna polja Dračevo, Plisko i Tihobraće kojima vijuga cesta i povezuje mjesta i zaseoke: Milnu, Ženku, Postražje, Rukavac, Plisko polje, Marine zemlje, Talež, Duboku, Žena glava, Podšpilje i Podhumlje (Hrvatska gorska služba spašavanja, 2009).

Modra špilja smještena je na istočnoj strani otoka Biševa u uvali Balun, 4,5 nautičkih milja (8,3 km) od Komiže i godišnje je posjeti oko 50 000 posjetitelja.¹⁴ U turističko-planinarskom vodiču spominju se Gradina i Prirovo kao prvo urbano naselje na Jadranu, a površina od stotinjak tisuća četvornih metara, mjerljiva u gradskim temeljima na brežuljku Gradina i poluotoku Prirovu, čini ga i najvećim helenističkim gradom na istočnoj jadranskoj obali (Munitić, 2010).

U opisu antičke kulture spominju se i nekropole Martvilo i Vlaška njiva, a može se vidjeti i fotografija ostatka nadgrobnih spomenika na Martvilu (Munitić, 2010). Iznimka je trg zvan Klapavica, čiji opis u turističkoj monografiji uključuje zanimljivu priču o nastanku njegovog imena jer se nekada ovdje nalazio javni gradski bunar po kojemu i dolazi naziv Klapavica – zvuk zveckanja kanta (dijalektalno – sića) dok su vadili vodu (Majnarić, 2003). Od viških riječi u turističkoj monografiji spominje se grotac opisan kao vjerdo vode (Majnarić, 2003). Termin vapor ne susreće se u turističkim brošurama, ali se spominje komiška barka falkuša koja je kao povijesno nasljeđe ponovno zaplovila morem i mnoge ostavila bez daha (Majnarić, 2003). Kao mogućnost prijevoza na otoke Biševo, Svetac, Jabuku, Brusnik i Palagružu nudi se lokalni barkarijol (Munitić, 2010).

U sljedećoj fazi istraživanja provedene su dvije ankete kojima je cilj bio ispitati mišljenje turističkih vodiča i agencija o zastupljenosti jezične baštine u opisu destinacije i u interpretaciji fizičkih artefakata. Jedna anketa bila je namijenjena turističkim vodičima, a druga djelatnicima u turističkim agencijama. Svaka anketa imala je 15 pitanja, što otvorenog što zatvorenog tipa. Turističke vodiče Visa bilo je teško pronaći i uspostaviti kontakt s njima, stoga su prikupljena svega četiri popunjena anketna upitnika. Upitnik namijenjen agencijskim djelatnicima poslan je elektronskom poštom na 30 adresa i Turističkoj zajednici

¹³Turistička zajednica grada Visa. *Naselja otova Visa*. Preuzeto s <http://www.tz-vis.hr/Otok-Vis/Naselja.aspx?ban=94&fc=5> (20.2.2019.)

¹⁴Turistička zajednica grada Komiže. *Modra špilja (Biševo)*. Preuzeto s: <https://www.tz-komiza.hr/aktivnosti/modra-spilja-bisevo> (20. 2. 2019.)

grada Visa, a prikupljena su samo četiri odgovora. Zbog anonimnosti ankete nemoguće je razaznati pripada li jedan od njih Turističkoj zajednici grada Visa. Iako, zbog malog broja popunjenih anketnih upitnika rezultati istraživanja ne odražavaju cjelovitu sliku o mišljenju turističkih vodiča i agencijskih djelatnika o zastupljenosti jezične baštine u opisu Visa kao turističke destinacije i u interpretaciji kulturno-povijesnog nasljeđa, u nastavku navodimo pojedine odgovore koji ilustriraju individualne stavove.

U anketi namijenjenoj turističkim vodičima dvoje ispitanika odgovara da ne poznaje viški govor. Vezano za tvrdnju o dovoljnoj zastupljenosti viške jezične baštine u opisu grada Visa kao turističke destinacije i u prezentaciji njegove turističke ponude, kako u tiskanim tako i u elektronskim medijima, stavovi ispitanika su podijeljeni: vodič koji poznaje viški govor i koristi ga u komunikaciji, slaže se s tvrdnjom da su elementi jezične baštine dovoljno zastupljeni za razliku od vodiča koji razumije viški govor, ali ga ne koristi i koji ima oprečno mišljenje, tj. ne slaže se s navedenom tvrdnjom. Od dvojice ispitanih vodiča koji ne poznaju viški govor, jedan se ne slaže s ovom tvrdnjom, a drugi nema o njoj mišljenje.

U pogledu uključivanja toponomastičkih podataka u predstavljanje destinacije, tri ispitanika smatraju objašnjenje porijekla, nastanka i značenja toponima važnim a jedan to ne smatra potrebnim i objasniti će toponim samo ako ga netko pita. Na pitanje *Za koje od navedenih toponima objašnjavate podrijetlo, nastanak i značenje prilikom vođenja?* očekivano svi ispitanici (od ponuđenih toponima Batarija, Issa, Martvilo i Prirovo) odgovaraju *Issa*. Upitnikom je utvrđeno da ispitani vodiči poznaju pojedine viške riječi i koriste one čiji su označenici još uvijek u uporabi, npr. grotac, u odnosu na termin vapor za koji navode poznavanje, ali ga nitko od ispitanika ne koristi, što je očekivano jer se više ne plovi parobrodom. Vodiči kao razlog korištenja lokalnih naziva u komunikaciji tijekom turističkog vođenja navode nepostojanje njihovog ekvivalenta na jeziku turističkog vođenja.

Zanimljivo je istaknuti kako 50 % anketiranih turističkih agencija (dva od četiri ispitanika) smatra jezičnu baštinu zastupljenom u opisu grada Visa kao turističke destinacije i u prezentaciji njegove turističke ponude, kako u tiskanim tako i u elektronskim medijima. Svi ispitanici u skupini agencijskih djelatnika smatraju potrebnim objasniti značenje i porijeklo toponima. Većina potvrđuje poznavanje i korištenje termina vapor, dok za termin grotac navode samo poznavanje, ali ne i primjenu u turizmu. U osmišljavanju turističkih proizvoda 75 % anketiranih agencijskih djelatnika (troje ispitanika) odgovorilo je kako ne koriste podatke o viškoj jezičnoj baštini i smatraju da se jezična baština mora implementirati u neku buduću planski zamišljenu strategiju turizma na otoku koja zasad ne postoji, dok neki smatraju da Vis općenito nije dovoljno prezentiran od strane turističke zajednice pa tako ni sama jezična baština.

3. Uloga jezične baštine u turizmu

Turizam i jezična baština mogu biti povezani na različite načine. Light (2013) ističe da, iako se mislilo kako naziv grada turistu nikada neće biti od neke posebne važnosti, situacija se u novije vrijeme mijenja i navodi primjer natpisa *Hollywood* u Kaliforniji koji je ikona američke filmske industrije i desetljećima privlači posjetitelje. Naziv atrakcije, hotela i resorta gradi pozitivan imidž destinacije i upravo je zato često atraktivan, autentičan, poseban, ponekad i romantičan. Primjer najdužeg toponima na svijetu nalazi se na Novom Zelandu, sadrži 85 slova i jasno je zašto je atraktivan turistima. No toponim ne mora nužno biti neobičan kako bi privukao pažnju. Može biti inspiriran i nematerijalnom baštinom. Kao primjer

Light (2013) navodi naziv ulice Penny Lane u Liverpoolu, nazvane prema nazivu pjesme Beatlesa. Autor svojim primjerima daje do znanja kako je u turizmu potrebna kreativnost i domišljatost kako bi se kretanja preusmjerila u pozitivnom smjeru (Light, 2013).

Jedan od načina upoznavanja posjetitelja s jezičnom baštinom tematske su rute, a primjer dobre prakse je ruta kastiljskog jezika, *Camino de la Lengua Castellana*, prepoznata kao Europski kulturni itinerar 2002. godine.¹⁵ Cilj je rute upoznati posjetitelje s jezičnim blagom kao dijelom kulturno-povijesne baštine Kastilje. Obuhvaća šest gradova iznimno važnih za razvoj i promjene u jeziku: San Millán de la Cogolla, Santo Domingo de Silos, Valladolid, Salamanca, Ávila i Alcalá de Henares.¹⁶ Rutom su predviđene razne aktivnosti poput posjeta sakralnim objektima i lokalitetima značajnim za učenje i razumijevanje lokalne povijesti, za poznavanje arhitekture i gastronomije.

San Millán de la Cogolla uvršten je u rutu jer je upravo u tom gradu zabilježen najraniji pisani izraz na kastiljskom jeziku. U Santo Domingo de Silos nastale su *Glosas Silenses*, bilješke koje objašnjavaju latinske tekstove, jedne od početnih prikaza starog kastiljskog jezika. Valladolid je grad u kojemu je Cervantes 1605. godine objavio svoje remek-djelo *Don Quijote de la Mancha*.¹⁷ Čak tri grada ove rute nalazi se na UNESCO-vom popisu svjetske baštine: Salamanca, Ávila i Alcalá de Henares. Salamancu zbog mnoštva kulturnih ljepota neki nazivaju Mali Rim. Barokna knjižnica na Sveučilištu u Salamanci jedna je od atrakcija koje ovaj grad čine posebnim. Ávila, grad opasan srednjovjekovnim zidinama, poznat je i kao mjesto rođenja svete Terezije od Isusa (Avilske). Alcalá de Henares je rodno mjesto najpoznatijeg pisca kastiljskog jezika Miguela de Cervantesa.¹⁸ Njegova rodna kuća danas je muzej koji prikazuje stil i način života plemićke obitelji.

4. Kulturno-turistička ruta inspirirana jezičnom baštinom Visa

Imajući u vidu rezultate analize i primjere dobre prakse, evidentna je potreba osmišljavanja turističkih proizvoda koji povezuju jezičnu i materijalnu baštinu. Nedostatna zastupljenost takvih proizvoda i kulturnih sadržaja istaknuta je u dokumentu *Grad Vis – Razvojna strategija za razdoblje 2016.-2020. godine* gdje se tvrdi da je kulturno-povijesna baština tek marginalizirani dio turističkih atrakcija grada Visa i da je zanemarena njena važnost kao dio turističke ponude unatoč tome što je ona značajan faktor privlačnosti (Grad Vis, 2016). U istom dokumentu naglašeno je da je otkrivanje autentičnog naslijeđa neizostavni motiv putovanja. Kulturnom rutom *Abeceda povijesti Visa*, kojom bi se posjetiteljima ukratko predstavila povijest Visa i njegovo bogato kulturno naslijeđe, pokušalo bi se umanjiti navedeni nedostatak.

Okvirna ideja rute prvenstveno je obogaćivanje turističke ponude grada Visa, uključivanje lokalne zajednice u aktivnosti, a ujedno i širenje znanja o jezičnoj baštini otoka. Posebnost ove rute njezina je interaktivnost kojom se doživljaj, iskustvo i osjetila spajaju u jedno. Početna točka bila bi Gradina gdje je započeta priča o antičkoj Issi. Uz pojašnjenje nastanka i podrijetla imena posjetiteljima bi bile

¹⁵ Fundación Camino de la Lengua Castellana. *Route of the Castilian Language*. Preuzeto s: http://www.caminodelalengua.com/intranet/descargas/clc_revista_turismo.pdf (20. 2. 2019.)

¹⁶ Ibid. 14

¹⁷ Ibid. 14

¹⁸ Ibid. 14

objašnjene povijesne okolnosti i tehnika izgradnje gradskih zidina. Potencijalni korisnik rute imao bi priliku okušati se u tradicionalnom načinu građenja. Sjeverna nekropola, Vlaška njiva bila bi obuhvaćena kroz priču o pronađenim artefaktima na tom području i kroz njihov poblizi opis.

Spuštajući se na višku rivu, dolazi se do poluotoka Prirova gdje se u priču o lokalitetu uključuje i objašnjenje toponima. Opisuje se i rimski teatar koji je zauzeo najljepši pogled na uvalu. U suradnji s Amaterskim kazalištem Ranka Marinkovića bit će organizirana točka karakteristična za opisano razdoblje na samom lokalitetu. Hodajući šetnicom, dolazi se do ostataka jugozapadne nekropole Martvilo gdje će biti ispričana priča o njezinom imenu, o iskopinama i pronađenim artefaktima. Nakon toga slijedi kratka priča o rimskim termama dok se u pozadini čuju zvukovi glazbe koji pozivaju na zabavu i opuštanje u konobi u čijem eksterijeru se nalazi grotac. Tu će za turiste biti pripremljena nezaobilazna viška pogača i hib kao desert te ponuđeno vrhunsko lokalno vino Bugava. Ruta završava šetnjom kroz kale do trga Klapavica gdje gosti uz priču o nastanku njegovog imena promatraju udaranje vjedrima i stvaranje buke po kojoj je trg dobio ime. Scenu uprizoruju članovi udruge Dega Art koji na trg dolaze odjeveni u višku nošnju.

5. Zaključak

Analiza pisanih izvora pokazala je da manje brošure o Visu koje se mogu pronaći u turističkim agencijama ne sadrže etimološke opise toponima, već se samo navode kao mjesta vrijedna posjeta, dok opsežnija turistička monografija *Biseri Jadrana – otok Vis* detaljno opisuje kulturno-povijesnu baštinu, od prapovijesti pa sve do danas, način i stil života te pogled kroz oči lokalnog stanovništva (Majnarić, 2003). Pozitivna je činjenica da je prevedena na engleski jezik te omogućuje predstavljanje Visa na stranom tržištu. Ovim preliminarnim istraživanjem potvrđena je polazna pretpostavka da jezična baština nije dovoljno zastupljena u opisu destinacije te da se ne koristi u kreiranju turističke ponude. Upravo iz tog razloga i kao odgovor na Strategiju razvoja grada Visa 2016. – 2020. (Grad Vis, 2016) ponuđena je potencijalna turistička ruta *Abeceda povijesti Visa*. Zaključno se može reći da je implementacijom jezične baštine u turizam grada moguće proširiti paletu turističkih aktivnosti i ponuditi posjetiteljima još jedan doživljaj Visa kao destinacije kulturnog turizma.

Literatura

1. Bonačić Mandinić, M. (2014). *Nalazi novca s nekropole Vlaška njiva u Visu*. Split: Arheološki Muzej.
2. Božanić, J. (2017). Viški cokavski govori kao nacionalno nematerijalno kulturno dobro. *Čakavska rič: polugodišnjak za proučavanje čakavske riječi*, XLV (1-2), str. 241-250. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/192164> (8. 2. 2019.)
3. Čargo, B. (2002). Arheološka djelatnost na otoku Visu i njegovu arhipelagu od 1992. do 2003. g. *Vjesnik za arheologiju i historiju dalmatinsku*, 95 (1), str. 399-469. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=292760 (8. 2. 2019.)
4. Čargo, B. (2004). *Issa: Povijesno arheološki vodič*. Split: Arheološki muzej.
5. Čargo, B., (2008). Helenistički grobovi kod rasadnika palmi u Visu. *Vjesnik za arheologiju i povijest dalmatinsku*, 101 (1), str. 87-142. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/31104> (8. 2. 2019.)

6. Čargo, B. (2010a). *Martvilo: Istraživanja jugozapadne isejske nekropole do 1970. godine*. Split: Arheološki muzej.
7. Čargo, B. (2010b). *Zaštitna arheološka istraživanja ostataka kasnoantičke nekropole u Isi*. Split: Arheološki muzej.
8. Čargo, B. (2016). O urbanizmu Ise u svjetlu novih arheoloških istraživanja. *Vjesnik za arheologiju i historiju dalmatinsku*, 109 (1), str. 25-56. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/172975> (8. 2. 2019.)
9. Gabričević, B. (1968). Antički spomenici otoka Visa. *Prilozi povijesti umjetnosti u Dalmaciji*, 17 (1), str. 5-60. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/146461> (8. 2. 2019.)
10. Grad Vis. (2016). *Grad Vis – Razvojna strategija za razdoblje 2016.-2020. godine*. Preuzeto s: https://www.gradvis.hr/images/VIS_STRATEGIJA.pdf, (28. 9. 2019.)
11. Hrvatska gorska služba spašavanja. (2009). *Otok Vis: Turističko – planinarski zemljovid*. Zagreb: Hrvatska gorska služba spašavanja.
12. Kirigin, B. (1996). *Issa: Grčki grad na Jadranu*. Zagreb: Matica hrvatska.
13. Light, D. (2013). Tourism and Toponymy: Commodifying and Consuming Place Names, *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 16 (1), str. 141-156. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/262579781_Tourism_and_toponymy_commodifying_and_consuming_place_names (8. 2. 2019.)
14. Majnarić, M., ur. (2003). *Biseri Jadrana*. Zagreb: Fabra.
15. Munitić, F., ur. (2010). *Otok Vis: Turističko-planinarski vodič*. Zagreb: Hrvatska gorska služba spašavanja.
16. Novak, G. (1954). Otok Vis u srednjem vijeku, *Starohrvatska prosvjeta*, 3 (3), str. 105-130. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/102519> (8. 2. 2019.)
17. Radić Rossi, I. (2004). O podrijetlu toponima Prirovo u viškoj luci prilog toponimiji otoka Visa, *Vjesnik za arheologiju i historiju dalmatinsku*, 97 (1), str. 401-410. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/198908> (8. 2. 2019.)
18. Razović, M. i Tomljenović, R. (2015). Development model of tourism on Croatian open-sea islands, *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 63 (1), str. 19-36. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=202540 (8. 2. 2019.)

Internetski izvori

1. Basilicata bella scoperta. Preuzeto s: <https://www.basilicaturistica.it/> (20. 2. 2019.)
2. Državni zavod za statistiku. *Trgovina i ostale usluge, robna razmjena s inozemstvom i turizam*. Preuzeto s: <https://www.dzs.hr> (20. 2. 2019.)
3. Geopark Viški arhipelag. *Lokalni proizvođači*. Preuzeto s: <https://geopark-vis.com/lokalni-proizvodaci> (20. 2. 2019.)
4. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212> (20. 2. 2019.)
5. Fundación Camino de la Lengua Castellana. *Route of the Castilian Language*. Preuzeto s: http://www.caminodelalengua.com/intranet/descargas/clc_revista_turismo.pdf (20. 2. 2019.)
6. Turistička zajednica grada Komiže. *Modra špilja (Biševo)*. Preuzeto s: <https://www.tz-komiza.hr/aktivnosti/modra-spilja-bisevo> (20. 2. 2019.)
7. Turistička zajednica grada Visa. *Gastronomska ponuda otoka Visa*. Preuzeto s: <http://www.tz-vis.hr/> (20. 2. 2019.)
8. Turistička zajednica grada Visa. *Naselja otoka Visa*. Preuzeto s: <http://www.tz-vis.hr/Otok-Vis/Naselja.aspx?ban=94&fcat=5> (20.2.2019.)

9. Turistička zajednica grada Visa. *Viška regata*. Preuzeto s: <http://www.tz-vis.hr/Default.aspx?sifraStranica=200> (20. 2. 2019.)
10. Visit Greece. *Greece all time classic*. Preuzeto s: <http://www.visitgreece.gr/#&slider1=2> (20. 2. 2019.)
11. Visit Sicily. *Dove nasce la „Fusion“*. Preuzeto s: <http://www.visitsicily.info/en/> (8. 2. 2019.)

Abstract

Cultural tourism route *An Alphabet of History of Vis*

Historical events have left numerous traces not only in the material heritage of Vis but also in its local idiom, as shown by scientific researches of linguists, archaeologists and historians. It is also well known that linguistic elements are one of the distinctive features of cultural landscape and that linguistic heritage could be the main topic or an element in the description of the destination and the thematic cultural route. This research is focused on identifying traces of history in the local idiom, primarily those which reveal cultural and linguistic contacts. Their presence in the tourism of Vis has been investigated. Written sources about Vis, its history, cultural heritage and tourism have been analysed. A questionnaire has been sent to tourist agencies and guides with the aim to define the presence of linguistic heritage in the description of the destination and in the interpretation of physical artefacts from their point of view. Furthermore, Vis has been compared with some European and global destinations. Finally, a new cultural tourism route has been described and this route connects material and linguistic heritage and raises expectations that it could give visitors a new possibility to experience Vis as a destination of cultural tourism.

Keywords: cultural heritage, interpretation, tourism discourse, Vis

Stručni rad

Primljeno: 12. ožujka 2019.

Prihvaćeno: 27. studenog 2019.

UDK: 904:338.483.12(497.583 Solin)

Marko Kedžo¹

Salona – izazovi interpretacije u funkciji turističke valorizacije arheološkog lokaliteta²

Sažetak

Antički lokalitet Salona jedan je od najznačajnijih arheoloških lokaliteta, koji se zbog svoje iznimne vrijednosti nalazi u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske, a zbog značenja kojeg ima u smislu povijesnog razvoja grada Splita i Dioklecijanove palače kao i šire regije, postoji namjera da se isti nominira na UNESCO-vu listu dobara u kontekstu proširenja nominacije za Povijesnu jezgru Splita s Dioklecijanovom palačom. Nažalost, ovaj lokalitet usprkos svojoj vrijednosti nije na odgovarajući način revitaliziran niti se adekvatno njime gospodari, posebno u svjetlu rastućeg trenda potražnje za lokalitetima ove vrste. Jedan od ciljeva ovoga stručnoga rada bilo je, ponajprije, identificiranje ključnih problema koji sprečavaju valorizaciju lokaliteta na održiv i odgovoran način poput vlasništva, infrastrukture, interpretacije, institucionalne nadležnosti, a zatim adresirati iste probleme adekvatnim rješenjima. Posebna pažnja usmjerena je na prijedlog načina interpretacije vrijedne kulturno-povijesne baštine. Interpretacija se, u duhu suvremenih trendova *storytellinga*, predočava preko pjesničkih slika, odnosno preko pet ljudskih osjetila. Vizualni doživljaji posjetitelja, na koje se do sada oslanjala interpretacija Salone, trebaju ostati primarni alat komunikacije, ali kroz primjenu na tržištu već etabliranih tehnologija virtualne i proširene stvarnosti. Uz vizualnu komunikaciju treba implementirati i ostale oblike interpretacije s ciljem postizanja sinergijskog rezultata i to putem: auditivne interpretacije u obliku multimedijjskih sadržaja, gustativne kojom će se predstaviti autentična jela i pića, olfaktivne, putem mirisnih tema vezanih uz povijesna razdoblja antičkog Rima te taktilne interpretacije koja će se ostvariti kroz aktivni angažman posjetitelja u tradicionalnom obrtništvu, zanatstvu, igrama i ostalim načinima evociranja prošlosti.

Ključne riječi: Salona, valorizacija, interpretacija

1. Uvod

Salona je Solinski arheološki lokalitet smješten na desnoj strani toka rijeke Jadro uz Kaštelanski zaljev. Obuhvaća zelenu površinu od 50 ha na kojoj se prostiru ruševine grada iz antičkog i kasnoantičkog razdoblja koje su u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske registrirane pod oznakom Z-3936³. Uz brojne strukture iznad površine nebrojena je količina kulturno-povijesne baštine još uvijek pod

¹ Marko Kedžo, student, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu; mkedzo01@gmail.com

² Mentorica studenta za ovaj rad je prof. dr. sc. Lidija Petrić, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu; lipe@efst.hr

³ Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=31> (11. 3. 2019.)

zemljom. Tomu svjedoče brojne arheološke ekspedicije, ali i slučajna otkrića prilikom iskapanja koja su se događala proteklih desetljeća.⁴

Povijest Salone seže u 3. st. pr. Kr. kada je osnovana kao grčka trgovinska postaja na ušću rijeke Salone (današnji Jadro). Činila je poveznicu između gradova Tragurion (Trogir) i Epetion (Stobreč). Usponom rimske republike, a kasnije i Rimskog Carstva, Salona je, kao grad koji je povezivao Apeninski poluotok i jugoistočnu Europu, ubrzo postala sjedište rimske provincije Ilirik. Nakon potpunog poraza starosjedilačkih plemena Ilira, Salona je uživala mirnodopski urbanistički razvoj i snažnu graditeljsku aktivnost, ostatci koje su vidljivi i danas u obliku ruševina. Ranokršćanski je period ostavio dubok trag u obliku sakralnog kompleksa, krstionice i brojnih mozaika i sarkofaga. Padom Rimskog Carstva i ranosrednjovjekovnom seobom naroda Salona gubi moć i svoj utjecaj prenosi na budući Split (Šimunović i sur., 2011).

Lokacija Salone implicira involviranost dviju upravljačkih administrativnih razina, područne (Splitsko-dalmatinska županija) i lokalne (grad Solin) samouprave. Status Salone podrazumijeva sudjelovanje Ministarstva kulture koje preko Arheološkog muzeja u Splitu upravlja, vodi ekspedicije, prodaje ulaznice i sl. Za lokalitet je iznimno važna i TZ grada Solina koja svojim marketinškim naporima promovira lokalitet i baštinu koju posjeduje.

2. Analiza stanja

Dobar geografski položaj uz gust turistički promet i kapitalne investicije u obližnje hotelske kapacitete čine okruženje Salone i posljedično Solina izrazito povoljnim za razvoj novih proizvoda u domeni turizma. Razvoju Salone idu u prilog i moderni trendovi u turizmu poput popularizacije kulturnog turizma i jačanje entuzijastičnih skupina turista poput kulturnih kreativaca (Ray i Anderson, 2000) koji su orijentirani na sveobuhvatni pristup turizmu umjesto na pasivni odmor u obliku konzumiranja 3S-a: mora, pijeska i sunca. Nadalje, sve se veća važnost pridaje autohtonosti i izvornim vrijednostima, stoga ostatci antičke Salone predstavljaju izvrsnu podlogu za stvaranje originalnog proizvoda. Osim autohtonih znamenitosti, turiste sve više privlači i kontakt s rezidentima i upoznavanje lokalnog stila života, autohtonih tradicija i gastronomske ponude.

Iako Salona posjeduje brojne spomenike velike vrijednosti, primarni je problem atrakcijske osnove niska razina spremnosti, gdje čak niti značajem najvažnije atrakcije nisu spremne za turističko korištenje. Samo je područje Manastirina, ranokršćanskog groblja, donekle valorizirano. Daljnja prepreka/prilika stvaranju proizvoda jest činjenica da je područje arheološkog lokaliteta još uvijek u velikoj mjeri neistraženo. Procjenjuje se kako je arheološki obrađen samo jedan manji dio – od 10 do 30 % (Hudelist, 2017).

3. Prijedlog mjera upravljanja

Prostor arheološkog lokaliteta Salone katastarski je parceliziran. Mnoštvo je relativno manjih posjeda od kojih je većina u vlasništvu fizičkih osoba. Preduvjet izvršenja ikakvih planova i projekata valorizacije

⁴ Muzejski dokumentacijski centar. *Antička Salona*. Preuzeto s: <http://www.mdc.hr/split-arheoloski/hr/salona-1.html> (3. 3. 2019.)

kulturno-povijesne baštine okrupnjivanje je i nacionalizacija katastarskih čestica. Budući da su mnoge čestice u privatnom vlasništvu, potrebne su mjere poput otkupa zemljišta ili prijenosa prava korištenja zemljišta – *Transfer of Developing Rights* (Petrić, 2011). Prva varijanta predstavlja skup i relativno spor proces nacionalizacije privatnih zemljišta. Procjenjuje se kako je za nacionalizaciju 12,5 hektara Salone potrebno izdvojiti približno 44 milijuna kuna (Hudelist, 2017). U drugoj varijanti, zainteresiranim bi se poljoprivrednicima ustupilo zemljište unutar granica lokaliteta u zamjenu za njihovo koje obuhvaća kulturno dobro, pod uvjetom da se njime služe za ekološku poljoprivredu. Time bi se nužan trošak otkupa zemljišta znatno smanjio na povoljniju razinu te bi se uz to, otvorile dodatne mogućnosti koje pruža uključivanje agroturističkog pristupa valorizaciji kulturno-povijesne baštine.

Kad je riječ o zaštiti, nužno je osigurati pojedine atrakcije, odnosno, u ovom slučaju kulturno-povijesne spomenike, od daljnje degradacije, ali isto tako i voditi brigu o sigurnosti posjetitelja samog lokaliteta. Zaštita atrakcija uključuje konzervaciju spomenika, odnosno njihovu zaštitu od aktualnih elementarnih nepogoda, poput poplave ili odrona tla, nizom suvremenih metoda i tehnika koje ne umanjuju vizualno zadovoljstvo posjetitelja. Atrakcije bi se također trebale zaštititi od nedopuštenih radnji samih posjetitelja (Gunn, 2002), stoga se predlaže podizanje svijesti o vrijednosti i krhkosti baštine koja se nalazi u Soloni.

Ranije spomenuta slabost lokaliteta jest u dislociranosti od matičnog muzeja. Nakon činjeničnog razmatranja tog nelogičnog prostornog jaza predlaže se formiranje zasebne institucije odvojene od Arheološkog muzeja u Splitu. Spomenuta institucija pod nazivom Arheološki park Salona sadržavala bi muzejsku zbirku i imala ovlasti za provođenje istraživanja, iskapanja, čuvanje zbirke i prodaju ulaznica. Ovakav pristup omogućio bi posjetiteljima konzumiranje plaćenog proizvoda na jednoj jedinstvenoj lokaciji, umjesto na dosadašnje, višekilometarski udaljene, dvije. Dovođenje i izlaganje zbirke Antička Salona u Salonu imalo bi prije svega funkcionalnu, ali i simboličnu ulogu prvenstveno za ponos i osjećaj pripadnosti građana Solina jer čak 80 % eksponata u Arheološkom muzeju u Splitu sačinjavaju upravo artefakti iz Salone (Hudelist, 2017).

4. Interpretacija

Interpretacija salonitanske kulturno-povijesne baštine neadekvatna je i nedostojna lokaliteta takvog značaja. Ranije u tekstu spomenuta neriješena pitanja priječe put smislenom i sveobuhvatnom razvoju lokaliteta. Valorizacija baštine je, u srži, uvjetovana mnogim čimbenicima od kojih je najistaknutije pitanje vlasništva posjeda na kojima se nalazi kulturno dobro. Stoga je interpretacija moguća samo u slučaju primjene ranije navedenih mjera upravljanja.

Tilden (1977) smatra da je interpretacija edukativna aktivnost koja ima cilj otkriti smisao i kontekstualno značenje, a sve kroz upotrebu autohtonih objekata, vlastitog doživljaja i ilustrativnih medija umjesto komunikacije činjeničnih informacija. Cilj je stvoriti jedinstvenu interpretaciju koja će uronjavati posjetitelje u doživljaj i osvijestiti ih o širem kontekstu značenja kulturno-povijesne baštine. Prijedlog je ovoga rada sagledavanje i razumijevanje interpretacije preko pet ljudskih osjetila.

4.1. Vizualna interpretacija

Vizualna interpretacija predstavlja komunikaciju između atrakcije i posjetitelja koja se odvija preko osjetila vida. Najčešće je korišten medij vizualne komunikacije interpretacija preko interpretativnih ploča. Takav se oblik interpretacije treba odmaknuti od navođenja informacija u obliku odlomaka teksta i umjesto toga treba težiti jasnijoj i konkretnijoj komunikaciji, tj. iznošenju relevantnih činjenica.

Prijedlog je uvođenje interpretativnih ploča po razinama interesa (Page, 2007). Tri su razine promatranja spomenutih interpretativnih ploča. Prva razina obuhvaća prikaz atrakcije u izvornom, obnovljenom izdanju popraćenu s objašnjenjem koje odgovara na pitanje Što je to?. Riječ je o tekstu i ilustraciji koje će, bez iznimke, pogledati svaki posjetitelj. Druga razina priča priču i iznosi osnovne informacije o atrakciji, komu je i za što služila. Treća razina obuhvaća detaljno objašnjenje materije po segmentima, primjerice, kada je, kako i čime građena, njen značaj u životu Rimljana, legende i sl. Interpretativne ploče po razinama interesa često imaju izložene replike fizičkih artefakata koje pružaju posjetiteljima mogućnost da dotaknu i istraže iste odmah nakon čitanja, npr. *gladijus* i *galea* ispred gradskih zidina, gladijatorska kaciga ispred amfiteatra ili kazališna maska ispred teatra.

Slika 1. Prikaz interpretativne ploče po razinama interesa



Izvor: Muzejski dokumentacijski centar. *Antička Salona*.

Preuzeto s: <http://www.mdc.hr/split-arheoloski/hr/salona-1.html> (3. 3. 2019.) - obrada autora

4.1.1. Tehnologije virtualne stvarnosti (VR) i proširene stvarnosti (AR)

Virtualna stvarnost prikazuje se posjetitelju posredstvom naočala za virtualnu stvarnost. Riječ je o prijenosnom multimedijalnom centru koji sadrži zaslon i zvučnike. Sam uređaj ima vlastiti procesor, radnu memoriju i pohranu u koju je moguće učitati aplikaciju / multimedijalni sadržaj u 360 stupnjeva. Kao izvrstan primjer mogao bi poslužiti grad Rim sa svojim proizvodom virtualne stvarnosti koji posjetitelje iz multimedijalne dvorane šalje na ulice antičkog Rima u izvornom obliku.⁵

⁵ Roma experience. *Immersive 3D Ancient City & Colosseum Tour*. Preuzeto s: <https://www.romaexperience.com/rome-tours/rome-virtual-tour/> (8. 3. 2019.)

Glavna ideja iza korištenja virtualne stvarnosti kao alata interpretacije kulturno povijesne baštine jest interakcija posjetitelja s atrakcijom. Prikazivanje i razgledavanje rekonstruiranog izgleda Salone sa žiteljima, borbe gladijatora u amfiteatru i bitke s barbarima pred gradskim zidinama izvrsni su primjeri uronjavanja posjetitelja u sveobuhvatni doživljaj. Korištenjem virtualnih naočala i *joysticka* (palice za navigaciju i interakciju) moguće je organizirati igre i natjecanja u edukativnom duhu, razne virtualne kvizove znanja, vještina, kao i igre u kojima se posjetitelj može naći u ulozi gladijatora.

Slika 2. Dvorana za konzumiranje VR



Izvor: Roma experience. *Immersive 3D Ancient City & Colosseum Tour*.
Preuzeto s: <https://www.romaexperience.com/rome-tours/rome-virtual-tour/> (8. 3. 2019.)

Slika 3. Izvorni izgled Rima prikazan preko VR



Izvor: Roma experience. *Immersive 3D Ancient City & Colosseum Tour*.
Preuzeto s: <https://www.romaexperience.com/rome-tours/rome-virtual-tour/> (8. 3. 2019.)

Proširena stvarnost slična je tehnologiji virtualne stvarnosti, međutim, ona umjesto da posjetitelja pozicionira u bilo koje mjesto, bilo ono virtualno ili stvarno, omogućuje nadogradnju onog stvarnog. Tako bi posredstvom aplikacije posjetitelji mogli usmjeriti svoj pametni telefon prema nekoj atrakciji i vidjeti je u autohtonom, obnovljenom izdanju. Korištenje ove tehnologije također pruža brojne mogućnosti

interakcije posjetitelja s baštinom kroz igranje igara, edukativnih animacija i kvizova. Po uzoru na šibenski Projekt 3D AR⁶, izvrstan način obogaćivanja turističke ponude bila bi primjena AR tehnologije u obliku stvaranja lika, odnosno tumača koji će voditi posjetitelje kroz priču o Saloni. Očiti je kandidat za tu ulogu car Aurelije Valerije Dioklecijan, inače rođeni Salonitanac.

Slika 2. Juraj Dalmatinac *Virtual Guide*



Izvor: Momentum Studio. *Augmented Reality – Juraj Dalmatinac Virtual Guide*.
Preuzeto s: <http://www.momentum-studio.com/augmented-reality-juraj-dalmatinac-virtual-guide/> (8. 3. 2019.)

4.1.2. 3D tehnologija, tehnologija QR kodova i NFC čipova

Unutar potencijalnog interpretacijskog centra trebala bi se naći multimedijalna dvorana s 3D projektorom koji bi poslužio u prikazivanju edukativnih filmova u kojima se obrađuju razne teme (rimski načina života, poljoprivreda, proizvodnja i arhitektura). Način funkcioniranja je jednostavan. Projektor prikazuje 3D sadržaj u obliku nekoliko slojeva identične slike projicirane na platno. Gledatelj zatim stavlja posebne polarizirane naočale s filterima koje spajaju slojeve u jednu, trodimenzionalnu sliku.

Kada je riječ o razgledavanju salonitanskih arheoloških artefakata, eksponati bi trebali biti izloženi pod svjetlima i iza staklenog zida (Mason, 2003). Na samome staklu moguće je animirati posjetitelje vizualnim animacijama, ali i tekstom. Izvrstan dodatak doživljaju bio bi izložen QR kod za svaki pojedini artefakt čijim bi skeniranjem (svojim pametnim telefonom) posjetitelji bili poslani na mrežne stranice muzeja s 3D slikom u 360° i detaljnim opisom skeniranog artefakta. QR kodovi mogli bi se također postaviti na svakoj interpretacijskoj ploči kao poveznica prema multimedijalnim igrama ili dodatnoj literaturi za one koji žele znati više.

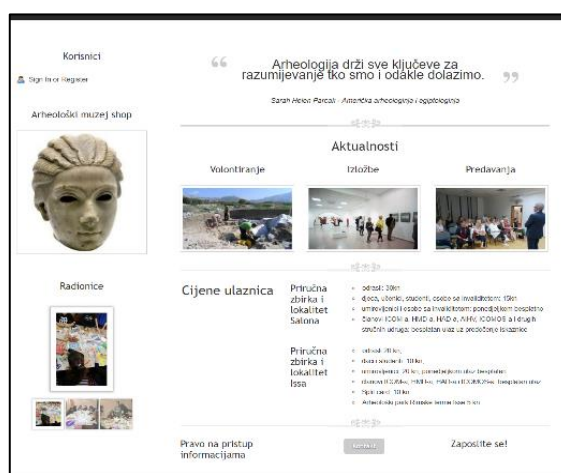
Near-Field Communication (NFC) čipovi, odnosno pločice, zasigurno nisu novina. Njihov rad temelji se na bežičnoj interakciji između NFC čipa i uređaja koji podržava NF komunikaciju ili drugog NFC čipa. NFC čip, koji može biti integriran u ulaznicu za lokalitet, može se koristiti kao alat za interakciju s interpretativnim pločama ili s pametnim telefonima posjetitelja. Individualni posjetitelji sami bi mogli kreirati svoju rutu unutar arheološkog parka i napredak pratiti na svojim pametnim telefonima.

⁶ Momentum Studio. *Augmented Reality – Juraj Dalmatinac Virtual Guide*. Preuzeto s: <http://www.momentum-studio.com/augmented-reality-juraj-dalmatinac-virtual-guide/> (8. 3. 2019.)

Skeniranjem, primjerice, NFC čipa na interpretativnoj ploči pametnim telefonom, mogu im se dati dodatne informacije o atrakciji do koje su upravo stigli, informacije o njihovom napretku u razgledavanju, preostale atrakcije, razni sadržaji u njihovoj blizini, ali i plan ruta unutar lokaliteta i evakuacijske procedure.

Zadnji korak u virtualnoj interpretaciji zasigurno mora biti prilagodba izgleda i strukture mrežne stranice lokaliteta. Postojeća mrežna stranica nije na nivou institucije kao što je Arheološki muzej u Splitu. Potrebna je zamjena ili osveženje postojeće u obliku modernog, interaktivnog i intuitivnog portala kojeg će posjetitelji zapravo koristiti u informiranju.

Slike 3. i 6. Prijedlog izgleda mrežne stranice



4.2. Auditivna interpretacija

Auditivna interpretacija simbiozno je vezana uz vizualnu. Kada se promatra kao zasebni alat interpretacije, auditivna interpretacija može naći nekoliko primjena. Spomenuta se interpretacija najčešće poistovjećuje s audioturama koje predstavljaju specifične vođene obilaske u kojima posjetitelji posredstvom slušalica i svog pametnog telefona dobivaju upute i interpretaciju atrakcija. Audiodatoteka može se učitati na pametni telefon preko ulaznice u lokalitet koja sadrži NFC čip.

Kako bi se posjetiteljima pružila vođena audiotura, moguće je iskoristiti i *bluetooth* tehnologiju. Unutar interpretacijskih ploča postavio bi se napajani čip s malo memorije i *bluetooth* odašiljačem. Posjetitelji bi dolaskom u blizinu interpretativne ploče (oko 30 metara udaljenosti) bili u mogućnosti upariti svoj pametni telefon s interpretativnom pločom. Na memoriju ploče mogu se učitati mnogi sadržaji, npr.: zapisi audioture koje posjetitelji mogu slušati preko slušalica na svom pametnom telefonu, informacije o atrakciji, karta lokaliteta itd.

Dodavanje zvučnika u interpretativne ploče postavlja mogućnost reprodukcije ambijentalnih zvukova, tj. zvučnici bi tijekom tura reproducirali razne pozadinske zvukove. Primjerice, kod salonitanskog amfiteatra reproducirao bi se zvuk pijeska arene, navijanje rimskog populusa i zveckanje oružja; kod teatra reproducirala bi se ambijentalna glazba i recitacije rimskih pjesnika i dramatičara, a kod zidina reproducirali bi se ambijentalni zvukovi borbe, pjesme i razgovora rimskih vojnika na latinskom jeziku.

4.3. Gustativna interpretacija

Gustativna interpretacija odnosi se na širok dijapazon autohtonih jela, pića i proizvoda koji bi u ovom specifičnom slučaju mogli biti proizvodno direktno vezani za prostor arheološkog parka. Naime, kao dio rješavanja imovinsko-pravnih poteškoća ranije u radu predloženo je sklapanje TDR ugovora s vlasnicima posjeda na kulturnim atrakcijama. Zainteresiranim poljoprivrednicima (vinogradarima, maslinarima, pčelarima, cvjećarima), u zamjenu za postojeću koja obuhvaća kulturni resurs, ustupila bi se zemlja također unutar Arheološkog parka, koju bi iskorištavali sukladno svojoj poljoprivrednoj djelatnosti. Posebna se briga treba usmjeriti na ekološku proizvodnju što uključuje uzgoj autohtonih sorata i biljaka, njihovo održavanje i obrada na izvorni način.

Nakon okupljanja poljoprivrednika idući korak bilo bi njihovo zajedničko brendiranje. Predlaže se formiranje udruge salonitanskih proizvođača pod nazivom *Agricolae Salonitarum*. Zajednički brend trebao bi podići percepciju kvalitete proizvoda, pomoći u zajedničkom oglašavanju, ali i potaknuti ponos i osjećaj pripadnosti lokalne zajednice. Savez salonitanskih proizvođača primarno bi opsluživao posjetitelje lokaliteta kojima bi svi proizvodi bili dostupni na degustaciju i kupnju. Kao dio posjeta arheološkom parku može se uključiti i agroturistički pristup u obliku obilaska zemljišta salonitanskih poljoprivrednika i aktivnog sudjelovanja u branju i obradi sirovina.

Slika 7. Ilustracija potencijalnog grba salonitanskih poljoprivrednika

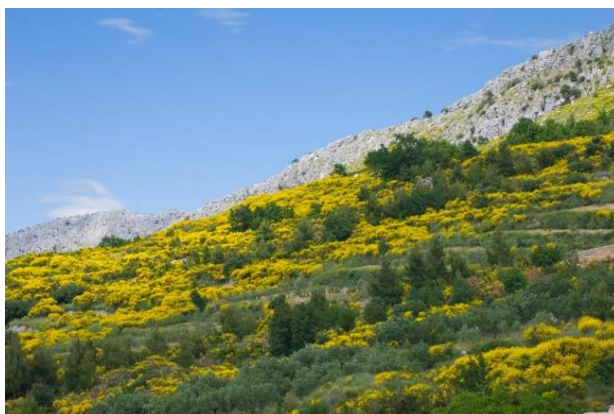


4.4. Olfaktivna interpretacija

Olfaktivna interpretacija uživanje je specifičnih autohtonih mirisa koji posjetitelje uranjaju u iskustvo šetnje antičkim rimskim gradom. Implementacija ovakve vrste interpretacije zasigurno je najlakša. U sklopu arheološkog parka trebalo bi se naći mjesta za hortikulturene vrtove s autohtonim mediteranskim biljkama, kao i štandovi s mirisnom tematikom. U sklopu branda salonitanskih proizvođača predlaže se uključivanje proizvođača cvijeća i bilja iz mikroregije. Njihova potencijalna suradnja sa strukom može stvoriti set mirisa koji evocira sjetnost na antički Rim i Dalmaciju.

Tematski miris arheološkog parka Salona mogao bi biti miris biljke brnistre, koja u kasno proljeće oboji padine Kozjaka i Mosora u jarko žutu boju. Po nekim izvorima porijeklo antičkog imena grada Splita (Spalatum) izvedenica je grčkog imena biljke brnistre, odnosno Aspalathos/Spalatos (Ἀσπάλαθος).⁷ Biljka brnistra samo je jedna od mnogih specifičnih mediteranskih primjera flore. Neki od najznačajnijih su kadulja, lavanda, smilje i ružmarin. O svakoj biljci može se ispričati zasebna priča, koja uz osjet njuha, postaje itekako pamtljiva. Mirisne pločice i bočice s eteričnim uljem trebale bi biti na svim punktovima arheološkog parka, od prijamnog pulta, preko muzejskih prostorija, do svake interpretativne ploče na otvorenom. Prijedlog je da svaka atrakcija ima svoj specifični miris i mikrovrt.

Slika 8. Padine Mosora u kasno proljeće



Izvor: Visit Podstrana. *Biljni i životinjski svijet Podstrane*. Preuzeto s: <http://visitpodstrana.hr/opodstrani/biljni-i-zivotinjski-svijet-podstrane/> (8. 3. 2019.)

4.5. Taktilna interpretacija

Taktilna interpretacija predstavlja aktivno sudjelovanje posjetitelja u kreiranju proizvoda arheološkog lokaliteta. Neizostavna je ako se na posjetitelje želi ostaviti kompletan utisak i doživljaj. Riječ je o brojnim vrstama radionica koje su primarno namijenjene djeci:

- lončarstvo – učenje zanata oblikovanja keramičkog posuđa i objekata od gline
- klesanje kamena – korištenje jednostavnih alata pri oblikovanju malih mramornih stijena
- rimski *tableti* – pisanje s komadićem drva po voštanim pločicama
- izrada košara, ribarskih mreža i suvenira od grana biljke brnistre
- sudjelovanje u branju plodova i njihovoj obradi (loza – vino, masline – ulje)
- oslikavanje tkanina i keramičkog posuđa brnistrinim pigmentom
- izrada sapuna s mirisima antičkog rima
- izrada nakita i mozaika od stakla, keramike ili kamena.

Podrazumijeva se da dio prostora arheološkog parka treba biti zaštićen i isključen iz opće upotrebe. Predlaže se da ostatak područja bude uređen kao javni park, dostupan svima kao mjesto kontemplacije, susreta, druženja, razmjene misli i igre. Namjena je ovakvog *dnevnog boravka* jačanje pripadnosti i

⁷ Visit Split. *Otkud nam je došlo ime Split?* Preuzeto s: <https://visitsplit.com/hr/2771/otkud-nam-je-doslo-ime-split> (1. 3. 2019.)

svijesti lokalnog stanovništva o bogatoj prošlosti i nasljeđu. Uređenje ove javne površine trebalo bi biti tematsko, s motivima antičkog Rima, međutim, u kombinaciji sa suvremenim tehnološkim rješenjima.

5. Zaključak

Manjkava i nekvalitetna ponuda, neadekvatna infrastruktura, neriješeni imovinsko-pravni odnosi i paradoksalno organizacijsko uređenje samo su neki od problema koji su doveli do zapostavljanja ove nacionalne, ali i međunarodno važne uspomene na antičko i kasnoantičko doba. Izniman turistički potencijal Salone može se, međutim, otključati omogućavanjem razvoja kroz rješavanje spomenutih preduvjeta, ponajviše problema vlasništva, te uz pomno planiranje medija komunikacije s posjetiteljima arheološkog parka, odnosno interpretacije.

U ovome radu predložen je novi model interpretacije koji adresira ključni problem kulturno-povijesne baštine – statičnost. Interpretacija kroz pet ljudskih osjetila pokušaj je potpunog uranjanja posjetitelja u doživljaj antičke Salone. Posjetitelj kroz svaki *input* sastavlja priču i vlastiti doživljaj. Posjetitelju je primarni način komuniciranja baštine vizualni *input* koji je potpomognut pratećim podražajima u obliku zvuka i mirisa koji njegovu uključenost u konzumiranje iskustva podižu na višu dimenziju. U konačnici, gustativna i taktilna interpretacija predstavljaju konkretiziranje stvorenih uspomena te svojevrsno zaokruživanje cjeline. Ovakva vrsta interpretacije utemeljena je na sedam temeljnih ICOMOS-ovih (2008) načela interpretacije koja istoj daju zadaću popularizacije i širenja svijesti te razumijevanja baštine. S obzirom na rapidan razvoj tehnologije i tehnologijom potpomognute interpretacije/prezentacije, razvoj inovativnih autentičnih turističkih proizvoda logičan je planerski potez.

Uz inovativnost fokus je stavljen na autentičnost, održivost i širenje konteksta interpretacije. Širi kontekst interpretacije predstavlja prenošenje potpune slike posjetiteljima, slike koja je nepotpuna bez nekadašnjih i sadašnjih žitelja grada Solina. Lokalnoj zajednici pripada posebno mjesto u stvaranju i daljnjem razvoju Salone i stoga je, projekt arheološkog parka Salone namijenjen upravo njima i predstavlja njihovu baštinu. Ukoliko ovaj rad na najmanji način doprinese valorizaciji Salone, jačanju svijesti lokalne zajednice ili pogledu na interpretaciju kulturno-povijesne baštine, ostvario je cilj i želju autora.

Literatura

1. Gunn, C. (2002). *Tourism planning*. New York: Routledge.
2. Hudelist, D. (1. 12. 2017.). Salona. *Darko Hudelist*. Preuzeto s: <http://www.darkohudelist.eu/det.php?id=117> (3. 3. 2019.)
3. ICOMOS. (2008). *ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites*. Quebec: ICOMOS.
4. Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Oxford: Elsevier.
5. Page, S. (2007). *Tourism management*. Oxford: Elsevier.
6. Petrić, L. (2011). *Upravljanje turističkom destinacijom*. Split: Ekonomski fakultet.
7. Ray, H. P. i Anderson, S. R. (2000). *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World*. New York: Harmony Books.
8. Šimunović, I. i sur. (2011). *Gradovi i regije hrvatskog priobalja*. Zagreb: Školska knjiga.

9. Tilden, F. (1977). *Interpreting Our Heritage*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Internetski izvori

1. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=31> (11. 3. 2019.)
2. Momentum Studio. *Augmented Reality – Juraj Dalmatinac Virtual Guide*. Preuzeto s: <http://www.momentum-studio.com/augmented-reality-juraj-dalmatinac-virtual-guide/> (8. 3. 2019.)
3. Muzejski dokumentacijski centar. *Antička Salona*. Preuzeto s: <http://www.mdc.hr/split-arheoloski/hr/salona-1.html> (3. 3. 2019.)
4. Roma experience. *Immersive 3D Ancient City & Colosseum Tour*. Preuzeto s: <https://www.romaexperience.com/rome-tours/rome-virtual-tour/> (8. 3. 2019.)
5. Visit Podstrana. *Biljni i životinjski svijet Podstrane*. Preuzeto s: <http://visitpodstrana.hr/opodstrani/biljni-i-zivotinjski-svijet-podstrane/> (8. 3. 2019.)
6. Visit Split. *Otkud nam je došlo ime Split?* Preuzeto s: <https://visitsplit.com/hr/2771/otkud-nam-je-doslo-ime-split> (1. 3. 2019.)

Abstract

Salona – Challenges of Interpretation in Function of Tourist Valorisation of Archaeological Site⁸

The ancient site of Salona is one of the most significant archaeological sites, which is, due to its exceptional value added to the Register of Cultural Goods of the Republic of Croatia. Due to its significance for the historical development of the city of Split and Diocletian's Palace, as well as the broader region, there has been an intention to nominate it for the UNESCO's heritage list in the context of extension of the nomination for the historic centre of Split with Diocletian's Palace. Unfortunately, this site, in spite of its value, has not been revitalized properly, nor has it been managed appropriately, especially considering the growing trend of tourist demand for similar sites. It is therefore one of the paper's objectives, to identify key problems that prevent sustainable valorisation of this site, such as property ownership, infrastructure, interpretation, institutional jurisdiction, and to attempt to offer adequate solutions for the aforementioned problems. A special attention has been put on the interpretation of priceless cultural and historical heritage. The interpretation is presented through poetic imagery, that is, via five human senses and the concept follows modern story-telling trends. The interpretation of heritage in Salona has mostly focused on visual communication with visitors. This communication should remain the primary mean of interpretation, but through the application of technologies such as virtual and augmented reality. Along with visual communication, other forms of interpretation should be implemented in order to achieve synergy. For instance: auditory interpretation in the form of multimedia content, gustatory interpretation which will present the authentic dishes and drinks, olfactory interpretation through scents related to Ancient Rome and tactile interpretation which will be achieved through the active engagement of visitors in traditional crafts, games, and other ways to evoke the past.

Keywords: Salona, valorisation, interpretation

⁸ Student's mentor for this article is Lidija Petrić, PhD, professor, University of Split, Faculty of Economics, Business and Tourism; lipe@efst.hr

Stručni rad
Primljeno: 15. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 9. studenog 2019.
UDK: 338.483.12(497.571 Vrsar)

Hermína Maras Benassi¹

Ketrin Jurica²

Inovativna interpretacija baštine u svrhu osnaživanja promocije Vrsara³

Sažetak

Područje Vrsara, na zapadnoj obali Istre, bilo je nastanjeno od prapovijesti, a izgradnja se tijekom srednjega vijeka koncentrirala na brežuljku oko ljetne rezidencije porečkih biskupa. Gradić bogate, a nedovoljno valorizirane kulturno-povijesne baštine, na godišnjoj razini ostvaruje preko 1,6 milijuna noćenja što ukazuje da bi Vrsar, kvalitetnom i raznolikom inovativnom ponudom te boljom promocijom, svoje neiskorištene potencijale mogao učiniti dostupnima raznim segmentima potražnje nudeći sadržaje i doživljaje i izvan glavne turističke sezone. Kako bi se postigao cilj istraživanja, a to je identifikacija i razumijevanje komparativnih prednosti Vrsara kao baze definiranja koncepta inovativne interpretacije baštine, *benchmarkingom* (usporedbom s osnovnim pokazateljem) evaluirane su komparativne prednosti odabranih primjera dobre prakse – gradova San Gimignano i Ravenna u Italiji. Ravenna i San Gimignano, kao primjeri dobre prakse, svojim gostima nude cjelogodišnje sadržaje promocijom i na službenim stranicama destinacijske menadžment organizacije. Uspoređene su strategije Vrsara s onima odabranih konkurenata kako bi se došlo do spoznaje o nedostacima i mogućnostima realizacije boljih rezultata. Pri tome se polazilo od istraživačkog problema – nedovoljne turističke valorizacije povijesne baštine Vrsara. Svrha je rada temeljem identificiranih komparativnih prednosti Vrsara utvrditi koncepte moguće inovativne interpretacije kulturno-povijesne baštine i promocije turističke destinacije. Nakon kratkog predstavljanja povijesti svakoga od navedenih gradova, analizirana je njihova kulturna i prirodna baština te digitalna promociju na službenim stranicama. U radu su predloženi novi turistički doživljaji kao dopuna postojećoj ponudi Vrsara, a sve je temeljeno na bogatoj povijesnoj baštini i suradnji među interesnim dionicima u turizmu.

Ključne riječi: kulturna baština, *benchmarking*, inovativna interpretacija baštine, Vrsar

1. Uvod

U ovome se radu obrađuju mogućnosti razvoja novih turističkih doživljaja na području Općine Vrsar. Vrsar je naselje s marinom i općinsko središte na zapadu istarskog poluotoka, smješteno desetak

¹ Hermína Maras Benassi, studentica, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarnu, talijanske i kulturološke studije; hbenassi@unipu.hr

² Ketrin Jurica, studentica, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarnu, talijanske i kulturološke studije; kjurica@unipu.hr

³ Mentorica studentica za ovaj rad je izv. prof. dr. sc. Tea Golja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za interdisciplinarnu, talijanske i kulturološke studije; tgolja@unipu.hr

kilometara južno od Poreča.⁴ Prema popisu iz 2011. godine imao je 1842 stanovnika⁵ koji se najviše bave turizmom. Područje Općine Vrsar ima razvedenu obalu sa 18 nenastanjenih otoka i otočića te brojne uvale i zaljeve. U srednjovjekovnim dokumentima javljaju se razne varijante naziva Vrsar dok je u rimsko i bizantsko doba bio poznat kao Ursaria, od riječi *ur* što označava izvor.⁶ Smještena na sjeveroistoku Italije, Ravenna je sa 391 345 stanovnika⁷ glavni grad istoimene pokrajine u regiji Emilia-Romagna. Nekada je bila morska luka, a sada je udaljena 8 km jer je zasuta nanosima rijeke Po (Pad). San Gimignano srednjovjekovni je pitoreskni gradić koji se nalazi u talijanskoj regiji Toscana, u pokrajini grada Siene. Smješten je na brežuljku iznad rijeke Else. Nazivaju ga i Manhattanom srednjega vijeka, a slavu je stekao zahvaljujući brojnim tornjevima koji se nalaze na području grada.⁸ Početkom 2019. godine imao je 7774 stanovnika.⁹

2. Razrada teme

Sukladno postavljenom cilju istraživanja u ovome radu uspoređuju se komparativne prednosti Vrsara s gradovima San Gimignano i Ravenna kako bi se utvrdila mogućnost inovativne interpretacije kulturno-povijesne baštine i promocija destinacije. Na samome početku predstavlja se povijest svakoga grada, zatim slijedi analiza prirodne i kulturne baštine te turističkih pokazatelja. Kako bismo na najbolji mogući način dobili uvid u prednosti i nedostatke, uspoređeni su digitalni oblici promocije triju gradova koji su zatim argumentirani. Na kraju su predloženi novi turistički doživljaji koje bi Vrsar mogao implementirati u svoju ponudu kako bi svoju kulturno-povijesnu baštinu učinio atraktivnijom.

2.1. Povijesni kontekst razvoja odabranih gradova

U blizini Vrsara, u spilji svetog Romualda pronađeni su tragovi paleolitske kulture, ali etnička pripadnost tih stanovnika nije poznata. U rimsko doba Vrsar je bio važno trgovište, što dokazuje i Tabula Peutingeriana iz 3. ili 4. stoljeća gdje je Vrsar imenovan Ursaria.¹⁰ Via Flavia prolazila je zaleđem Vrsara, a povoljni utjecaj na razvoj trgovine imala je Ravenna koja se nalazila na suprotnoj strani Jadrana. Malo je podataka o Vrsaru iz ranoga srednjega vijeka, ali arheološki nalazi slavenske keramike potvrđuju prisutnost Hrvata na tom području. Izgradnja Vrsara tijekom srednjega vijeka koncentrirala se na brežuljku oko ljetne rezidencije porečkih biskupa. Utemeljena nakon Milanskog edikta 313. godine, Porečka je biskupija imala agrarni posjed između rijeke Mirne i Limskog kanala koji se zvao *Territorium sancti Mauri*, prema porečkom mučeniku i patronu. Iz darovnice porečkoga biskupa Eufrazija 543. godine nazvane *Privilegium Euphrasianum* iščitavamo da je Vrsarština bila crkvena grofovija Porečke biskupije te da je porečki biskup, osim crkvene, nad njom imao i svjetovnu jurisdikciju. Darovnica iz 983. godine kojom car Oton II. vrsarski kaštel daruje porečkom biskupu, prvo je spominjanje Vrsara u srednjem vijeku. Vrsarska grofovija postojala je do 1778. godine.

⁴ Istarska enciklopedija. *Vrsar*. Preuzeto s: <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=3029> (1. 3. 2019.)

⁵ Državni zavod za statistiku. Preuzeto s: <https://www.dzs.hr/> (26. 2. 2019.)

⁶ Montraker. *O marini Vrsar*. Preuzeto s: <http://montraker.hr/index.php/hr/marina-vrsar-2/o-nama> (4. 3. 2019.)

⁷ Istituto Nazionale di Statistica. *Popolazione e famiglie*. Preuzeto s: <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=18561> (24. 2. 2019.)

⁸ Visit Tuscany. *San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.visituscany.com/it/localita/san-gimignano/> (28. 2. 2019.)

⁹ Ibid. 5

¹⁰ Općina Vrsar. Preuzeto s: <https://www.vrsar.hr/> (26. 2. 2019.)

Ime Ravenna javlja se 82. g. pr. Kr. Smatra se da su prvi stanovnici Ravenne bili talijanski narodi koji su se preselili na jug iz Aquileje 1400. g. pr. Kr. Kasnije su grad zauzeli Etruščani i Gali.¹¹ Ravenna je bila prijestolnica Zapadnog Rimskog Carstva u 5. stoljeću, a od 6. do 8. stoljeća središte Ostrogota i Bizanta (Huton, 1913). U tom razdoblju Ravenna doživljava snažan urbanistički razvoj, grade se mnoge svjetovne i crkvene građevine te cvjeta kultura. Ravenska umjetnost i arhitektura spoj je rimske umjetnosti i bizantskih mozaika. Nakon Langobarda, koji su kratkotrajno zauzeli grad sredinom 7. stoljeća i doveli do kraja dominaciju Bizanta na obalama sjeverne Italije, franački kralj Pipin Mali darovao je grad Papinskoj državi. Unatoč svjetovnoj vlasti Ravennom su vladali nadbiskupi koji su od Bizanta dobili povelju o autokefalnosti. U kasnom srednjem vijeku grad je bio pod vlašću Mletaka, a sredinom 19. stoljeća pripojen je Kraljevini Italiji.

Ozbiljniji tragovi postojanja života na području San Gimignano datiraju iz etruščanskoga doba, ali su iz kasnijih razdoblja pronađene, npr. grobnice iz helenističkog razdoblja u povijesnoj jezgri grada. Povijest grada započinje u 10. stoljeću formiranjem starogradske jezgre te u isto vrijeme dobiva ime po biskupu iz Modene – San Gimignano¹². Godine 998. San Gimignano je bio feud biskupa iz Volterre. Razvoju grada u srednjem vijeku doprinosi Via Francigena koja je prolazila kroz ovo područje pa grad postaje zaustavna točka za sve hodočasnike na putu prema Rimu. Grad biva 1199. godine proglašen slobodnom općinom.¹³ Samostalnost održava do 1353. godine kada se predaje firentinskoj vlasti. Povod je bila epidemija kuge koja je 1348. godine poharala grad te ekonomske i demografske neprilike prethodnih godina.

2.2. Prirodna i kulturno-povijesna baština u kontekstu valorizacije i zaštite

Malo ribarsko mjesto Vrsar bogato je prirodnom baštinom u kojoj se osim otoka i otočića u njezinom arhipelagu posebno ističe šuma Kontija (zaštićeno područje kao rezervat šumske vegetacije) i Limski zaljev (zaštićeno područje kao rezervat u moru i zaštićeni krajolik). Projekt *Kontija-Lim* obrađuje održivo upravljanje zaštićenim područjem, a pretpostavlja edukacije, radionice, seminare, uređenje pješačko-biciklističkih staza te izgradnju znanstveno-edukacijskog centra.¹⁴ Jedan od najistaknutijih obilježja Vrsara je vrsarski kamen, nazivan *Pietra d' Orsera* i istarski kamen koji je eksploatiran u mnogobrojnim kamenolomima na vrsarskom području tijekom svih povijesnih razdoblja. Jedan od kamenoloma nalazi se na otočiću Sveti Juraj ispred Vrsara, a veličinom kamenolom Montraker najvažnije je nalazište kamena na području Vrsara koji se nalazi sjeverozapadno od starogradske jezgre. Kamen se u njemu počeo vaditi vjerojatno u prapovijesno doba, dok se kontinuitet vađenja kamena može pratiti od postojanja Vrsarske grofovije do sredine 20. stoljeća. Neki autori u knjizi Bošnjaka (2005) (Berlam, Rodolico, Vercone, Mlotić) smatraju da je Teodorikov mauzolej u Ravenni mogao biti izgrađen upravo kamenom s Montrakera zbog veza između Istre i Ravenne još od antičko-rimskog vremena. Talijanski graditelji i kipari navraćali su u Vrsar radi nabave kamena, među njima Leonardo Tagliapietra i Antonio Rizzo. Prvi podatci o izvozu kamena potječu iz 14. stoljeća.

¹¹ Enciklopedija Britannica. *Ravenna*. Preuzeto s: <https://www.britannica.com/place/Ravenna-Italy> (1. 3. 2019.)

¹² Tuscany Charming. *San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.tuscany-charming.it/it/localita/sangimignano.asp> (1. 3. 2019.)

¹³ Comune di San Gimignano. *Cenni storici*. Preuzeto s: <https://www.comune.sangimignano.si.it/it/turismo-cultura/turismo/scoprire-la-citta/cenni-storici> (1. 3. 2019.)

¹⁴ Glas Istre. Preuzeto s: <https://www.glasistre.hr/> (11. 9. 2018.)

Vrsar obiluje nedovoljno valoriziranom i poznatom kulturno-povijesnom baštinom. Tako su ostatci nekadašnje ranokršćanske crkve Majke Božje u vrsarskom pristaništu pronađeni 1935. godine, a dio podnog mozaika očuvan je do danas. Bruno Poropat, uzimajući u obzir veze s Ravenom, pita se nisu li Vrsarani ovim mozaicima htjeli biti značajni kao Ravenjani (Bošnjak, ur., 2005). Stari grad u Vrsaru, sa svojim uskim uličicama, velikim i malim gradskim vratima, vidikovcima i Kaštelom, živne tijekom ljetnih mjeseci, ali je turistička ponuda ograničena i nedovoljno doživljajna (Sladoljev, 2017).

Ravenna je grad iznimno bogate povijesti i kulture s diversificiranom ponudom za svako godišnje doba. Ističemo očuvane mozaike iz 5. i 6. stoljeća koji se nalaze u ranokršćanskim i bizantskim građevinama uvrštenim na UNESCO-vu Listu svjetske kulturne baštine (mauzolej Galle Placidije, Arijanska krstionica, Nova bazilika svetog Apolinarija, Neonova krstionica, Nadbiskupska kapelica, bazilika svetog Vitalea i Teodorikov mauzolej) zbog svoje iznimne univerzalne vrijednosti, jedinstvenosti i izvrsnosti umjetničkog izričaja.¹⁵ Poznata je i ravenska Biblioteca Classense u kojoj se nalaze mnoge inkunabule, rukopisi i pergamenti, a u posebnoj se dvorani nalaze dva djela Dantea, rođenog Ravenjanina.¹⁶ Prirodnu baštinu Ravenne osim parkova i botaničkih vrtova čini i Park delte rijeke Po koji spada u zaštićena područja, a posjetiteljima nudi razne aktivnosti i edukativne sadržaje.

Povijesno središte San Gimignano pod zaštitom je UNESCO-a zbog svojih srednjovjekovnih karakteristika. Njegova su posebnost brojni tornjevi koji su u srednjem vijeku predstavljali najveći simbol moći. Pretpostavlja se da je grad u razdoblju od 11. do 13. stoljeća brojao njih 72, jednako toliko bilo je imućnih obitelji na tome području koje su ih gradile. Danas je ostalo sačuvano četrnaest tornjeva.¹⁷ Kako su tornjevi u privatnome vlasništvu, turistički je moguće posjetiti jedino toranj Torre Grossa koji se nalazi u sklopu Komunalne palače. Radi povećanja atraktivnosti i posjećenosti tornja u 2017. godini pokrenut je projekt *Medieval Vertigo*, odnosno 3D *videomapping*¹⁸ kojim se posjetiteljima prikazuju važni kulturno-povijesni događaji grada kako bi doživjeli put u prošlost.¹⁹ Istraživanjem smo naišli na podatak da je u 2014. godini započeo eksperimentalni projekt implementacije *storytellinga* i proširene stvarnosti *ArtGlass* u Gradskome muzeju s ciljem valorizacije kulturne baštine. Projekt podrazumijeva *videostorytelling* i 3D animaciju, osmišljen na način da posjetitelji dožive povratak u srednji vijek, i to na način da se ožive freske koje skrivaju nepoznate detalje.²⁰

Temeljem navedenoga, a po uzoru na San Gimignano, možemo vidjeti da mjesta za razvoj i napredak inovativne interpretacije baštine ima. Radi pružanja novih iskustava Vrsar bi se mogao koristiti inovativnim načinima interpretacije baštine poput *storytellinga* i proširene stvarnosti čime bi doživljajno iskustvo bilo potpuno. Iako, valja napomenuti da se u Vrsaru nudi *storytelling* tura *Casanova tour* koja kroz ljubavnu priču Giacoma Casanove posjetitelje upoznaje s Vrsarom na drugačiji način.

¹⁵ UNESCO. *Early Christian Monuments of Ravenna*. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org/en/list/788> (2. 3. 2019.)

¹⁶ Hrvatska enciklopedija. *Ravenna*. Preuzeto s: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=51983> (2. 3. 2019.)

¹⁷ TuscanyPeople. *San Gimignano e le sue torri*. Preuzeto s: <https://www.tuscanypeople.com/torri-di-san-gimignano/> (2. 3. 2019.)

¹⁸ Associazione Civita. *Medieval Vertigo: videomapping 3D sulla Torre Grossa di San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.civita.it/News/Medieval-Vertigo-videomapping-3D-sulla-Torre-Grossa-di-San-Gimignano> (6. 3. 2019.)

¹⁹ Musei Civici di San Gimignano. *Palazzo Comunale*. Preuzeto s: <http://www.sangimignanomusei.it/comune.htm> (4. 3. 2019.)

²⁰ Musei Senesi. *San Gimignano sperimenta gli ArtGlass*. Preuzeto s: <http://www.museisenesi.org/articoli/san-gimignano-sperimenta-gli-artglass> (6. 3. 2019.)

2.3. Turistički pokazatelji

Motivi dolaska turista u Hrvatsku, uz pasivni odmor i opuštanje, nova su iskustva i doživljaji, gastronomija, upoznavanje prirodnih ljepota, kulturnih znamenitosti i događaja. Internet je glavni izvor informacija turistima koji dolaze u Hrvatsku (44 %), dok putem različitih medija informacije prikuplja 25 % turista (Institut za turizam, 2018). U nastavku ćemo prikazati turističke pokazatelje kako bismo mogli utvrditi strukturu smještajnih kapaciteta i broj dolazaka u pojedinu destinaciju.

Vrsar je prema podacima Turističke zajednice Istarske županije u 2018. godini ostvario 225 717 dolazaka i 1,65 milijuna noćenja, a na području Vrsara dominiraju kampovi.²¹ Godine 2013. imao je 18 040 postelja (Institut za turizam, 2014). U pokrajini Ravenni dominiraju hoteli s tri zvjezdice, slijede *bed&breakfast* i apartmani u domaćinstvu. Ukupni kapacitet pokrajine je oko 77 000 postelja. Nesrazmjer oko broja postelja pripisujemo nemogućnosti primjene jednakog kriterija pa smo se morali voditi dostupnim podacima.

U prvih osam mjeseci 2017. godine Ravenna je ostvarila 1,28 milijuna dolazaka i 5,76 milijuna noćenja. U 2017. godini ravenske muzeje i slične strukture posjetilo je gotovo 815 000 posjetitelja.²² Vrsar je površinom i brojem stanovnika puno manji od Ravenne, a statistika oko broja posjetitelja vrsarskih atrakcija nije dostupna. San Gimignano je 2017. imao 184 856 dolazaka i oko 489 000 noćenja.²³ Statistiku oko broja posjetitelja nije dostupna ni za San Gimignano.

2.4. Usporedba oblika digitalne promocije i argumentacija

Postoji mnogo definicija *benchmarkinga*, ali sve se svode na to da *benchmarking* služi unapređenju poslovanja usporedbom poslovnih modela najboljih. Cilj je postati još bolji. U Tablici 1. kroz trinaest kategorija uspoređuju se digitalni oblici promocije Vrsara, San Gimignana i Ravenne. Cilj nam je usporedbom vidjeti kako u digitalnoj promociji stoji Vrsar u odnosu na konkurente. Očekujemo da će Ravenna kao grad s atrakcijama na UNESCO-oj Listi svjetske kulturne baštine imati i najbolju digitalnu promociju.

Tablica 1. Digitalni oblici promocije Vrsara, San Gimignana i Ravenne

	VRSAR	SAN GIMIGNANO	RAVENNA
višejezične službene stranice	hrvatski, slovenski, talijanski, njemački, engleski	engleski, talijanski	talijanski, engleski, njemački, francuski, ruski
povijest grada	opisana kruto i teorijski	opisana kruto i teorijski	opisana kruto i teorijski
vodiči kroz grad	plan grada, turistički vodiči	plan grada, prijedlog itinerara	plan grada, turistički vodiči

²¹ Turistička zajednica Istarske županije. *Dolasci i noćenja turista u Istri*. Preuzeto s: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (23. 1. 2019.)

²² Regija Emilia-Romagna. *Statistica Turismo*. Preuzeto s: <http://statistica.regione.emilia-romagna.it/turismo> (4. 3. 2019.)

²³ Regija Toscana. Preuzeto s: <http://www.regione.toscana.it/> (4. 3. 2019.)

prirodne atrakcije	da	da	da
društvene atrakcije	da	da	da
društvene mreže	Facebook, Twitter	ne	Facebook, Twitter, Instagram
mobilna aplikacija	da	da	da
foto i video galerija	foto galerija	ne	video i na YouTube-u
događanja	cjelogodišnji kalendar događanja	cjelogodišnji kalendar događanja	cjelogodišnji kalendar događanja
gastronomija	da	da	da
mrežna rezervacija smještaja	da	da	da
brošure	da	ne	da
dostupnost informacija	da	da	da

Izvori: Općina Vrsar. Preuzeto s: <https://www.vrsar.hr/> (26. 2. 2019.)
 Ravenna tourism. Preuzeto s: <http://www.turismo.ra.it/eng/Homepage> (3. 3. 2019.)
 Associazione Pro Loco San Gimignano. Preuzeto s: <https://www.sangimignano.com/> (6. 3. 2019.)

Službena stranica Turističke zajednice općine Vrsar sa sloganom „Vrsar inspirira“ nudi se posjetiteljima na pet jezika. Povijest grada opisana je i podijeljena na dvije pod teme. Osim plana grada, posjetiteljima se u servisnim informacijama nudi turistički vodič s popisom i kontaktima svih privatnih iznajmljivača u Vrsaru. Prirodne atrakcije navedene su i podijeljene u pod teme. Društvene atrakcije opisane su i podijeljene na sakralne objekte i kulturno-povijesne znamenitosti u Vrsaru. Od društvenih mreža na stranicama se nude Facebook i Twitter. Mobilna aplikacija o Vrsaru nudi se na njemačkom, engleskom, talijanskom i hrvatskom jeziku. Fotogalerija i videogalerija podijeljene su na pod teme, ali primjećujemo da događaji nisu ažurirani (fotografije jednog događaja iz 2018. godine, ostalo je starijeg datuma). Cjelogodišnji kalendar događanja naveden je za Vrsar te posebno za ostatak Istre. Što se gastronomije tiče, naveden je popis restorana i kafića, opisana su vina Istre, maslinova ulja i popis proizvođača s područja Vrsara, navedene su istarske ceste maslinovog ulja, opisani su istarski specijaliteti s fotografijama. Moguća je *online* rezervacija smještaja, a posjetiteljima su dostupne razne servisne informacije i brošure.

Sadržaj na službenim stranicama San Gimignano moguće je pregledavati na talijanskom i engleskom jeziku. Povijest grada detaljno je opisana, a na vrhu stranice ističe se da je UNESCO-v lokalitet. Posebna pozornost pridaje se društvenim atrakcijama o kojima se piše detaljno, a također je moguće pronaći informacije o ulaznicama i radnom vremenu pojedinih atrakcija. Posjetiteljima je na raspolaganju mobilna aplikacija putem koje je moguće pregledavati sav potreban sadržaj tijekom boravka u gradu, i to na osam jezika. Fotosadržaj i videosadržaj te razne brošure nisu dostupne na stranicama, a ujedno nisu prisutni na društvenim mrežama. Smještaj je moguće rezervirati *online*, a prilikom rezervacije posjetiteljima se dodjeljuje kartica *Easy Card San Gimignano* pomoću koje ostvaruju brojne popuste u različitim objektima i na različite usluge. Što se gastronomije tiče, posjetiteljima je omogućena degustacija i upoznavanje vina te obilazak multimedijalnog centra koji je obogaćen hologramima i filmovima u 360°. Što se tiče godišnjih događanja i vijesti na stranicama, one nisu usklađene. Na talijanskim stranicama oni su pravovremeni, dok su informacije na engleskim stranicama zastarjele ili nedostaju.

Službene stranice turističke zajednice Ravenne imaju slogan „Ravenna tourism: Italian Beauty Experience“ bez obzira na kojem se, od pet jezika koji se nude, pretražuju stranice koje sadrže mnoštvo informacija. Povijest grada opisana je i podijeljena u detalje. Društvene atrakcije detaljno su opisane u šesnaest podtema koje nude mnoštvo podataka (radno vrijeme, cijene ulaznica itd.), dok su prirodne atrakcije podijeljene u pet podtema s daljnjom podjelom. Moguće je *online* rezervirati vodstvo po gradu, birajući između petnaestak tura koje se nude. Ravenna je grad koji na UNESCO-vom Popisu svjetske kulturne baštine ima osam kulturno-povijesnih spomenika te su one detaljno opisane. Ravenna je grad Dantea, Boccaccia i Machiavellija, a njihove priče prati *storytelling* u obliku fotografija s opisima. Detaljno su opisana mjesta za razonodu, enologija i gastronomija te mjesta za kupovinu. U Ravenni je moguće kupiti jedinstvenu, *Ravenna Visit Card* za 17 eura, koja omogućava besplatan ulaz na 55 spomenika kulture te mnoštvo drugih popusta. Sport, slobodno vrijeme i razonoda detaljno su opisani.

Službene stranice destinacijske menadžment organizacije Ravenne najcjelovitije su te diversificiranom ponudom nude cjelogodišnja iskustva. Doista je ovoj stranici teško naći zamjerku jer posjetiteljima nudi široku lepezu proizvoda i usluga, a samo posjet ovoj stranici može dočarati raznolikost doživljaja ponude. Vrsarske su stranice dobre, ali bi bilo dobro da se atrakcije umreže, da se uvede *Vrsar card* kakvu posjeduju Ravenna i San Gimignano, a uputno je objaviti i radno vrijeme i cijene ulaznica (ako se naplaćuju). Nedostatak je što one nisu dinamične pa je redizajn nužan. Nedostaje organiziranih tura uz mogućnost *online* rezervacije. Od društvenih mreža trebalo bi uvesti Instagram. Stranice San Gimignano bogat su izvor kulturno-povijesnih informacija. Zamjerka je što informacija o mobilnoj aplikaciji nije posebno istaknuta pa posjetiteljima može promaknuti ova informacija. Nedostaje enoloških i gastronomskih priča.

Kao što smo i ranije u radu utvrdili vezano uz San Gimignano, na primjeru Ravenne također možemo uvidjeti da se u interpretaciji svoje bogate kulturne baštine koriste *storytellingom*. To nam govori da je *storytelling* pogodno sredstvo prezentacije baštine, a trošak *storytellinga* putem prikaza fotografija na službenim stranicama ne predstavlja značajnije prepreke pa bi se kreativnim promišljanjem isto moglo

primijeniti na Vrsar. Osim fotografija, videomaterijal također je vizualno efektan način primjene *storytellinga*.

3. Novi turistički doživljaji i održivi razvoj kulturnog turizma

Održivi razvoj kulturne baštine znači adekvatnu ekonomsku valorizaciju baštine vodeći računa o očuvanju svih temeljnih vrijednosti kulturne baštine – estetskih, simboličkih, društvenih, povijesnih, vjerskih, znanstvenih, autentičnih (Matečić, 2016). Predlažu se inovativni načine interpretacije baštine Vrsara kroz nove doživljaje temeljene na autentičnosti.

3.1. Gejmifikacija

Termin gejmifikacija Zichermann i Cunningham (2011) definiraju kao „proces razmišljanja i mehanizam igre za angažiranje korisnika i rješavanje problema” (str. XIV). Implementirajući alate gejmifikacije, destinacija diferencira svoju ponudu, povećava korist za svoje korisnike što predstavlja značajnu kompetitivnu prednost (Egger i Bulencea, 2015). Gejmifikacija je marketinški alat kojim turističke destinacije nastoje pružiti posebno iskustvo svojim posjetiteljima kroz stvaranje emocionalnih veza i odnosa s njima (Kovačević i sur., 2014).

Prijedlog gejmifikacije za Vrsar obuhvaća valorizaciju najpoznatijega kamenoloma i staroga grada na način da posjetitelji prolaze tri punkta raspoređena na različitim, smjerokazima povezanim, punktovima i sakupljaju pečate na stiliziranim obrascima iz doba Vrsarske grofovije. Igra bi počela u kamenolomu Montraker gdje bi se posjetitelji upoznali s poviješću vezanom uz vrsarske kamenolome i zanimljivostima na nekoliko načina: putem mobilne aplikacije, virtualne stvarnosti koja bi bila dostupna na interaktivnoj ploči postavljenoj u kamenolomu i pričom uživo od educiranog osoblja koje bi radio na tom punktu (povijesna tematika ovisno o punktu bila bi različita) kao i mogućnost upoznavanja s pripremljenim komadima kamena i klesarskim alatima.

Drugi punkt nalazio bi se kod Kaštela u Starome gradu gdje bi nakon upoznavanja s poviješću posjetitelji dobili besplatan pristup zvoniku crkve sv. Martina na kojemu bi im virtualnom stvarnošću bili pojašnjeno gdje se što nalazi. Ovdje bi dobili drugi pečat nakon što bi na prigodnoj ploči složili mozaik-slagalicu s motivom vrsarskih mozaika. Put do trećega punkta vodio bi kroz uličice i trgove Staroga grada. Na pojedine građevine postavio bi se kod za mobilnu aplikaciju koja bi objašnjavala što se na kojoj nalazilo u prošlosti. Treći bi punkt bio ispred Malih gradskih vrata. Na njemu bi posjetitelji osim trećega pečata imali mogućnost kušanja lokalnih proizvoda po promotivnim cijenama te prigodnu knjižicu TZ-a sa svim zanimljivostima Vrsara.

3.2. Storytelling

Storytellingom ili pripovijedanjem prenose se i interpretiraju priče te se istovremeno u taj proces uključuju oni kojima se pripovijeda, tj. turisti.²⁴ U posljednje vrijeme on je sve važniji pa je sve veći broj turističkih dionika koji ovaj način interpretacije baštine koriste u svome poslovanju. Predlaže se da

²⁴ TrainingAid. *Travel Storytelling: How can stories help destination marketing*. Preuzeto s: <https://www.trainingaid.org/news/travel-storytelling-how-can-stories-help-destinationmarketing> (7. 3. 2019.)

storytelling obuhvati više ruta koje bi uključivale i atraktivnosti izvan Staroga grada, a bile bi povezivane turističkim vlakićem. Jedna od tura bila bi *Sakralno blago Vrsara* gdje bi educirani pripovjedač, odjeven u srednjovjekovnu odjeću, osim općepoznatih informacija sudionike upoznao i sa zanimljivostima svake od crkava. Ruta bi kretala ispred župne crkve sv. Martina, kroz Velika gradska vrata do crkve sv. Foške. Sudionici bi se zatim pješice uputili do crkve sv. Antuna Padovanskog pa vlakićem spustili da vrsarske marine. Druga bi ruta uključivala izlet brodom do otočića Sveti Juraj na kojemu bi se osim crkvice posjetio i kamenolom.

4. Zaključak

Tragovi ljudskog prisustva na Vrsarštini sežu u prapovijest te govore o zanimljivostima i posebnostima koje Vrsar baštini i koje ga unificiraju od ostalih destinacija. Primjećuje se da je bogatstvo nevalorizirane kulturno-povijesne i prirodne baštine iznimni potencijal razvoja kulturnog turizma. *Benchmarkingom* s Ravennom i San Gimignano utvrđeno je da ima mjesta za poboljšanje oblika digitalne promocije na službenim stranicama destinacijske menadžment organizacije. Analizom navedenog došlo se do zaključka da bi Vrsar mogao osmisliti i uvesti *Vrsar card* po uzoru na Ravenu i San Gimignano čime bi se atrakcije umrežile i osnažile promociju. Kroz rad su se, na primjerima dobre prakse, identificirali načini interpretacije i promocije kulturne baštine. Utvrđeno je da je tendencija prema suvremenim načinima interpretacije baštine u okviru kojega se ističe *storytelling*. Na tim rezultatima temelje se i prijedlozi inovativne interpretacije kulturno-povijesne baštine Vrsara pa se predlaže gejmfikacija uz virtualnu stvarnost kao i *storytelling* kojim bi se na edukativan i zabavan način doprinijelo potpunom doživljaju posjetitelja.

Literatura

1. Bošnjak, M., ur. (2005). *Rovinj & Vrsar*. Zagreb: Fabra.
2. Egger, R. i Bulencea, P. (2015). *Gamification in Tourism: Designing Memorable Experiences*. Norderstedt: Books on Demand.
3. Huton, E. (1913). *Ravenna a study*. London & Torino: J. M. Dent & Sons Ltd.
4. Institut za turizam (2014). *Hrvatski turizam u brojkama 2013. 4/2013*. Zagreb: Institut za turizam.
5. Institut za turizam (2018). *Ljeto Tomas 2017. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*. Zagreb: Institut za turizam.
6. Kovačević, I. i sur. (2014). „Gamification“ concept: Theoretical framework and destination marketing management practice. *Ekonomika poduzeća*, 62 (5-6), str. 315-322.
7. Matečić, I. (2016). Specifičnosti procesa vrednovanja materijalne kulturne baštine u turizmu. *Acta Turistica*, 28 (1), str. 73-100.
8. Sladoljev, J. (2017). *Brend Vrsar 1957. – 2017. od poljoprivredne zadruge do svjetskog brenda u naturizmu*. Poreč: Top camping d. o. o.
9. Zichermann, G. i Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Internetski izvori

1. Associazione Civita. *Medieval Vertigo: videomapping 3D sulla Torre Grossa di San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.civita.it/News/Medieval-Vertigo-videomapping-3D-sulla-Torre-Grossa-di-San-Gimignano> (6. 3. 2019.)
2. Associazione Pro Loco San Gimignano. Preuzeto s: <https://www.sangimignano.com/> (6. 3. 2019.)
3. Comune di San Gimignano. *Cenni storici*. Preuzeto s: <https://www.comune.sangimignano.si.it/it/turismo-cultura/turismo/scoprire-la-citta/cenni-storici> (1. 3. 2019.)
4. Državni zavod za statistiku. Preuzeto s: <https://www.dzs.hr/> (26. 2. 2019.)
5. Enciklopedija Britannica. *Ravenna*. Preuzeto s: <https://www.britannica.com/place/Ravenna-Italy> (1. 3. 2019.)
6. Glas Istre. (11. 9. 2018.)
7. Hrvatska enciklopedija. *Ravenna*. Preuzeto s: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=51983> (2. 3. 2019.)
8. Istarska enciklopedija. *Vrsar*. Preuzeto s: <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=3029> (1. 3. 2019.)
9. Istituto Nazionale di Statistica. *Popolazione e famiglie*. Preuzeto s: <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=18561> (24. 2. 2019.)
10. Montraker. *O marini Vrsar*. Preuzeto s: <http://montraker.hr/index.php/hr/marina-vrsar-2/o-nama> (4. 3. 2019.)
11. Musei Civici di San Gimignano. *Palazzo Comunale*. Preuzeto s: <http://www.sangimignanomusei.it/comune.htm> (4. 3. 2019.)
12. Musei Senesi. *San Gimignano sperimenta gli ArtGlass*. Preuzeto s: <http://www.museisenesi.org/articoli/san-gimignano-sperimenta-gli-artglass> (6. 3. 2019.)
13. Općina Vrsar. Preuzeto s: <https://www.vrsar.hr/> (26. 2. 2019.)
14. Ravenna tourism. Preuzeto s: <http://www.turismo.ra.it/eng/Homepage> (3. 3. 2019.)
15. Regija Emilia-Romagna. *Statistica Turismo*. Preuzeto s: <http://statistica.regione.emilia-romagna.it/turismo> (4. 3. 2019.)
16. Regija Toscana. Preuzeto s: <http://www.regione.toscana.it/> (4. 3. 2019.)
17. TrainingAid. *Travel Storytelling: How can stories help destination marketing*. Preuzeto s: <https://www.trainingaid.org/news/travel-storytelling-how-can-stories-help-destinationmarketing> (7. 3. 2019.)
18. Turistička zajednica Istarske županije. *Dolasci i noćenja turista u Istri*. Preuzeto s: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (23. 1. 2019.)
19. Turistička zajednica općine Vrsar. Preuzeto s: <http://infovrsar.com/> (3. 3. 2019.)
20. TuscanyPeople. *San Gimignano e le sue torri*. Preuzeto s: <https://www.tuscanypeople.com/torri-di-san-gimignano/> (2. 3. 2019.)
21. Tuscany Charming. *San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.tuscany-charming.it/it/localita/sangimignano.asp> (1. 3. 2019.)
22. UNESCO. *Early Christian Monuments of Ravenna*. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org/en/list/788> (2. 3. 2019.)
23. Visit Tuscany. *San Gimignano*. Preuzeto s: <https://www.visittuscany.com/it/localita/san-gimignano/> (28. 2. 2019.)

Abstract

Innovative interpretation of heritage in order to strengthen the promotion of Vrsar

The area of Vrsar, on the western coast of Istria, was populated in pre-historic times, and its development during the Middle Ages was focused on the hill around the summer residence of the Bishop of Poreč. This small town with its rich, but insufficiently appraised cultural and historical heritage, sees more than 1.6 million overnight stays each year, which indicates that through good quality, diverse and innovative content and better promotion, Vrsar could make its untapped potential more accessible to a variety of groups, offering content and experiences outside the main tourist season, as well. In order to achieve the goal of this research, which was to identify and understand the comparative advantages of Vrsar, in order to define the concept of the innovative interpretation of heritage, benchmarking is used to evaluate the comparative advantages of selected good practice examples – the towns of San Gimignano and Ravenna in Italy. Ravenna and San Gimignano, as examples of good practice, offer their guests content throughout the entire year, through promotions and on the official web sites of the destinations' management organizations. The strategies of Vrsar will be compared with those of its selected competitors, in order to reach an understanding of its weaknesses and the possibilities of achieving better results. The starting point is the following research problem: insufficient appraisal of the historical heritage of Vrsar for the purposes of tourism. The purpose of the study is, on the basis of the comparative advantages of Vrsar, to define the concept of a possible innovative interpretation of the cultural and historical heritage and promotion of the town as a tourist destination. After a brief presentation of the history of each of these cities, we analyse their cultural and historical heritage, and their digital promotion on their official web sites. The paper proposes new tourist experiences to supplement the current offer in Vrsar, based on its rich historical heritage and cooperation between interested stakeholders in tourism.

Keywords: cultural heritage, benchmarking, innovative interpretation of heritage, Vrsar

Stručni rad
Primljeno: 15. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 27. studenog 2019.
UDK: 338.483.12:728.81(497.5 Čakovec)

Romana Pomper¹

Dvorac Zrinski na vodi kao inovativni turistički proizvod kulturno-povijesne baštine grada Čakovca²

Sažetak

Predmet istraživanja ovoga rada mogućnosti su turističke valorizacije Staroga grada Zrinski putem dovođenja vode u opkope dvorca. Čakovečki Stari grad danas je simbol identiteta i tradicije Međimurja i jedan je od najočuvanijih kulturno-povijesnih spomenika bogate prošlosti međimurskoga kraja. U dvorcu se nalazi Muzej Međimurja osnovan 1954. godine s fundusom od preko 17 tisuća izložaka arheološke, etnografske i povijesne zbirke te likovne galerije. Unatoč kulturno-povijesnoj baštini dvorac nije dovoljno atraktivan i ne iskorištava svoje pune turističke potencijale. Cilj rada je, pomoću povijesne metode, metode analize i komparacije sa sličnim dvorcima na vodi u Europi, utvrditi potencijal razvoja ovog inovativnog turističkog proizvoda. Na temelju usporedbe posjećenosti dvorca Zrinski, odnosno njegovog muzeja, s posjećenosti analiziranih dvoraca na vodi, može se očekivati kako će uključivanje dvorca Zrinski u mali krug dvoraca na vodi pridonijeti njegovoj atraktivnosti i prepoznatljivosti, ali i obogatiti ukupnu turističku ponudu grada Čakovca, Međimurske županije i kontinentalne Hrvatske. Time će se stvoriti i bolje mogućnosti za pozicioniranje Čakovca na hrvatskoj i europskoj turističkoj karti, što će pridonijeti njegovu razvoju i razvoju šireg područja županije i sjeverozapadne Hrvatske. Da bi se ovakva ideja mogla provesti, nužne su i kapitalne investicije, stoga se u radu analiziraju dostupna sredstva državne potpore kao i EU fondovi namijenjeni financiranju ovakvih i sličnih projekata. Doprinos rada očituje se ponajprije kroz iznošenje prijedloga o inovativnom turističkom proizvodu na području grada Čakovca koji može utjecati na razvoj turizma lokalne turističke destinacije, ali i razvoj turizma kontinentalne Hrvatske, a može biti podloga za izradu razvojnih turističkih projekata drugim potencijalnim dvorcima te izradi studije izvodljivosti.

Ključne riječi: dvorci na vodi, dvorac Zrinski, Čakovec, inovativni turistički proizvod, kulturno-povijesna baština, razvoj turizma

1. Uvod

Predmet ovoga rada Stari je grad Čakovec ili Stari grad Zrinski koji predstavlja jedan od najznačajnijih kulturno-povijesnih turističkih resursa grada Čakovca. Rad se bavi istraživanjem mogućnosti turističke valorizacije Staroga grada Zrinski putem ponovnog dovođenja vode u opkope dvorca, a temelji se na

¹ Romana Pomper, studentica, Međimursko veleučilište u Čakovcu; romana.pomper@student.mev.hr

² Mentorice studentice za ovaj rad su dr. sc. Marina Gregorić, viši predavač, Međimursko veleučilište u Čakovcu; marina.gregoric@mev.hr i Đurđa Somođi, mag. oec., predavač, Međimursko veleučilište u Čakovcu; dsomodji@mev.hr

prijedlogu Stručne studije Instituta za turizam Zagreb (2010) pod nazivom *Mogućnosti razvitka turizma na području grada Čakovca*. U ovome dokumentu kao jednu od mogućnosti razvoja grada Čakovca i samog kompleksa Zrinski, predlaže se kompletna revitalizacija s naglaskom na očuvanje povijesne autentičnosti i vizitacijske privlačnosti. Također se smatra da treba preispitati mogućnost obnove opkopa uz eventualno punjenje vodom. Time bi se mogla povećati turistička atraktivnost kompleksa, a Čakovec bi dosegno status međunarodne turističke atrakcije zahvaljujući ulasku u krug gradova na vodi (Institut za turizam, 2010).

Dvorac Zrinski predstavlja tipičan prizor srednjovjekovnog nizinskog utvrđenog grada (njem. *burg*) sa središnjom palačom okruženom opkopima kojima je u prošlosti tekla voda (Zrínyi, 2005). Svrha im je bila zaštita od turske opasnosti, a opkope je punila mala međimurska rijeka Trnava. Kasnije je ona preusmjerena kako ne bi tekla središtem grada, a opkopi su isušeni. Obnovom opkopa i vraćanjem vode u njih, dvorac Zrinski mogao bi povećati svoju atraktivnost i konkurentnost, kvalitetno prošiti svoju turističku ponudu i postati zanimljiviji domaćim i stranim turistima te postati istinski brend Čakovca i cijelog Međimurja.

2. Odnos kulturno-povijesne baštine i turizma

Kulturno i povijesno nasljeđe važno je sačuvati i zaštititi, ali i učiniti ga dostupnim lokalnom stanovništvu i posjetiteljima (Vukonić, 2010). Kako su sredstva iz državnog proračuna ograničena, od turizma kultura dobiva dodatni izvor prihoda, a turističkom valorizacijom, kulturni se resursi mogu bolje i uspješnije održavati i štititi od oštećenja i saturacije te se njihova vrijednost povećava (Čavlek i sur., 2011). Međutim, kod turističke valorizacije kulturno-povijesnih resursa, odnosno pretvaranju kulturno-povijesne baštine u turističke atrakcije, vrlo je važno uspostaviti ravnotežu između turističke upotrebe i konzervatorskih ciljeva, što znači da cijeli projekt treba biti vođen vrijednostima zaštite (Valčić, 2018).

Kada se govori o turističkoj valorizaciji dvorca Zrinski u Čakovcu koja se zasniva na vraćanju vode u opkope dvorca važno je istaknuti nužnost zaštite same atrakcijske osnove. Kako se radi o kulturno-povijesnom resursu (kulturno graditeljsko nasljeđe) projekt treba biti u skladu s uputama konzervatorske struke i razvijen u skladu s načelima održivog razvoja. Ključno je provesti studije tehnološko-tehničkih mogućnosti, najprije obnove postojećih opkopa, a zatim i dovođenja vode u njih kako bi se mogao izraditi kvalitetan projekt. Projekt treba biti takav da, uz suradnju između kulture i turizma (i ostalih razvojnih dionika), podjednako utječe na zaštitu, ali i na nove investicije i prihode te donosi uzajamnu dobrobit.

Projekti u kulturi uglavnom se financiraju iz sredstava državnog proračuna, sponzora i vlastitih prihoda. Tako su se obnova objekta Muzeja Međimurja Čakovec (dvorca Zrinski), ali i brojne druge aktivnosti dosad financirale kroz potporu Ministarstva kulture, a manjim dijelom i Međimurske županije. Osim sredstava državnog proračuna, još veći izvor predstavljaju programi Europske unije. Muzej Međimurja Čakovec već je proveo nekoliko projekata sufinanciranih iz EU fondova, a trenutno se provode još dva EU projekta: Rekonstrukcija i revitalizacija fortifikacije Starog grada Čakovca u Muzej nematerijalne baštine te *Living Castles – Mreža 'živih' dvoraca i ljetnikovaca* kao oblik održivog turizma za očuvanje i

promicanje kulturnog nasljeđa³. Osim toga, i drugi dvorci u Hrvatskoj (Dvorac Pejačević iz Virovitice i Janković iz Suhopolja) uspješno su iskoristili sredstva Europske unije za svoju obnovu.

S obzirom na visoka kapitalna ulaganja potrebna za obnovu opkopa i vraćanje vode u njih, prijava na EU programe uporište je u mogućnosti dobivanja financijskih sredstava. U programskom razdoblju EU 2014-2020 bila su dostupna sredstva za obnovu kulturne baštine, a očekuje se da će pozitivan trend mogućnosti financiranja ovakvih projekata biti moguć i u sljedećem dugoročnom proračunu EU (2021. – 2027.) Da bi projekt bio prihvaćen, potrebno je doprinositi povećanju prihoda, otvaranju novih radnih mjesta i kvaliteti cjelokupnog paketa (Jelinčić, 2006).

3. Dvorac Zrinski

Dvorac Zrinski plemićki je dvorac u središtu Čakovca okružen prostranim parkom koji nosi ime Perivoj Zrinskih. Prvi se put spominje kao utvrda u 13. stoljeću, a njegov je utemeljitelj grof Dimitrije Čak, po kojemu je grad Čakovec dobio ime. Tijekom stoljeća dvorac je u više navrata nadograđivan, posebice u razdoblju vladavine obitelji Zrinski u renesansnom stilu i za vrijeme vladavine obitelji Althan u baroknom stilu, kako i danas izgleda.⁴ Danas je dvorac spomenik nulte kategorije te je jedna od najznačajnijih znamenitosti Međimurja, ali i kontinentalne Hrvatske općenito⁵.

Muzej Međimurja vlasnik je čitavog kompleksa, a nalazi se pod upravom Međimurske županije (Muzej Međimurja Čakovec, 2018). U dvorcu Zrinski se od 1954. godine nalazi Muzej Međimurja Čakovec, u sklopu kojega postoje arheološki, povijesni, kulturno-povijesni i etnografski odjel te likovna galerija i restauratorsko-preparatorska radionica. Osim na hrvatskom jeziku, stručna vodstva moguća su i na engleskom jeziku. U njegovim prostorima djeluje i muzejska suvenirnica etnodučan „Međimursko blago“.

U podrumskim prostorijama nalazi se prostor za proizvodnju i kušanje pjenušca Letina i restoran Shamper. Za djecu i učenike nude muzejske radionice te predavanja, a postoji i mogućnost za najam prostora⁶. Muzej Međimurja Čakovec u 2017. godini zabilježio je ukupno 11140 posjetitelja od čega 5874 uz plaćanje ulaznice, a 5266 besplatno u okviru raznih manifestacija (Muzej Međimurja Čakovec, 2018).

4. Dvorci na vodi u Europi kao temelj usporedbe s dvorcem Zrinski

Upravo zbog svoje bogate prošlosti Europa ima veliki broj dvoraca iz različitih povijesnih razdoblja.⁷ Neki od tih dvoraca zbog svoje su kulturno-povijesne značajnosti, ali i estetskih svojstava pretvoreni u turističke atrakcije koje generiraju visoke prihode i tako pridonose razvoju mjesta u kojem se nalaze. Najveći broj dvoraca na vodi (njem. *Wasserburg*) nalazi se u europskim zemljama, ponajprije u Njemačkoj, Francuskoj, Velikoj Britaniji, Švedskoj itd. S ciljem razvoja inovativnog turističkog proizvoda

³ Muzej Međimurja Čakovec. LIVING CASTLES – INTERREG SLO-HR 2014.-2020. *Odobren prekogranični projekt u kojem sudjeluje Muzej Međimurja Čakovec*. Preuzeto s: <http://mmc.hr/living-castles-interreg-slo-hr-2014-2020-odobren-prekogranični-projekt-u-kojem-sudjeluje-muzej-medimurja-cakovec> (11. 2. 2019.)

⁴ Muzej Međimurja Čakovec. *Stari grad Čakovec*. Preuzeto s: <https://mmc.hr/info/stari-grad-cakovec> (8. 2. 2019.)

⁵ Putovi Zrinskih. *Čakovec – Csáktornya*. Preuzeto s: <http://zrinskiROUTE.eu/ruta/cakovec/> (8. 2. 2019.)

⁶ Muzej Međimurja Čakovec. Preuzeto s: <http://mmc.hr> (12. 2. 2019.)

⁷ Road trips around the world. *Why are there so many castles in Europe?* Preuzeto s: <https://www.roadtripsaroundtheworld.com/why-are-there-so-many-castles-in-europe/> (11. 2. 2019.)

Dvorca Zrinski na vodi potrebno je istražiti turističku ponudu, broj posjetitelja i uspješnost postojećih dvoraca na vodi. Tako je moguće podatke usporediti s postojećim stanjem u čakovečkom dvorcu, ali i predvidjeti kako bi voda i uvođenje sličnih sadržaja utjecalo na njegovu posjećenost.

Površinom veći dvorci na vodi imaju i veliku godišnju posjećenost, a razlog tome je što su poznatiji i nude velik broj sadržaja za različite segmente posjetitelja. Primjer takvog dvorca je dvorac Leeds u Engleskoj (Kent) koji ima oko 565 000 posjetitelja godišnje. Osim što posjeduje nekoliko muzejskih zbiraka, taj dvorac nudi i druge zanimljive sadržaje: labirint, sokolarski klub, dječja viteška igraonica, golf-teren, plovidba brodićem, plovidba malim čamcem, vožnja malim vlakom ili *segwayjem*. U dvorcu i u blizini dvorca održavaju se banketi, vjenčanja, tematske radionice i konferencije. Bogata je i gastronomska ponuda koja upotpunjuje turističku ponudu. Uz to, dvorac Leeds organizira i mnoštvo događanja kroz cijelu godinu kao što su Akademija vještica i čarobnjaka za mlađe posjetitelje, Vatromet, Božićna priča i sajam, triatlon i juniorski *aquatlon* te mnoštvo koncerata⁸.

Površinom manji dvorci nemaju mogućnosti za pružanjem tako velikog broja programa pa ostvaruju i nešto nižu posjećenost (oko 100 000 posjetitelja godišnje). Primjer jednog takvog dvorca je Červená Lhota. To je renesansni dvorac na vodi u malom selu istog imena u južnoj Češkoj⁹. Dvorac je izgrađen na kamenitom otoku i s kopnom je povezan samo kamenim mostom. Pretpostavlja se da je izvorna utvrda na mjestu današnjeg dvorca postojala već od sredine 14. stoljeća. Pojavio se u nizu čeških filmova baziranim na bajkama i jedan je od najposjećenijih u Češkoj.

Dvorac je otvoren za javnost od kraja ožujka do kraja listopada. Za posjetitelje su dostupne tri vrste vođenih obilazaka: Interijer prvog kata, Tavanske sobe i Podrumi. Obilasci su na češkom jeziku, a jedino je obilazak prvog kata dostupan i na engleskom jeziku (za ostalo su dostupne tiskane brošure na engleskom jeziku). Osim toga, za djecu je omogućen interaktivan razgled dvorca kombinacijom radnih listova i igara (npr. priče o dvorcu, traženje blaga, razne radionice). Dvorac je okružen jezerom na kojem se nudi vožnja čamcem (po pristupačnoj cijeni od oko 40 kn za sat) te parkom koji pruža mogućnost šetnje i vožnje bicikla (što se ne naplaćuje). Od ostalih aktivnosti, tu se održavaju koncerti, a moguće je organizirati i vjenčanja¹⁰. Sam dvorac, odnosno njegovu unutrašnjost razgleda godišnje oko 120 000 posjetitelja, dok još 80 000 posjećuje njegov park s jezerom (bez ulaska u dvorac)¹¹.

Kao primjer dvorca na vodi koji je najsljedniji dvorcu Zrinski u Čakovcu ističe se dvorac Fagaras. Dvorac Fagaras jedan je od brojnih srednjovjekovnih dvoraca u Rumunjskoj koji se nalazi u istoimenom gradu u blizini Brasova. Jedan je od najvećih i najbolje očuvanih feudalnih dvoraca u istočnoj Europi, a njegova je povijest usko povezana s poviješću zemlje i uspostavom prvih srednjovjekovnih država na tom području (drvena utvrda iz 13. stoljeća). Kao rezidencija transilvanijskih vladara kaštel je sagrađen u 16. stoljeću na ruševinama dvorca uništenog u požaru¹².

Tvrđava je izgrađena u močvarnom području – prvo je isušena močvara, dodano je vrlo debelo drvo hrasta s drvenim stupovima, stijenama i živim vapnom, a potom je izgrađena kamena utvrda. U 17.

⁸ Leeds Castle in Kent. *What's on at Leeds Castle*. Preuzeto s: <https://www.leeds-castle.com> (11. 2. 2019.)

⁹ Amazing Czechia. *Červená Lhota*. Preuzeto s: <https://www.amazingczechia.com/sights/cervena-lhota> (11. 2. 2019.)

¹⁰ Červená Lhota. Preuzeto s: <https://www.zamek-cervenalhota.cz/en> (11. 2. 2019.)

¹¹ GeoZet. *Červená Lhota*. Preuzeto s: <http://geozet.net/en/travel/204/kurort/3436> (14. 2. 2019.)

¹² Rolandia. *The Fagaras Fortress*. Preuzeto s: <https://rolandia.eu/en/blog/places/the-fagaras-fortress> (2. 2. 2019.)

stoljeću jarak je punjen vodom iz dvaju jezera u blizini tvrđave. Do opsežne obnove između 1964. i 1978. godine obrambeni jarak s vodom prostirao se do zidova i imao je promjenjivu širinu – između 70 metara (na istočnoj strani) i 40 metara (na zapadnoj strani). Tijekom obnove donesena je odluka o povlačenju vode od zidova za oko 50 metara. Za bolji protok vode koriste se dvije pumpe za punjenje jarka (kada padne razina vode).¹³

Od 1954. godine, u dvorcu se nalazi Muzej okruga Fagaras, a osim muzeja, tu je i restoran koji poslužuje tradicionalna rumunjska jela i najbolja lokalna vina (restoran ima velik vinski podrum) te suvenirnica¹⁴. Kao rekonstrukcija povijesnih činjenica, oformljena je i dvorska straža od deset vojnika i princeza koja svake subote i nedjelje upriličuje svečanost otvaranja i zatvaranja velikih vrata.¹⁵ Dvorac Fagaras je i lokacija na kojoj se održava glazbeni festival Murmur, a u dvorištu se ponekad održavaju i koncerti¹⁶.

Prisutnost vode nije utjecala na spomenik, kako na bastionsku tvrđavu (što znači na dvoje zidina oko dvorca) tako ni na sam dvorac. Naprotiv, kako je dvorac Fagaras dobro sačuvana utvrda i jedina u Rumunjskoj s obrambenim jarkom, prisutnost vode uvelike je utjecala na njegovu atraktivnost. Tome pridonosi i činjenica da se od 1. travnja do 30. listopada u opkopu nalazi između 12 i 37 labudova (prema povijesnim činjenicama iz 17. stoljeća da se o labudovima u opkopu brinula transilvanijska princeza).¹⁷

Dvorac Fagaras bio je 2014. godine uključen na listu deset najboljih dvoraca na svijetu, što je utjecalo i na njegovu posjećenost.¹⁸ Prema internim podacima, broj posjetitelja u 2018. godini iznosio je oko 160 000, od čega 20 % stranih posjetitelja, a prihodi ostvareni prodajom karata iznosili su 400 000 eura. U ljeto 2019. godine započet će provedba opsežne obnove tvrđave, financirana bespovratnim sredstvima EU u iznosu od oko 5 milijuna eura čiji je cilj rekonstruirati izgled dvorca iz 17. stoljeća.¹⁹

U Hrvatskoj postoji velik broj dvoraca, utvrda, kurija, tvrđava itd. Međutim, mali je broj povijesnih građevina koje su okružene vodom. Opkopi dvoraca koji su nekada bili napunjeni vodom, danas su isušeni (kao i kod dvorca Zrinski). Zbog toga bi dvorac Zrinski ponovnim punjenjem svojih opkopa vodom mogao postati jedinstven u Hrvatskoj. Iako dvorac Trakošćan nije okružen opkopima napunjenim vodom, jedan je od najatraktivnijih dvoraca u Hrvatskoj. Kao i u dvorcu Zrinski, u Trakošćanu se nalazi muzej, ali njegovoj posjećenosti ipak pridonosi i obližnje jezero. Posjetiteljima se nude aktivnosti: najam pedalina, najam prostora, fotografiranje i vjenčanja. Tijekom 2017. godine muzej je posjetilo 68 578 posjetitelja. Isto toliko posjetilo je okolnu park-šumu s jezerom, od čega je bilo 24 % stranih posjetitelja (Muzejski dokumentacijski centar, 2018). Još jedan primjer takvog dvorca u Hrvatskoj je Stari grad Ozalj smješten na klisuri iznad rijeke Kupe. U njemu se nalazi Zavičajni muzej kojeg je 2016. godine posjetio 14 461 posjetitelj (Muzejski dokumentacijski centar, 2017).

¹³ Informacija na temelju osobne komunikacije s E. Bajenaru 17. 2. 2019.

¹⁴ Orange Smile. *Castle Fagaras, Romania*. Preuzeto s: <http://www.orangesmile.com/extreme/en/impressive-castles-onwater/castle-fagaras.htm> (12. 2. 2019.)

¹⁵ Ibid. 13

¹⁶ Ibid. 14

¹⁷ Ibid. 13

¹⁸ Romania-Incider.com. *Romania's Fagaras Citadel attracts record number of visitors*. Preuzeto s: <https://www.romania-insider.com/romania-fagaras-citadel-attracts-record-number-visitors> (12. 2. 2019.)

¹⁹ Ibid. 13

5. Rezultati istraživanja i usporedba dvoraca na vodi

Dvorac Leeds u Engleskoj veći je i poznatiji dvorac koji nudi velik broj sadržaja za različite segmente posjetitelja. Stoga ima i znatno veći broj posjetitelja godišnje. Červená Lhota manji je dvorac u malom mjestu u Češkoj, a dvorac Fagaras nalazi se u istoimenom gradu u Rumunjskoj. U njemu se nalazi Muzej okruga Fagaras i restoran s vinskim podrumom, što je vrlo slično ponudi dvorca Zrinski. Muzeji oba dvorca godišnje imaju čak 10 puta više posjetitelja od dvorca Zrinski, a brojka je još veća kada joj se pridodaju posjetitelji koji ne ulaze u unutrašnjost dvorca. Osim vode koja ih okružuje i mogućnosti vožnje čamcima²⁰ sadržaji koje ovi dvorci pružaju ne razlikuju se previše od sadržaja koje nudi dvorac Zrinski. Posjećenost dvorca Trakošćan pokazuje kako voda može imati pozitivan utjecaj na njegovu atraktivnost, dok s druge strane Stari grad Ozalj ima neznatno veći broj posjetitelja od dvorca Zrinski. Međutim, ovaj se dvorac nalazi iznad rijeke, nema uređene šetnice uz vodu, što smanjuje ulogu vode u njegovoj atraktivnosti. U tablici 1. usporednom analizom prikazani su brojčani podatci posjetitelja u analiziranim dvorcima na vodi koji su usporedivi s dvorcem Zrinski.

Tablica 1. Usporedba broja posjetitelja analiziranih dvoraca

	Dvorac Zrinski	Dvorac Leeds	Červená Lhota	Dvorac Fagaras	Dvorac Trakošćan	Stari grad Ozalj
Broj posjetitelja	11 140 (2017.)	565 000	120 000 + 80 000	160 000 (2018.)	68 578 (2017.)	14 461 (2016.)

Izvori: Muzej Međimurja Čakovec. *Stari grad Čakovec*. Preuzeto s: <https://mmc.hr/info/stari-grad-cakovec> (8. 2. 2019.) Leeds Castle in Kent. *What's on at Leeds Castle*. Preuzeto s: <https://www.leeds-castle.com> (11. 2. 2019.)

Červená Lhota. Preuzeto s: <https://www.zamek-cervenalhota.cz/en> (11. 2. 2019.)

Romania-Incider.com. *Romania's Fagaras Citadel attracts record number of visitors*. Preuzeto s: <https://www.romania-insider.com/romania-fagaras-citadel-attracts-record-number-visitors> (12. 2. 2019.)

Muzejski dokumentacijski centar. (2018). Dvor Trakošćan. *Izvešće o radu za 2017. godinu*. Zagreb: Muzejski dokumentacijski centar.

Muzejski dokumentacijski centar. (2017). Zavičajni muzej Ozalj. *Izvešće o radu za 2016. godinu*. Zagreb: Muzejski dokumentacijski centar.

Usporedbom posjećenosti dvorca Zrinski, odnosno njegovog muzeja, s posjećenosti analiziranih dvoraca na vodi može se zaključiti da je njegova posjećenost na godišnjoj razini vrlo mala. Iako se na temelju ove analize ne može zaključiti da je posjećenost analiziranih dvoraca veća upravo zbog okruženosti vodom, prisutnost vode (prije svega zbog estetskih razloga) zasigurno pridonosi njihovoj atraktivnosti. Stoga je logično očekivati kako bi se dovođenjem vode u opkope moglo znatno utjecati na povećanje posjećenosti dvorca Zrinski. Razlog tome bio bi, kako zbog estetskog izgleda tako i zbog mogućnosti implementacije različitih programa i sadržaja na vodi i uz vodu.

6. Rasprava

Vraćanje vode u opkope dvorca pridonijet će izgledu i atraktivnosti dvorca (odnosno, samog lokaliteta) u smislu njegovih estetskih svojstava. Međutim, to je samo podloga, odnosno poticaj za povećane

²⁰ Červená Lhota. Preuzeto s: <https://www.zamek-cervenalhota.cz/en> (11. 2. 2019.)

dolaske posjetitelja, kojima osim toga ipak treba ponuditi nešto više. Trenutna ponuda dvorca bazira se uglavnom na muzejskoj djelatnosti, koja privlači ograničeni segment posjetitelja. Dakle, sama kulturno-povijesna baština dvorca nije dovoljna da bi se privukao velik broj turista. Da bi se osigurala ekonomska opravdanost visokih kapitalnih ulaganja, postojeću je ponudu dvorca potrebno upotpuniti sadržajima koji će zadovoljiti interese i potrebe različitih segmenata turista. Prezentacija i interpretacija kulturno-povijesne baštine trebala bi biti što kvalitetnija i suvremenija.

Dvorac Leeds, dobar je primjer kako ponuda raznih sadržaja različitim segmentima turista može utjecati na njegovu atraktivnost. Stoga se dvorac Zrinski mora ugledati upravo na takve dvorce koji osim što su okruženi vodom, kvalitetnim programima upotpunjuju cjelokupnu ponudu te time stvaraju mogućnosti za samofinanciranje. Dovođenjem vode u opkope, dvorac Zrinski ušao bi u malen krug dvoraca koji su opasani vodom. Tako bi svojom posebnosti i jedinstvenosti na ovom području, mogao zainteresirati i privući brojne domaće i strane posjetitelje. Brojne su moguće koristi od takvog pothvata. Najveći doprinos ostvario bi se kroz promociju turističke destinacije i njeno pretvaranje u atraktivnije turističko odredište. Prije svega, ovakav dvorac mogao bi postati brend grada i utjecati na prepoznatljivost i stvaranje imidža turističke destinacije (Čakovca, Međimurja, sjeverozapadne Hrvatske). Moguće je da se Čakovec bolje pozicionira na turističkoj karti Hrvatske i Europe.

Osim prepoznatljivosti, za očekivati je i povećanje broja posjetitelja u turističkoj destinaciji grada Čakovca i šire, koji će biti privučeni upravo ovim dvorcem. Sve bi to moglo doprinijeti razvoju (kontinentalnog) turizma, turističkoj potrošnji, a stoga i razvoju gospodarstva (kroz nova zapošljavanja, razvoj poduzetništva, privlačenje domaćih i stranih ulagača, investitora itd.). Međutim, veći broj posjetitelja i noćenja zahtijeva i određenu turističku infrastrukturu i suprastrukturu. Budući da su trenutni smještajni kapaciteti u Čakovcu ograničeni, kako brojem tako i kvalitetom, neophodna će biti izgradnja novih smještajnih kapaciteta više kvalitete.

7. Zaključak

Konkurencija između suvremenih turističkih destinacija sve je veća pa su one prisiljene na kontinuirano osmišljavanje novih/inovativnih turističkih proizvoda. Dvorac Zrinski, kao jedan od glavnih turističkih resursa na području grada Čakovca, trenutno ne iskorištava svoj puni potencijal. Ne može se reći da je turistička atrakcija niti da je prepoznatljiv. Dvorac Zrinski posjeduje veliku prednost, a to su postojeći opkopi koji zahtijevaju manju obnovu. Uz zadržavanje njegove povijesne autentičnosti te dovođenjem vode u opkope dvorca, dvorac Zrinski postao bi inovativni turistički proizvod čime bi se povijesnim instrumentima povećala njegova turistička atraktivnost. Štoviše, *Dvorac Zrinski na vodi* trebao bi oživjeti širu turističku destinaciju i postati generator gospodarskog razvoja cijele regije. Njegova revitalizacija, atraktivniji izgled i kvalitetniji sadržaji obogatit će turističku ponudu grada Čakovca što može doprinijeti razvoju turizma na području cijele Međimurske županije. Iako je zahtjevnost ovakvog projekta izuzetno velika, upravo brojne koristi od njegove realizacije, osobito za lokalnu zajednicu, trebale bi potaknuti sudjelovanje i potporu Grada i Županije. Osim o kvalitetnoj izvedbi koja zahtijeva uključivanje raznih struka, za uspješnost projekta veliku ulogu ima destinacijski menadžment, ali i dobra promocija te potpora medija.

Na temelju analize i usporedbe s dvorcima koji su već okruženi vodom, ovaj rad predlaže povećanje atraktivnosti dvorca Zrinski punjenjem njegovih opkopa vodom, a što uz dodatne sadržaje može oživjeti destinaciju. Međutim, rad ne ulazi dublje u njegovu izvodljivost, održivost i slično, stoga on može biti podloga za izradu razvojnih turističkih projekata drugim potencijalnim starim dvorcima te izradi studije izvodljivosti.

Literatura

1. Čavlek, N. i sur., (2011). *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Institut za turizam Zagreb. (2010). *Stručna studija „Mogućnosti razvitka turizma na području grada Čakovca“*. Zagreb: Institut za turizam.
3. Jelinčić, D. A. (2006). Kulturni turizam kroz fondove Europske unije. U: Petrović Leš, T. i Pletenac, T. (ur.), *Etnologija i kulturni turizam* (str. 21-35). Zagreb: Filozofski fakultet.
4. Muzejski dokumentacijski centar. (2018). Dvor Trakošćan. *Izvješće o radu za 2017. godinu*. Zagreb: Muzejski dokumentacijski centar.
5. Muzejski dokumentacijski centar. (2017). Zavičajni muzej Ozalj. *Izvješće o radu za 2016. godinu*. Zagreb: Muzejski dokumentacijski centar.
6. Muzej Međimurja Čakovec. (2018). *Godišnje izvješće o radu ustanove Muzej Međimurja Čakovec za 2017. godinu*. Čakovec: Muzej Međimurja Čakovec.
7. Valčić, M. (2018). *Turizam i kultura*. Zagreb: Naklada Jurčić d. o. o.
8. Vukonić, B. (2010). *Turizam, Budućnost mnogih iluzija*. Zagreb: Visoka poslovna škola Utilus, Plejada.
9. Zrínyi, K. (2005). *Monografija grada Čakovca: povijest dvorca i grada: popis stanovništva iz 1901*. Čakovec: Povijesno društvo Međimurske županije.

Internetski izvori

1. Amazing Czechia. *Červená Lhota*. Preuzeto s: <https://www.amazingczechia.com/sights/cervena-lhota> (11. 2. 2019.)
2. Putovi Zrinskih. *Čakovec – Csáktornya*. Preuzeto s: <http://zrinskiROUTE.eu/ruta/cakovec/> (8. 2. 2019.)
3. Červená Lhota. Preuzeto s: <https://www.zamek-cervenalhota.cz/en> (11. 2. 2019.)
4. GeoZet. *Červená Lhota*. Preuzeto s: <http://geozet.net/en/travel/204/kurort/3436> (14. 2. 2019.)
5. Leeds Castle in Kent. *What's on at Leeds Castle*. Preuzeto s: <https://www.leeds-castle.com> (11. 2. 2019.)
6. Road trips around the world. *Why are there so many castles in Europe?* Preuzeto s: <https://www.roadtripsaroundtheworld.com/why-are-there-so-many-castles-in-europe/> (11. 2. 2019.)
7. Romania-Incider.com. *Romania's Fagaras Citadel attracts record number of visitors*. Preuzeto s: <https://www.romania-insider.com/romanias-fagaras-citadel-attracts-record-number-visitors> (12. 2. 2019.)
8. Muzej Međimurja Čakovec. *LIVING CASTLES – INTERREG SLO-HR 2014.-2020. Odobren prekogranični projekt u kojem sudjeluje Muzej Međimurja Čakovec*. Preuzeto s: <http://mmc.hr/living-castles-interreg-slo-hr-2014-2020-odobren-prekograncni-projekt-u-kojem-sudjeluje-muzej-medimurja-cakovec> (11. 2. 2019.)
9. Muzej Međimurja Čakovec. Preuzeto s: <http://mmc.hr> (12. 2. 2019.)
10. Muzej Međimurja Čakovec. *Stari grad Čakovec*. Preuzeto s: <https://mmc.hr/info/stari-grad-cakovec> (8. 2. 2019.)
11. Orange Smile. *Castle Fagaras, Romania*. Preuzeto s: <http://www.orangesmile.com/extreme/en/impressive-castles-onwater/castle-fagaras.htm> (12. 2. 2019.)
12. Rolandia. *The Fagaras Fortress*. Preuzeto s: <https://rolandia.eu/en/blog/places/the-fagaras-fortress> (2. 2. 2019.)

Abstract

Zrinski Castle surrounded by water as an innovative tourist product of cultural and historical heritage of the City of Čakovec

This paper explores the possibility of tourism valorization of the Old Town of Čakovec or the Old Town of Zrinski by bringing water into the castle moats. The Old Town of Čakovec today is a symbol of identity and tradition of Međimurje County and it is one of the most preserved cultural and historical monuments of the rich past of Međimurje region. The Museum of Međimurje was founded in 1954 and houses a collection of over 17 thousand archaeological, ethnographic and historical exhibits and art collections. Nonetheless, the castle is not attractive enough and does not exploit its full tourist potential. The aim of the paper is, by using historical method, the method of analysis and comparison with similar European castles that were surrounded by water, to identify the potential of this innovative tourist product. After comparing the number of tourists who visit Zrinski Castle and its museum with the number of visits of the analysed castles surrounded by water, it can be expected that joining this group of castles will contribute to its attractiveness and recognition, as well as enrich the overall tourist offer of the town of Čakovec, Međimurje County and continental Croatia. This will also create better opportunities for positioning Čakovec on the Croatian and European tourist map, which will contribute to its development and the development of the wider area of the county and northwestern Croatia. In order for this idea to be implemented, capital investment is also needed, so the paper also highlights available EU funds which can be the source of financing for such projects. The contribution of the research paper is manifested primarily through the presentation of a proposal for an innovative tourism product in the Čakovec area which can influence the development of tourism in continental Croatia and which can be the basis for the creation of tourism development projects of other potential old castles, and for the development of a feasibility study.

Key words: castles surrounded by water, Zrinski Castle, Čakovec, an innovative tourist product, cultural-historical heritage, tourism development

Stručni rad
Primljeno: 28. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 9. studenog 2019.
UDK: 338.48-6:7/8:332.334.2(497.5)

Marija Radonić¹

Petra Mandac²

Značaj koncesija na nepokretnom kulturnom dobru u turističke svrhe

Sažetak

Sukladno odrednicama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. relevantni proizvodi kulturnog turizma uključuju, među ostalim, i turizam baštine. Stoga se značaj kulturnih dobara, kao dobara od interesa za Republiku Hrvatsku, sve više percipira kako u turističkom tako i u gospodarskom smislu. Cilj je ovoga rada utvrditi važnost pravne regulative za rast kulturnog turizma, slijedom čega se obrađuje problematika zaštite kulturnih dobara te se prikazuje institut koncesije, kao mogući model korištenja kulturnog dobra u gospodarske svrhe. Čini se da važeće zakonske odredbe daju kvalitetan pravni okvir koji omogućava ustupanja kulturnih dobara u svrhu obavljanja različitih gospodarskih djelatnosti, pa tako i turističkih, ali primjera dobre prakse koji su zaživjeli ima iznimno malo. Rijetki su slučajevi u kojima je zakonski postupak davanja koncesije na kulturnom dobru u potpunosti proveden, a plan za obavljanje gospodarske djelatnosti realiziran. Dovodi se u pitanje i pravo na javnost pri samom postupku dodjeljivanja koncesija na kulturnim dobrima. Konačno, daje se poseban osvrt na koncesiju s pravom obavljanja gospodarskih djelatnosti u vezi s kulturnim dobrom Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“ i Gašpina mlinica.

Ključne riječi: kulturni turizam, kulturno dobro, koncesija, revitalizacija

1. Uvod

Sukladno odrednicama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine³ relevantni proizvodi kulturnog turizma uključuju, među ostalim i turizam baštine te je u posljednjih deset godina uistinu mnogo postignuto na razvoju grupe ovih proizvoda. Pravilno upravljanje i iskorištavanje kulturnih i prirodnih resursa, kao i svijest o potrebi zaštite i očuvanja baštine općenito, jedno je od važnijih elemenata pri planiranju razvitka i izradi strategije turističke ponude. Stoga je od iznimne važnosti postići

¹ Marija Radonić, mag. iur., predavač, Visoka škola za menadžment i dizajn ASPIRA; marija.radonic@aspira.hr

² Petra Mandac, mag. edu. hist. art., predavač, Visoka škola za menadžment i dizajn ASPIRA; petra.mandac@aspira.hr

³ Vlada Republike Hrvatske. *Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf> (21. 2. 2019.)

ravnotežu između korištenja kulturnih dobara u gospodarske i turističke svrhe i njihove održivosti, što zapravo, ako je strateški dobro postavljeno, predstavlja međusobnu vezu i potporu (Antolović, 2009).

Ustav Republike Hrvatske⁴, kao najviši pravni akt, u članku 52. definira dobra od interesa za Republiku Hrvatsku: „More, morska obala i otoci, vode, zračni prostor, rudno blago i druga prirodna bogatstva, ali i zemljište, šume, biljni i životinjski svijet, drugi dijelovi prirode, nekretnine i stvari od osobitog kulturnoga, povijesnoga, gospodarskog i ekološkog značenja, za koje je zakonom određeno da su od interesa za Republiku Hrvatsku, imaju njezinu osobitu zaštitu“. Kulturna dobra u smislu čl. 52. Ustava Republike Hrvatske, a prema čl. 2. st. 3. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara⁵ jesu:

- pokretne i nepokretne stvari od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja
- arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru, a imaju umjetničku, povijesnu i antropološku vrijednost
- nematerijalni oblici i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentacija i bibliografska baština i
- zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima.

Kulturna dobra tako predstavljaju dobra od interesa za Republiku Hrvatsku koja su od osobitog kulturnog i/ili povijesnog značenja (Antolović, 2009), a svojstvo kulturnog dobra, na temelju stručnog vrednovanja, utvrđuje Ministarstvo kulture te su sadržana u Registru kulturnih dobara RH. Registar kulturnih dobara javna je knjiga kulturnih dobara koju vodi Ministarstvo kulture, a sastoji se od tri liste: Liste zaštićenih kulturnih dobara, Liste kulturnih dobara nacionalnog značenja i Liste preventivno zaštićenih dobara. Na koji način i kroz koji modalitet iskoristiti kulturno dobro u gospodarske i turističke svrhe, a da se pritom osobito pazi na njegovu zaštitu i očuvanje, dat je prikaz koncesije kao upravnog instituta.

2. Koncesija na kulturnom dobru

Hrvatsko pravo posebno normira koncesije na kulturnim dobrima. U usporedbi s koncesijom na drugim dobrima od interesa za Republiku Hrvatsku, koncesije na kulturnim dobrima imaju niz razlikovnih parametara koje je nužno ispuniti. Koncesija i koncesijsko odobrenje odnose se isključivo na nepokretna kulturna dobra, što *a fortiori* znači da se druga kulturna dobra ne mogu davati u koncesiju odnosno koncesijsko odobrenje (Ljubanović, 2009). Ugovor o koncesiji upravni je ugovor koji u pisanom obliku i na određeno vrijeme sklapaju davatelj koncesije i koncesionar o međusobnim pravima i obvezama vezanim uz danu koncesiju na temelju odluke o davanju koncesije.

Temeljem odredbe čl. 43.a Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara koji je usklađen sa Zakonom o koncesijama⁶, koncesijom se stječe pravo na gospodarsko korištenje nepokretnoga kulturnog dobra ili pravo obavljanja gospodarskih djelatnosti u vezi s nepokretnim kulturnim dobrom koje je u vlasništvu Republike Hrvatske, županije, Grada Zagreba, grada ili općine. Koncesija se daje na temelju

⁴ Zakon.hr. *Ustav Republike Hrvatske*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske> (21. 2. 2019.)

⁵ Zakon.hr. *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (21. 2. 2019.)

⁶ Zakon.hr. *Zakon o koncesijama*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/157/Zakon-o-koncesijama> (21. 2. 2019.)

provedenoga javnog prikupljanja ponuda koje se objavljuju na Elektroničkom oglasniku javne nabave. Za kulturna dobra u vlasništvu Republike Hrvatske obavijest o namjeri davanja koncesije objavljuje Ministarstvo kulture, a za kulturna dobra u vlasništvu županije, Grada Zagreba, grada ili općine obavijest o namjeri davanja koncesije objavljuje nadležno tijelo županije, Grada Zagreba, grada ili općine.

Uvjeti zaštite i očuvanja kulturnih dobara sastavni su dio obavijesti o namjeri davanja koncesije, odluke o davanju koncesije i ugovora o koncesiji. Koncesije se daju na određeno vrijeme, ali ne dulje od 99 godina te se upisuju u Upisnik koji vodi Ministarstvo kulture i u Registar koncesija koji vodi ministarstvo nadležno za financije. Sukladno članku 43.b stavku 9. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara i Pravilniku o upisniku koncesija na kulturnom dobru⁷ obje strane potpisnice ugovora o koncesiji dužne su se upisati u Upisnik. Sve koncesije izdaju se sukladno Pravilniku o upisniku koncesija na kulturnom dobru.

Odluka o davanju koncesije upravni je akt koji donosi davatelj koncesije na prijedlog stručnog povjerenstva za koncesiju nakon pregleda i ocjene pristiglih ponuda, odnosno nakon zaprimanja zahtjeva i utvrđenja ispunjenja uvjeta za dobivanjem koncesije. Odluku o davanju koncesije za kulturna dobra u vlasništvu Republike Hrvatske donosi Ministarstvo kulture (davatelj koncesije). Za kulturna dobra u vlasništvu županije, Grada Zagreba, grada ili općine odluku o davanju koncesije donosi nadležno tijelo županije, Grada Zagreba, grada ili općine (davatelj koncesije).

Visina naknade za koncesiju utvrđuje se u fiksnom i varijabilnom dijelu ovisno o namjeni, opsegu i visini potrebnih ulaganja, pogodnostima i materijalnim učincima koji se postižu koncesijom, ograničenjima kojima je podvrgnut koncesionar propisanim uvjetima zaštite i očuvanja kulturnih dobara te drugim mjerilima i tržišnim uvjetima koje utvrđuje davatelj koncesije kao i kriterijima propisanim Zakonom o koncesijama. Ugovor o koncesiji prestaje važiti uz uvjete koji su propisani Zakonom o koncesijama ili ako promjenom režima zaštite i očuvanja kulturnog dobra za koje je dana koncesija, nastanu razlozi koji sprečavaju davanje, odnosno korištenje koncesije na kulturnom dobru.⁸

Gospodarske su koristi koncesije na kulturnom dobru povećanje radnih mjesta, poduzeća i gospodarskog rasta kroz:

- rad generiran za lokalne tvrtke popravcima i obnavljanjem povijesnog materijala
- dobivanje infrastrukture za poslovne aktivnosti, osobito za kreativnu, kulturnu, turističku i gastronomsku industriju
- povećanje faktora privlačnosti lokacije za potencijalna nova ulaganja
- javna ulaganja u kulturnu baštinu kao katalizator revitalizacije šireg područja.

Ključni su problemi i rizici koncesije na kulturnom dobru u turističke svrhe:

- mali broj razvojnih studija analizira stanje i potencijale razvoja gospodarstva na kulturnim dobrima
- imovinsko pravni odnosi su neriješeni

⁷ Ministarstvo kulture. *Pravilnik o upisniku koncesija na kulturnom dobru*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=15729> (21. 2. 2019.)

⁸ Zakon.hr. *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (21. 2. 2019.)

- za obavljanje gospodarske aktivnosti atraktivni su prostori koji imaju visoku vrijednost s aspekta lokacije, ali to nema utjecaja na stvaranje dodane vrijednosti poslovnih subjekata
- povezanost turističkih i kulturnih segmenata često nije usklađena.

3. Primjeri iz prakse korištenja koncesija na kulturnom dobru

Unatoč činjenici unošenja instituta koncesije i koncesijskog odobrenja još od 2003. godine u zakonodavni okvir Republike Hrvatske, ove zakonske odredbe nisu pronašle svoju višestruku primjenu u praksi, odnosno minimalan je broj primjera raspolaganja kulturnim dobrima u Republici Hrvatskoj putem koncesije i koncesijskog odobrenja.

Uvođenjem instituta koncesije i koncesijskog odobrenja na nepokretnom kulturnom dobru intencija zakonodavca bila je stvoriti pravni okvir za promicanje rješenja usmjerenih na korištenje napuštenih ili nedovoljno korištenih povijesnih lokaliteta u procesima razvoja kulturnog sektora i kreativnih industrija odnosno projekta revitalizacije istih jer se ulaganjem u kulturnu baštinu potiče razvoj gospodarstva i poduzetništva. U nastavku je prezentiran primjer uspješnog provođenja koncesije na kulturnom dobru i nastavak iste davanjem koncesije prethodno odabranom koncesionaru (Gašpina mlinica) te neuspješno okončan postupak provedbe koncesije suterena kulturnog dobra Dvorca „Nova Kraljevica – Frankopan“.

3.1. Primjer Gašpina mlinica

Pretraživanjem dostupnih podataka iz Registra koncesija, jedinstvene elektroničke evidencije ugovora i središnjeg izvora informacija o svim koncesijama ugovorenim na području Republike Hrvatske, a kojeg vodi Ministarstvo financija, evidentno je kako je sklopljeno i upisano samo šest koncesija na kulturnom dobru, pri čemu je jedna koncesija na kulturnom dobru Gašpina mlinica istekla te je nakon provedenog postupka koncesija ponovno dana koncesionaru SEPTIMA d. o. o.

U Splitsko-dalmatinskoj županiji Gašpina mlinica primjer je dobre prakse upotrebe instituta koncesije na kulturnom dobru. Rijeka Jadro, takozvana Rika, bila je izvor života solinskog područja još od antičkog doba te ishodište hrvatskog Solina (Buble, 2011). Mlinarstvo je u prošlosti Solinskog područja bilo privredna djelatnost od velikog značaja sve do 20. stoljeća, o čemu svjedoče i povijesni dokumenti iz 1069. godine u darovnici Petra Krešimira (Katić, 1952). Mlinice su uglavnom gradili solinski seljaci, kao tadašnji zakupnici (prije su bile u posjedu mletačkih vlastela), što je slučaj i s Gašpinom mlinicom koja naziv dobiva po Luki Kljakoviću Gašpiću.

Gašpina mlinica nalazi se tik uz rukavac rijeke Jadro, nizvodno od Šuplje crkve, i kao takva jedna je od rijetkih sačuvanih mlinica na ovoj rijeci. Nastala je početkom 18. stoljeća (oko 1711. godine kad je datiran prvi spomen Mlinice). Od tada je više puta pregrađivana i popravljana, osobito nakon velike poplave 1885. godine. U 18. stoljeću u gradu Solinu je tijekom cijele godine radilo čak 15 poznatih mlinova koji su ugašeni uvođenjem električne energije. Mlinica je do tada bila središte života i svih zbivanja. Kompleks se sastoji od četiri kamene prizemne zgrade u nizu s dvostrešnim krovovima pokrivenim

kamenim pločama.⁹ Tijekom vremena kompleks je nadograđivan te je prolazio mnoge građevinske zahvate i preinake što je vidljivo na samome pročelju.

Zanimljiv detalj je poviše glavnih ulaznih vrata na zapadnoj strani gdje je ugrađena antička nadgrobna stela u formi nadvratnika (Buble, 2011). Sukladno sačuvanoj građi i podacima iz starije literature evidentno je da je najstariji dio ovoga kompleksa južni dio dok je srednji dio rekonstruiran i nadograđen nakon već spomenute poplave iz 1985. godine. Mlinica je aktivno radila sve do šezdesetih godina 20. stoljeća, nakon čega je ugašena i napuštena. Prema povijesnom kontinuitetu i prema etnografskim vrijednostima sklopa ova mlinica predstavlja spomenik kulture te je kao takva upisana u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Gašpina mlinica zaštićeno je kulturno dobro pod brojem Z-7244¹⁰ kao nepokretno kulturno dobro – profana graditeljska baština u Registru kulturnih dobara RH. Grad Solin u suradnji s Konzervatorskim odjelom Ministarstva kulture 2003. godine započinje obnovu Mlinice te je u rujnu 2008. godine, potpuno obnovljenu, daruju građanima Solina.

Nakon provedenog natječaja 2013. godine solinski su gradski vijećnici donijeli Odluku o davanju koncesije za korištenje zaštićenog kulturnog dobra Gašpina mlinica u Solinu tvrtki Septima d. o. o. s opsegom djelatnosti prezentacije kulturne baštine domaćim i stranim gostima i to na rok od četiri godine s godišnjom naknadom od 3.000,00 kuna. Navedena tvrtka jedina se javila na natječaj i ispunjavala je sve propisane uvjete.¹¹ Budući da je riječ o zaštićenom kulturnom dobru koje je pod konzervatorskim nadzorom, jedina je moguća namjena turistička prezentacija i organizacija edukativnih posjeta djece. Različita događanja koja je koncesionar organizirao tijekom koncesije bila su: „Što su jeli naši stari” u kojoj se pripremaju jela, kruh i kolači od brašna iz Gašpine mlinice, „Noć Gašpine mlinice” večer uoči Dana pobjede i domovinske zahvalnosti / Dana hrvatskih branitelja, „Vina u Mlinici” na kojoj su sudjelovala 92 vinara, Dani kruha u listopadu, Dani vode u travnju i slične manifestacije.

Uvidom u Registar¹² vidljivo je da je koncesija istekla 9. studenoga 2017. godine nakon čega je proveden novi javni natječaj, a Gradsko vijeće grada Solina na svojoj je sjednici održanoj 11. lipnja 2018. donijelo Odluku o davanju koncesije za korištenje zaštićenog kulturnog dobra Gašpine mlinice u Solinu ponuditelju Septima d. o. o., dotadašnjem koncesionaru, na rok od četiri godine s visinom naknade u iznosu od 5.000,00 kuna godišnje dok promjenjivi dio naknade iznosi 1 % prihoda ostvarenog obavljanjem djelatnosti na području koji je predmet koncesije. Slijedom gore istaknutog, nesporno je da predviđeni zakonodavni okvir pruža jasne smjernice na koji način provesti javni natječaj za dodjelu koncesije na kulturnom dobru te sinergiju između grada Solina, kao jedinice lokalne samouprave, i tvrtke Septima d. o. o., kao koncesionara.

⁹ Turistička zajednica grada Solina. *Gašpina Mlinica*. Preuzeto s: <http://solin-info.com/hr/znamenitosti/solin-danas/gaspina-mlinica/> (12. 2. 2019.)

¹⁰ Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212> (12. 2. 2019.)

¹¹ Sesartić, M. (15. 11. 2013.). Bračni par dobio koncesiju na Gašpinu mlinicu: Želimo mladima pokazati život kakav je nekad bio. *Slobodna Dalmacija*. Preuzeto s: <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split-zupanija/clanak/id/217943> (22. 2. 2019.)

¹² Ibid. 10

3.2. Primjer Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“

Kao primjer pokušaja upotrebe instituta koncesije na kulturnom dobru u Primorsko-goranskoj županiji naveden je Grad Kraljevica koji je kao davatelj koncesije proveo postupak davanja koncesije za gospodarsko korištenje suterena kulturnog dobra Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“.¹³ Mjestom podrijetla Krčkih knezova Frankopana (Frankapana), kao tada jedine uistinu moćne obitelji u našim krajevima, smatra se Gradec, danas napušten dvorac pokraj Vrbnika. Samo ime Frankapani uzimaju tek nakon mnogo godina svoje prisutnosti na ovim prostorima, po uzoru na ime rimskih patricija, što je tada bio čest običaj među plemstvom.

Budući da su tijekom povijesti koristili dva grba, smatra se da je ime Frankapani nastalo iz imena rimskih patricija Frangapanibusa te se shodno tome mijenjao i njihov grb u dva lava koja lome kruh (lat. *frangere pane* – lomiti kruh).¹⁴ Do 1430. godine koristili su stari grb s jednom šesterokrakom zvijezdom na crvenom polju. Do sredine 15. stoljeća osim otoka Krka imaju posjede i u županiji Gackoj s Otočcem, sve do Slunja i Cetingrada, Pounja, Vrlike, Ostrovice i Skradina, iako dobar dio tih posjeda gube u bitkama s Osmanlijama. Loza Frankapana izrodila je 114 pojedinaca od kojih su mnogi ostali zapamćeni kao važne karike u formiranju našeg nacionalnog identiteta. Obnašali su mnoge važne društvene i političke dužnosti. Svoj su trag ostavili u vidu arhitektonskih ostvarenja kao i pisanih tragova, statuta i zakonika. Frankapani su sam Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“ koristili kao luku grada Hreljina (Pajur, 2011).

Važnost ovog prostora kao povijesne lokacije počinje se nazirati tek sklapanjem obiteljskih saveza sa Zrinskim i gradnjom novog dvorca nazvanog Nova Kraljevica. Dvorac je građen u kasnorenesansnom stilu s baroknim dekoracijama, a dao ga je izgraditi grof Petar Zrinski između 1649. i 1651. godine. Ime graditelja nije poznato, ali pretpostavka je da se radi o venecijanskom majstoru. Izgled samoga dvorca izvana podsjeća na utvrdnu iako nije građen s tom svrhom, već kao rezidencijalni dvor. Dvorac se izvorno sastojao od suterena, prizemlja i prvoga kata, a u 19. stoljeću isusovci su dogradili drugi kat. U njemu možemo naći i jedini primjer dvogrba obitelji Zrinskih i Frankapana koji svjedoči o povijesnom značaju dvora i ujedinjenju dvaju obitelji (ženidba Petra Zrinskog i Katarine Frankopan, sestre Frana Krste Frankopana, 1641. godine). Legenda kaže kako je upravo u Dvorcu „Nova Kraljevica – Frankopan“ skovana zrinško-frankopanska urota, iako ne postoje povijesni podatci koji bi je potvrdili (Pajur, 2011).

Dvorac je kulturno dobro od interesa za Grad Kraljevicu i pod posebnom je zaštitom države. Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“ u Kraljevici upisan je prvotno kao Dvorac Frankopan „Nova Kraljevica“ u Registar kulturnih dobara br. 119 (1961. godine), a kasnije u Registar nepokretnih kulturnih dobara pod brojem Z-789, rješenjem Ministarstva kulture broj 119 od 19. veljače 2003. godine (Izvod iz registra Hrvatskih kulturnih dobara 2/06 – Lista zaštićenih kulturnih dobara) pod nazivom Novi grad Zrinskih. Jedan od glavnih ciljeva davanja koncesije je uređenje kako vanjskog dijela dvorca tako i njegovih unutrašnjih prostora pa tako i prostora suterena dvorca za što postoji iskazan interes potencijalnih investitora slijedom čega je, nakon provedenog postupka, Gradsko vijeće grada Kraljevice na svojoj

¹³ Vlada republike Hrvatske. *Konačni prijedlog zakona o koncesijama*. Preuzeto s: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//2016/Sjednice/Arhiva//64.-1.a.pdf> (12. 2. 2019.)

¹⁴ Frankapani – Putovima Frankopana. *Upoznajmo Frankopane*. Preuzeto s: <https://frankapani.eu/frankapani/> (12. 2. 2019.)

sjednici dana 29. ožujka 2018. donijelo Odluku o davanju koncesije (KLASA: UP/I-034-02/18-01/1, URBROJ: 2170/08-08-18-1 od 29. ožujka 2018. godine) za gospodarsko korištenje kulturnog dobra najpovoljnijem ponuditelju SIMO društvo s ograničenom odgovornošću za turizam i poslovanje nekretninama iz Rijeke.

Djelatnost koncesije obavljat će se u suterenu kulturnog dobra Dvorca „Nova Kraljevica – Frankopan“ na rok od 15 godina od potpisivanja ugovora o koncesiji uz uvjete zaštite i očuvanja kulturnog dobra koji su utvrđeni od strane Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Rijeci.¹⁵ Fiksni dio naknade za koncesiju iznosi 7.488,00 kuna godišnje, a promjenjivi dio naknade za koncesiju iznosi 4 % od ostvarenog ukupnog prihoda od obavljanja djelatnosti temeljem ugovora o koncesiji.¹⁶ Međutim, Gradsko vijeće grada Kraljevice na svojoj sjednici održanoj 23. srpnja 2018. donijelo je Odluku o ukidanju Odluke o davanju koncesije (KLASA: 373-04/17-01/1, URBROJ: 2170/08-03-18-31 od 23. srpnja 2018.) u kojoj je samo naznačena izreka odluke, a da nije obrazložena, odnosno u istoj nije naveden razlog ukidanja koncesije.¹⁷

Postavlja se pitanje prava građana na javno informiranje o razlozima ukidanja koncesije u skladu sa Zakonom o pravu na pristup informacijama. Uistinu, informacija tijela javne vlasti, Grada Kraljevice, objavljena je pravodobno i točno, no ne i potpuno, jer iz iste nije na jasan i transparentan način objašnjeno zbog čega se ipak odustalo od projekta revitalizacije suterena kulturnog dobra Dvorca „Nova Kraljevica – Frankopan“. Formalno i legalno, Gradsko vijeće grada Kraljevice poštivalo je proceduru prilikom donošenja zakonite Odluke o ukidanju koncesije, ali ostaje dvojbeno iz kojeg razloga nije došlo do provođenja same koncesije na kulturnom dobru, odnosno zašto je davatelj koncesije odustao od istoga unatoč zakonito provedenom postupku javnog natječaja.

Ipak, projektom Putovima Frankopana planira se urediti više od 20 lokaliteta značajne kulturne baštine. Radovi na svim objektima obuhvaćaju obnovu fasada i pročelja, sanaciju zidova sanitarne te ostale restauratorske zahvate. Projekt koji se do sada razvijao u tri faze pokrenula je 2005. godine Primorsko-goranska županija, a potpuna provedba planira se za kraj 2019. godine. Budući da se radi o objektima i lokalitetima koji su kulturna dobra RH, svi zahvati moraju biti pomno nadgledani i strogo kontrolirani kako ne bi došlo do narušavanja izvornog oblika. Dopuštenje za obavljanje poslova zaštite i očuvanja kulturnih dobara izdaje se temeljem Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara i Pravilnika o uvjetima za dobivanje dopuštenja za obavljanje poslova na zaštiti i očuvanju kulturnih dobara.

4. Zaključak

Prema odredbama Zakona o zaštiti kulturnih dobara, jedinice lokalne samouprave (gradovi i općine) i jedinice područne (regionalne) samouprave (županije) imaju značajne ovlasti u djelokrugu zaštite kulturnih dobara te bi iste trebale više poticati izdavanje koncesija na kulturnom dobru zbog društveno-gospodarskog razvoja. Cjelokupni postupak izdavanja koncesija na jasan je način reguliran zakonskim

¹⁵ Grad Kraljevica. *Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“*. Preuzeto s: http://www.kraljevica.hr/dokumenti/O_dvorcu_Nova_Kraljevica_Frankopan.pdf (13. 2. 2019.)

¹⁶ Ibid. 15

¹⁷ Gradsko vijeće grada Kraljevice. *Odluka o ukidanju koncesije*. Preuzeto s: <http://www.kraljevica.hr/Clanak.aspx?cid=1315> (22. 5. 2019.)

odredbama s time da započinje na temelju provedenoga javnog prikupljanja ponuda sukladno načelima javne nabave na način da osigurava objektivno i pošteno postupanje prema svim gospodarskim subjektima te osigurava vidljivost i javnost informacija o postupku nabave, koje moraju biti jasno definirane i dostupne zainteresiranim stranama.

Zakonodavni okvir instituta koncesije na kulturnom dobru primjeren je i dostupan svima, no istraživanjem su otkriveni samo malobrojni primjeri provođenja koncesije na kulturnom dobru u praksi. Iz navedenih primjera očigledno je kako je namjera gradova Solina i Kraljevice uistinu bila obogatiti turističku ponudu navedenih gradova te revitalizirati zaštićena kulturna nepokretna dobra. To je u Splitsko-dalmatinskoj županiji provedeno na uspješan način produžujući koncesiju na Gašpinoj mlinici istom koncesionaru, dok koncesija na suterenu Dvorca „Nova Kraljevica – Frankopan“ nije ni zaživjela. Lokalnim djelovanjem radi se na sustavnom kreiranju i pozicioniranju kulturnih sadržaja na razini pojedinih destinacija.

Može se reći kako sustav zaštite i očuvanja kulturne baštine čine zakonodavstvo, financiranje te nositelji zaštite i očuvanja. Zajedničko djelovanje navedenih sudionika sustava omogućava restituciju i revitalizaciju, gospodarsku uporabu te upravljanje kulturnom baštinom pri čemu novac utrošen u baštinu ima višestruki pozitivni efekt time što ujedno podiže vrijednost obnovljene imovine i posljedično razvija turizam stvaranjem atraktivnih kulturnih sadržaja te povećava zapošljavanje mladih ljudi iz struke koji će te sadržaje kroz cijelu godinu predstavljati i nuditi domaćim ljudima, ali i turističkom tržištu.

Sukladno svemu prije navedenom, čini se da je zakonodavni okvir instituta koncesije na kulturnom dobru postavljen kvalitetno. On omogućava davanje kulturnih dobara u svrhu obavljanja gospodarskih, turističkih, ugostiteljskih i drugih djelatnosti zbog čega je očigledno da nedostaje prave sinergije između nositelja zaštite i očuvanja, odnosno davatelja koncesije i financiranja. Dakle, na Vladi je Republike Hrvatske da dodatno potakne razvitak kulturnog turizma i turizma baštine apostrofirajući isto u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske od 2020. godine.

Literatura

1. Antolović, J. (2009). *Zaštita i očuvanje kulturnih dobara*. Zagreb: Hadrian.
2. Buble, S. (2011). Gradnja mlina – umijeće koje nestaje; Gašpina mlinica u Solinu, *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske* 33/34-2009./2010., str. 97-112.
3. Katić, L. (1952). Solinski mlinovi u prošlosti. *Starohrvatska prosvjeta*, 3 (2), str. 201-219.
4. Ljubanović, B. (2009). Vrednovanje javnih dobara – koncesije na „kulturnom dobru“ kao „dobru od interesa za Republiku Hrvatsku“, s posebnim naglaskom na posebnosti tih koncesija. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 46 (1), str. 189-199.
5. Pajur, F. (2011). O Zrinsko-frankopanskoj uroti. *Kaj*, 44 (5), str. 57-67.

Internetski izvori

1. Frankopani – Putovima Frankopana. *Upoznajmo Frankopane*. Preuzeto s: <https://frankopani.eu/frankopani/> (12. 2. 2019.)
2. Grad Kraljevica. *Dvorac „Nova Kraljevica – Frankopan“*. Preuzeto s: http://www.kraljevica.hr/dokumenti/O_dvorcu_Nova_Kraljevica_Frankopan.pdf (13. 2. 2019.)

3. Gradsko vijeće grada Kraljevice. *Odluka o ukidanju koncesije*. Preuzeto s: <http://www.kraljevica.hr/Clanak.aspx?cid=1315> (22. 5. 2019.)
4. Ministarstvo kulture. *Pravilnik o upisniku koncesija na kulturnom dobru*. Preuzeto s: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=15729> (21. 2. 2019.)
5. Sesartić, M. (15. 11. 2013.). Bračni par dobio koncesiju na Gašpinu mlinicu: Želimo mladima pokazati život kakav je nekad bio. *Slobodna Dalmacija*. Preuzeto s: <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split-zupanija/clanak/id/217943> (22. 2. 2019.)
6. Turistička zajednica grada Solina. *Gašpina Mlinica*. Preuzeto s: <http://solin-info.com/hr/znamenitosti/solin-danas/gaspina-mlinica/> (12. 2. 2019.)
7. Vlada Republike Hrvatske. *Konačni prijedlog zakona o koncesijama*. Preuzeto s: <https://vlada.gov.hr/UserDocImages//2016/Sjednice/Arhiva//64.-1.a.pdf> (12. 2. 2019.)
8. Vlada Republike Hrvatske. *Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/UserDocImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf> (21. 2. 2019.)
9. Zakon.hr. *Ustav Republike Hrvatske*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske> (21. 2. 2019.)
10. Zakon.hr. *Zakon o koncesijama*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/157/Zakon-o-koncesijama> (21. 2. 2019.)
11. Zakon.hr. *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (21. 2. 2019.)

Abstract

The Process of Granting a Concession on Cultural Heritage Sites for the Purposes of Tourism Activities

In accordance with the provisions of the Croatian Tourism Development Strategy - 2020, the relevant products of cultural tourism include, among others, heritage tourism. Therefore, the importance of cultural goods, as goods that are of interest to the Republic of Croatia, is increasingly perceived both in tourism and in economic terms. The aim of this paper is to determine the importance of legal regulation for the growth of cultural tourism, and consequently deal with the issues of the protection of cultural goods and analyse the legal dimensions of granting concession as a possible model for the valorisation of cultural goods for economic purposes. The legal provisions seem to provide a quality legal framework that enables the use of cultural property in the pursuit of various economic activities, including tourism, but there are very few examples of good practice that have come to life. There are few rare cases in which the legal process of granting a concession on a cultural asset has been fully implemented, and the plan for carrying out the economic activity realized. There is also a question of public access to the procedures of awarding concessions on certain cultural goods. Finally, a special attention has been put on the concession with the right to carry out economic activities related to the cultural heritage Nova Kraljevica – Frankopan Castle and Gašpina Mill.

Key words: cultural tourism, cultural good, concession, revitalization

Stručni rad
Primljeno: 26. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 9. studenog 2019.
UDK: 904:72(497.583 Solin)

Josipa Ružić¹

Ana Torlak²

Plan prezentacije utvrde Gradina u Solinu

Sažetak

Utvrda Gradina jedinstvena je među brojnim solinskim lokalitetima zbog činjenice da se aktivno i kontinuirano koristi u kulturne svrhe već gotovo pola stoljeća. Osim toga, za razliku od ostalih solinskih, antičkih ili starohrvatskih lokaliteta, Gradinu su izgradili turski osvajači u prvoj polovici 16. stoljeća kako bi spriječili opskrbu kliškim braniteljima. Nakon što je Klis osvojen, u Gradini je boravila turska posada radi čuvanja granice prema mletačkom teritoriju, ali i zbog pljačkaških zalijetanja na okolna područja. U te svrhe utvrda je korištena sve do kraja 17. stoljeća. Sam lokalitet s vremenom je oronuo, dijelovi bedema i kula urušili su se ili su prekriveni zemljom i raslinjem. Unatoč tomu, i dalje se koristi za različita događanja te je nužna obnova i uređivanje. U ovome radu donosi se plan uređenja i prezentacije utvrde Gradina. Uz poštivanje zahtjeva konzervatorsko-restauratorske struke, u projektu je osobita pozornost posvećena zahtjevima lokalne zajednice kako bi se i dalje, čak i u većoj mjeri, lokalitet koristio te na taj način nastavio suživot sa suvremenim Solinom.

Ključne riječi: utvrda Gradina, Solin, prezentacija lokaliteta, montažna pozornica, gledalište

1. Uvod

Srednjovjekovni i novovjekovni Solin smjestio se na istočnim granicama nekadašnje antičke metropole, Salone. Sa sjeverne strane zaštićen Kozjakom i kliškom utvrdom, s juga morem te snažnim Jadrom, Solin je u razdoblju od 9. do 12. stoljeća bio važan dio starohrvatske države. Zbog svojeg važnog gospodarsko-geografskog položaja Solin s okolicom postaje prostorom žestokih i dugotrajnih sukoba. U jeku turskih osvajanja hrvatskih krajeva i napada na ključnu utvrdu na Klisu, izgrađena je utvrda Gradina. Smještena između rijeke Jadro i puta koji vodi iz Solina prema Klisu imala je za ulogu onemogućiti logističku opskrbu kliškim braniteljima. Nakon što je Klis osvojen, njezina uloga pada u drugi plan, iako i dalje služi Turcima kao zgodno mjesto iz kojega se zalijeću u pljačkaške pohode. S progonom osvajača Gradina je u potpunosti napuštena, ali su se s vremenom oko utvrde isplele brojne legende, što je Gradini dalo osobit mistični značaj i osiguralo joj opstanak u kolektivnoj svijesti Solinjana.

¹ Josipa Ružić, dipl. ing. arh., Ured ovlaštene arhitekture; ruzic.josipa@gmail.com

² doc. dr. sc. Ana Torlak, Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu, Odsjek za povijest umjetnosti; atorlak@ffst.hr

Utvrda je uistinu ponovno zaživjela sedamdesetih godina 20. stoljeća kada se počela aktivno koristiti za kulturna događanja. Kako bi se i dalje mogla neometano rabiti, kompletan lokalitet nužno je urediti. U ovome radu iznosi se plan uređenja koji poštuje sve zahtjeve struke, ali i uvažava potrebe lokalne zajednice.

2. Povijesni pregled izgradnje i istraživanja utvrde

Gradina je srednjovjekovna utvrda smještena na desnoj obali rijeke Jadro, u središtu današnjeg Solina. Trapezoidnog je oblika s četiri kule, a sagrađena je u 16. stoljeću tijekom osmanskih osvajanja kliško-solinskog područja. Naime, kako Osmanlije jurišima nisu uspijevali osvojiti ključnu točku hrvatske obrane – Klis, odlučili su se za postupno osvajanje ometanjem logističke podrške kliškim braniteljima. S tim ciljem su 1531. godine započeli gradnju utvrde koja će u narednom stoljeću biti nazvana Gradinom. Položaj izgradnje te utvrde pomno je odabran – između kopnenog puta za Klis i obale rijeke Jadro, na mjestu gdje su se vidjeli ostatci antičkog bedema i srednjovjekovne crkve nepoznatog titulara. Kako bi što bolje utvrdili svoju poziciju, iskoristili su salonitanski bedem za ojačavanje istočnog bedema utvrde, a za sjeverni bedem iskoristili su zidove crkve koja je na taj način inkorporirana unutar utvrde.³

Slika 1. Utvrda Gradina na prikazu 16. st.



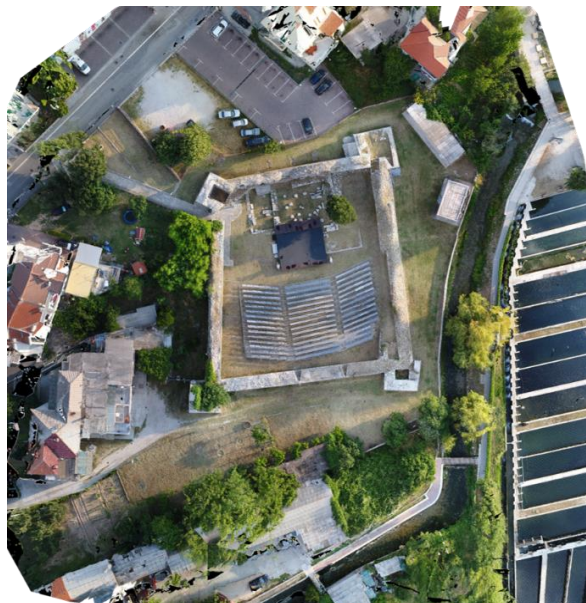
Izvor: Camoti, G. F. (1574). *Isole famose, porti, fortezze e terre maritime sottoposte alla Serenissima Signoria di Venezia, ad altri principi christiani et al Signor Turco, nuovamente poste in luce*. Venecija.

³ U sjeveroistočnom dijelu Gradine nalaze se ostatci crkve nepoznata titulara, sagrađene na temeljima građevine iz antike. Crkva unutar Gradine smještena je uz njezin sjeverni bedem. To je građevina centralnog tipa u obliku nepravilnog kvadrata (12 x 15 m), iznutra podijeljena s osam stupova poredanih u obliku oktogona, s četiri antička stupa u kutovima kvadrata. Stupovi oktogona držali su centralnu kupolu, a u kutovima crkve imali su ulogu rasterećenja pritiska tambura na vanjski zid crkve. Tijekom arheoloških istraživanja provedenih početkom 20. stoljeća pronađeni su i brojni ulomci crkvenog namještaja s pleternim motivima iz druge polovice 11. stoljeća i iz 12. stoljeća. O izgradnji crkve i njezinoj arhitekturi pisali su brojni istraživači (Bulić, 1925; Karaman, 1930; Dyggve, 1952; Marasović, 1992; Piteša, 1992; Ivančević, 1994; Bužančić, 2000; Bužančić, 2007; Bužančić, 2014).

S obzirom da je Gradina predstavljala ozbiljnu prijetnju kliškoj obrani, razorena je u potpunosti već 1532. godine pod vodstvom Petra Kružića (1490. – 1537.). Međutim, bosanski sandžakbeg Gazi Husrev-beg (1480. – 1541.) 1536. godine intenzivirao je osvajanja u Dalmaciji, a u skladu s tim i pritisak na Klis te je obnovio utvrdu u koju je smjestio značajnu vojnu posadu. Nakon toga Kružićeva je obrana slomljena, a Turci su osvojili Klis 1537. godine. U Gradini je i nakon toga vremena ostala vojna posada, ali u manjem obimu. Ona je zadržala funkciju utvrde sve do Ciparskog rata (1570. – 1573.), kada su Turci osvojili mletački kaštel na južnoj obali Jadra i proširili svoj posjed. Nakon toga vremena Gradina je zapuštena (Bulić, 1913; Katić, 1956; Katić, 1958; Katić, 1962; Katić i Rapanić, 1971; Alduk, 2015; Torlak 2018).

U središte zbivanja ponovno dolazi krajem 17. stoljeća, kada je postala točkom prijepora između mletačkih vlasti i poraženih Osmanlija. Naime, prilikom potpisivanja mira, Turci su tvrdili da je u utvrdi pokopana sultanija Mihri Mah što im po vjerskim zakonima brani da predaju sporno područje⁴ (Katić, 1958; Bulić, 1984; Katić, 1993; Alduk, 2010; Alduk, 2015; Torlak 2018). Iako je lokalitet na svojoj topografskoj karti zabilježio već Francesco Carrara (1812. – 1854.) sredinom 19. stoljeća, sustavno arheološko istraživanje lokaliteta vodio je početkom 20. stoljeća don Frane Bulić (1846. – 1934.), a konzervatorski radovi poduzeti su sredinom istog stoljeća pod vodstvom Stanke Machiedo kao arhitekta-konzervatora Zavoda za zaštitu spomenika kulture u Splitu. Doprinosi u razumijevanju strukture utvrde dali su i drugi istraživači (Bulić, 1913; Bulić, 1925; Karaman, 1930). Utvrda je zajedno sa starohrvatskom crkvom 1975. godine zaštićena kao spomenik kulture te je upisana u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Slika 2. Položaj utvrde uz rijeku Jadro



Izvor: Ružić, J. (2018). Sanacija i uređenje utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt – glavni projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

⁴ Osim uz tursku princezu, Gradina se u pučkim legendama povezivala i s rimskom princezom Valerijom, kćeri cara Dioklecijana.

3. Prijedlog prezentacije lokaliteta

Utvrda Gradina danas se nalazi u samom središtu suvremenog Solina, okružena stambenim kućama i rijekom Jadro. Gotovo je cijele godine otvorena za posjetitelje, a u ljetnim mjesecima služi i kao otvorena pozornica za brojne koncerte i kazališne predstave u sklopu manifestacije Solinsko kulturno ljeto. Na taj način Gradina je, uz povijesni značaj, postala sinonim suvremenog kulturno-umjetničkog života grada Solina. Međutim, cjelokupan lokalitet tijekom vremena poprilično je propao, a zbog njegove je važnosti Grad Solin pokrenuo projekt cjelokupne obnove.

3.1. Situacijska analiza

Zidovi utvrde debljine su od 2,5 do 4 m, te su, uz iznimku južnog zida, u prilično lošem stanju (završnice zidova nisu obrađene pa voda prodire u njih te dolazi do odvajanja kamena). Osim toga, u sjevernom zidu postoji velika, neprikladno sanirana rupa koja se koristi kao dodatni ulaz u utvrdu. Drvena građa koja je ugrađena u nadvoje tog otvora dotrajala je i nužno ju je zamijeniti. Kule koje se nalaze na uglovima uglavnom su dostupne, osim jugozapadne koja je najviša, ali zbog bujne vegetacije nije pristupačna.

Slika 3. Pogled na unutrašnjost utvrde, 2018.



Unutar utvrde nalaze se pozornica i gledalište te se aktivno koriste. Međutim, pozornica je postavljena na južni zid crkve unutar utvrde, čime izravno ugrožava taj vrijedan spomenik. Osim toga, zaklanja i pogled na crkvu, a povremeno se i izloženi dijelovi crkvene građe koriste kao podupirači za pozornicu. Nasuprot pozornici smješteno je gledalište koje čine dotrajale drvene klupe, smještene na terenu u blagom nagibu, s betonskim podzidima koji ga stabiliziraju.

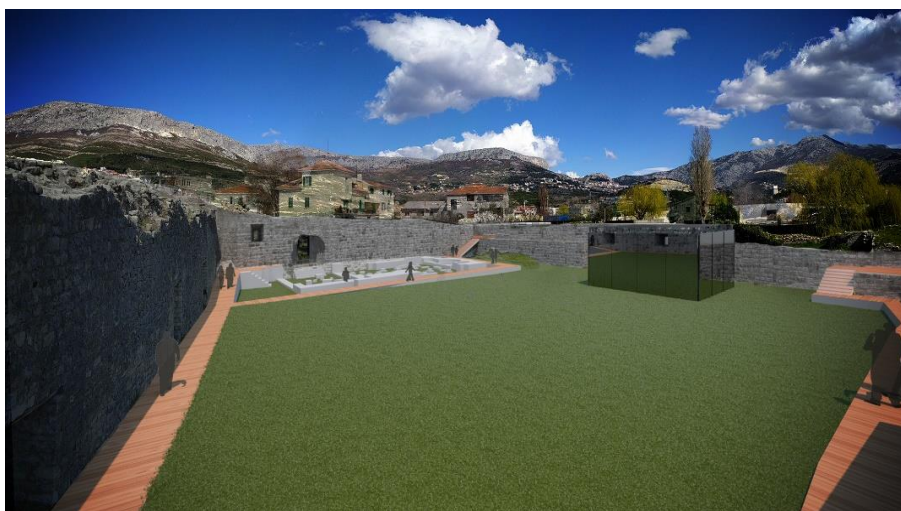
S obzirom na gotovo svakodnevno aktivno korištenje utvrde, i njezino trenutno loše stanje, nužna je hitna intervencija kako bi se osiguralo nastavak korištenja tog prostora i sigurnost posjetitelja. Dapače, intervencijom bi se mogli i proširiti sadržaji lokaliteta tako da bude otvoren tijekom cijele godine za posjetitelje. S tim ciljem grad Solin pokrenuo je projekt obnove, a projektni elaborat izradio Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

3.2. Prijedlog uređenja lokaliteta

Prva službena iskopavanja koja su provedena na lokalitetu bila su usmjerena na istraživanje starohrvatske crkve centralnog tipa. Ostatak lokaliteta nije detaljnije istražen, tek je naznačeno postojanje arhitekture u sjeveroistočnom i jugozapadnom dijelu.⁵ S obzirom na takvo stanje istraženosti, projektni tim predlaže u prvom redu arheološki istražiti cjelokupan prostor, a zatim provesti potrebne konverzijsko-restauracijske zahvate.

Nakon toga potrebno je provesti unutarnje uređenje lokaliteta. S obzirom na postojeću komunikaciju Gradine prema centru Solina i usmjerenost postojećeg ulaza na suvremene cestovne komunikacije projektantica predlaže da ulaz u utvrdi ostane na istome mjestu, neposredno uz sjeverozapadnu kulu. Od ulaza bi se pružala pješačka staza koja bi vodila posjetitelja obodno uz unutarnje zidove i oko crkve te kojom bi se moglo popeti na jugoistočnu i sjeveroistočnu kulu. S obzirom na kružni izgled staza bi imala višestruku ulogu – služila bi kao šetnica za posjetitelje, ali i kao komunikacija za punjenje i pražnjenje gledališta kada je to potrebno. Osobito je važno da bi bila i svojevrsna fizička barijera prema arheološkim ostatcima. Na taj bi način lokalitet mogao biti razgledan, a da se pritom ne narušava dignitet pojedinih spomenika.

Slika 4. Idejni projekt uređenja i prezentacije utvrde, šetnica i pozornica

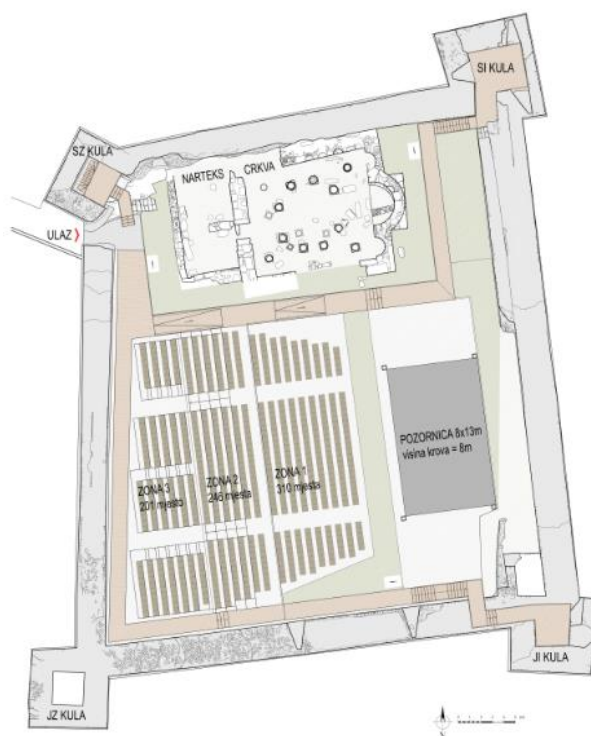


Izvor: Ružić, J. (2017). Idejno rješenje uređenja utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

S ciljem očuvanja ostataka crkve koji su još uvijek vidljivi, ali poprilično ugroženi, nužno je ukloniti postojeću fiksnu pozornicu te postaviti novu uz istočni zid utvrde. Na taj bi se način oslobodio i zaštitio prostor crkve od uništavanja. Nova pozornica bila bi montažna, dakle potpuno sklopiva i sastavljena od modularnih elemenata kako bi se moglo manipulirati njezinim dimenzijama, ovisno o potrebama zajednice koja je koristi. Sukladno promjeni položaja pozornice, potrebno je izmijeniti i položaj gledališta koji bi sada bio u blagom padu od zapada prema istoku te podijeljen u tri zone.

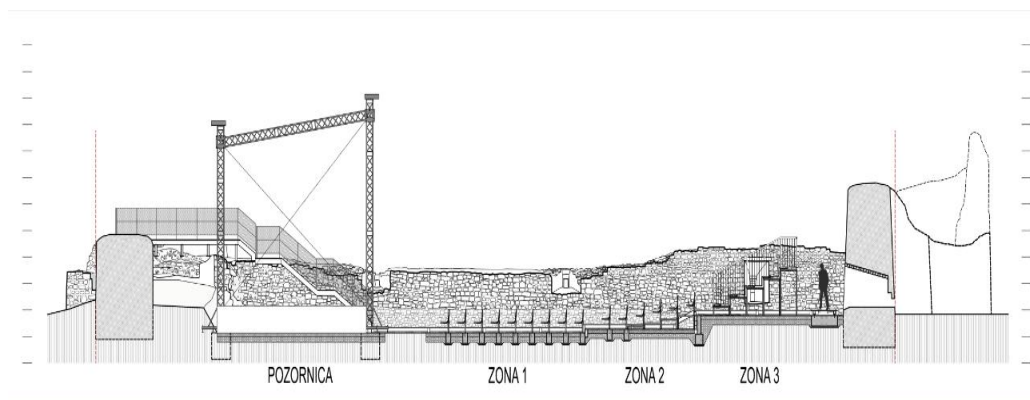
⁵ Na zemljišnoj čestici 3462/2 pronađeni su temelji zidova, fragmenti keramike, kanal i komadi mozaika, sve iz rimskog doba (Karaman, 1930).

Slika 5. Tlocrt projekta uređenja i prezentacije lokaliteta



Izvor: Ružić, J. (2018). Sanacija i uređenje utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt – glavni projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

Slika 6. Presjek uređenja i prezentacije lokaliteta

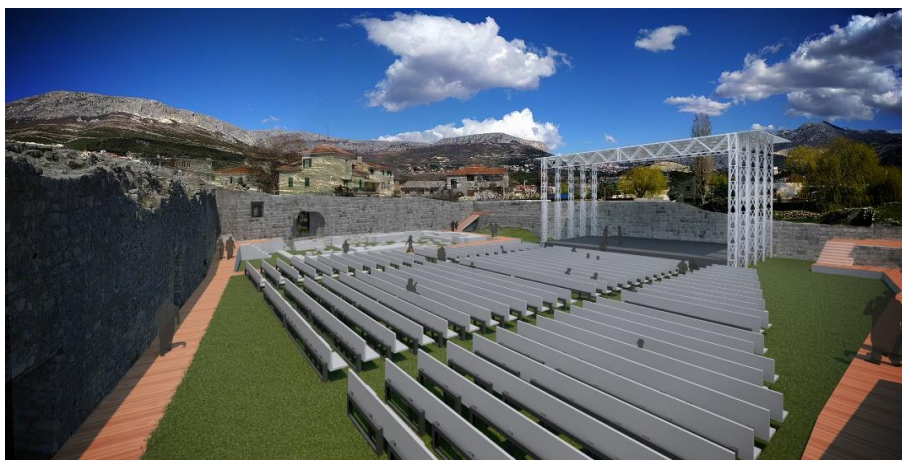


Izvor: Ružić, J. (2018). Sanacija i uređenje utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt – glavni projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

Prva zona bliže pozornici bila bi smještena na potpuno ravan plato i u ovoj se zoni predviđa 310 sjedećih mjesta. Druga zona sastojala bi se od istih modularnih elemenata kao i pozornica, pričvršćenih na kaskadno postavljene elemente kako bi se postiglo blago povećanje visine svakog reda, samim time i bolja preglednost za posjetitelje. U ovoj zoni predviđa se 246 sjedećih mjesta. Treća zona gledališta su tribine s većim visinskim razlikama između redova koje su sastavljene od modularnih elemenata na koje su pričvršćena sjedala. U ovoj zoni predviđa se 201 sjedeće mjesto. Sveukupno se predviđa 757 sjedala u prostoru gledališta, a cjelokupno gledalište moglo bi se rastaviti i skladištiti ovisno o potrebama.

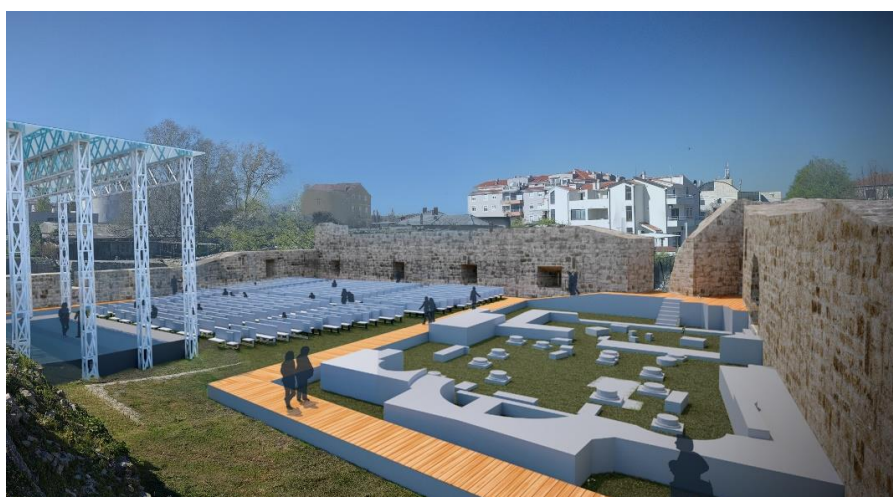
Projektom se predviđa i prikladna prezentacijska rasvjeta lokaliteta crkve i zidina utvrde te mjestimično hortikulturno uređenje. U svrhu prezentacije lokaliteta potrebno je postaviti informacijske ploče s opisima i grafičkim prikazima.

Slika 7. Idejni projekt uređenja i prezentacije utvrde, gledalište i pozornica



Izvor: Ružić, J. (2017). Idejno rješenje uređenja utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitekture Josipe Ružić.

Slika 8. Idejni projekt uređenja i prezentacije utvrde, prostorni prikaz



Izvor: Ružić, J. (2017). Idejno rješenje uređenja utvrde Gradina u Solinu. Arhitektonski projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitekture Josipe Ružić.

4. Zaključak

Idejno rješenje i detaljnija projektna dokumentacija izrađena do razine izvedbenih detalja rezultat su iscrpne analize postojećeg stanja utvrde. Izradi dokumentacije prethodila je fotogrametrijska izmjera terena kojom je dobiven trodimenzionalni oblak točaka od kojih svaka točka predstavlja mjerni podatak, Iz takve precizne geodetske izmjere izrađen je i arhitektonski snimak postojećeg stanja koji je bio temelj daljnje tehničke i povijesne analize. Istraživanjem zatečenog stanja na lokalitetu, dostupne povijesne i arhivske građe, dosadašnjih istraživanja te zadanog projektnog zadatka donesene su smjernice za zaštitu, očuvanje i uređenje sklopa ugrađene u konzervatorski elaborat. Na temelju ovih ulaznih podataka nastalo je i idejno rješenje sanacije i prezentacije lokaliteta utvrde.

Planiranim projektom pridonosi se boljem poznavanju lokaliteta kroz provođenje novih, ali i revizijskih istraživanja, ali i njegovoj zaštiti temeljem navedenih zahvata. Poboljšava se organizacija cjelokupnog prostora koja je nužna da daljnje korištenje lokaliteta, uz nenametljivu primjenu tradicionalnih i suvremenih materijala. Uz sve se povećava i sigurnost posjetitelja te je omogućen pristup osobama smanjene pokretljivosti, a pri tome se ne mijenja ni jedan od lokacijskih uvjeta. Uređenjem i revitalizacijom prostora i sadržaja omogućit će da Gradina i dalje koegzistira u svakodnevnom životu Solina.

Literatura

1. Alduk, I. (2010). Rustem-paša i Mihrimah. *Tusculum*, 3 (1), str. 63-70.
2. Alduk, I. (2015). Solinske utvrde (I) Gradina na temelju izvora iz 16. stoljeća. *Tusculum*, 8 (1), str. 107-116.
3. Bulić, F. (1984). Car Dijoklecijan. Njegovo ime, njegova domovina i mjesto, gdje se rodio. Kada, gdje i kako je umro. *Izabrani spisi*, str. 199-291.
4. Bulić, F. (1913). Trovamenti antichi romani e medioevali a Gradina di Salona. *Bullettino di archeologia e storia dalmata*, 36, str. 3-19.
5. Bulić, F. (1925). Krunidbena bazilika kralja Zvonimira usred Gradine u Solinu. *Zbornik kralja Tomislava*, str. 446-450.
6. Dyggve, E. (1952). *A History of Salonitan Christianity*. Oslo: Instituttet for Sammenlignende Kulturforskning.
7. Bužančić, R. (2000). Carolingian influences on the Early Medieval architecture of Dalmatia. *Quaderni del "Museo archeologico medievale di Attimis"* 2, str. 43–53.
8. Bužančić, R. (2008). Hrvatska vladarska arhitektura ranog srednjeg vijeka. U: Belamarić, J., Grčić, M. (ur.), *Dalmatinska zagora nepoznata zemlja, katalog izložbe* (str. 129-134). Zagreb: Ministarstvo kulture RH, Galerija Klovićevi dvori.
9. Bužančić, R. (2014). Dyggve i njegovo zanimanje za centralne građevine Dalmacije. U: *Ejnar Dyggve, Istraživanja u Dalmaciji: katalog izložbe* (str. 53-63). Split.
10. Camoti, G. F. (1574). *Isole famose, porti, fortezze e terre maritime sottoposte alla Serenissima Signoria di Venezia, ad altri principi christiani et al Signor Turco, nuovamente poste in luce*. Venetia.
11. Ivačević, R. (1994). Solinska crkva u Gradini: izuzetak ili tip, *Bulletin razreda likovne umjetnosti HAZU*, 42, str. 47-52.
12. Karaman, Lj. (1930). *Iz kolijevke hrvatske prošlosti*. Zagreb: Matica hrvatska.
13. Katić, L. (1956). Solin od VII. do XX. stoljeća. *Prilozi povijesti umjetnosti u Dalmaciji*, 9 (1), str. 17-91.
14. Katić, L. (1958). Granice između Klisa i Splita kroz vjekove, *Starohrvatska prosvjeta*, 3 (6), str. 187-210.
15. Katić, L. (1962). Veza primorske Dalmacije kroz kliški prolaz od prethistorije do pada Venecije, *Starine*, 51, str. 267-434.
16. Katić, L. (1993). Naseljenje današnjeg Solina. U: *Rasprave i članci iz hrvatske povijesti* (str. 437- 455). Split: Književni krug.
17. Katić L. i Rapanić, Ž. (1971). *Prošlost i spomenici Solina*. Solin: Tugomir Jovanović.
18. Marasović, J. (1992). Rekonstrukcija crkve u Gradini, Mjesta i spomenici. U: Marin, E. (ur.), *Starohrvatski Solin* (str. 138-143). Split: Arheološki muzej u Splitu.
19. Piteša, A. (1992). Crkva u Gradini, Arheološka mjesta i spomenici. U: Marin, E. (ur.), *Starohrvatski Solin* (str. 131-137). Split: Arheološki muzej u Splitu.
20. Ružić, J. (2017). *Idejno rješenje uređenja utvrde Gradina u Solinu*. Arhitektonski projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.

21. Ružić, J. (2018). *Sanacija i uređenje utvrde Gradina u Solinu*. Arhitektonski projekt – glavni projekt. Solin: Ured ovlaštene arhitektice Josipe Ružić.
22. Torlak, A. (2018). Turska utvrda Gradina u Solinu. *Kroatologija*, 9 (1-2), str. 171-189.

Abstract

The Presentation Plan of Gradina Fort in Solin

Among numerous historic sites found in Solin, Gradina Fort has been unique for its continuous and active use in the cultural life of Solin for almost half a century. Moreover, unlike other sites in Solin – from classical period or early Croatian period – Gradina was built by Ottoman invaders in the first half of the 16th century as a post from where the Ottomans established a blockade of supplies for the Klis warriors. After Klis was conquered, Gradina became home to the Ottoman soldiers whose mission was both guarding the border to the Venetian territory and making plundering incursions in the surrounding area. For those purposes, the fort was used until the end of the 17th century. In the course of time, the site itself became dilapidated: the parts of ramparts collapsed or got covered with soil and vegetation. Notwithstanding, Gradina has been actively used for various cultural events, and it is necessary to restore and repair it. This paper presents a plan of such a restoration and renewal of the site. In accordance with the conservation and restoration requirements, this project devotes particular attention to the needs of the local community in Solin so that the site could continue to be a part, even to a greater extent, of the town's contemporary cultural life.

Keywords: Gradina Fort, Solin, site restoration, mounting stage, auditorium

Stručni rad
Primljeno: 26. ožujka 2019.
Prihvaćeno: 27. studenog 2019.
UDK: 004.55:338.483.12(497.5)

Tomislav Zović¹

Antonija Mihovilović²

Značaj izi.TRAVEL platforme s ciljem razvoja i popularizacije kulturne baštine

Sažetak

Tim nizozemskih inovatora udružio se sa švicarskim ulagačem s ciljem povezivanja gradova, muzeja i njihovih priča s putnicima koji su željeli istražiti svijet na nov i inovativan način. Iako ta ideja nije bila ništa novo, nitko to još nije učinio na tako velikoj i ambicioznoj razini. Izi.TRAVEL je multimedijalna platforma za pripovijedanje koja otkriva gradove, muzeje i turističke atrakcije kroz audiovođene priče. Ova platforma pomaže organizacijama u kulturi i turizmu da ožive svoje priče te da istraživanje muzeja i gradova još više potakne i obogati posjetitelje. Izi.TRAVEL dopušta svima da uživaju u novoj destinaciji vlastitim tempom, jer sadrži tisuće priča iz različitih kutova i prilagođenih različitim interesima i dobi. Ova besplatna aplikacija osmišljena je kako bi zadovoljila potrebe svakog putnika. Zahvaljujući višezjezičnom sučelju obogaćenom čitačem QR koda, sustavu ocjenjivanja korisnika i pregledom te integriranim mapama, svaki korisnik može lako izvući najbolje iz svake ture. Osim toga, aplikacija radi i izvanmrežno, omogućujući korisnicima da uživaju u potpunom istraživačkom iskustvu bez dodatnih troškova *roaminga*. Svatko, od profesionalaca i stručnjaka do običnih putnika, može lako kreirati multimedijску turu, kombinirajući audiodatoteke sa slikama, videozapisima, tekstovima pa čak i kvizovima. Jedinstvena dodana vrijednost izi.TRAVEL aplikacije svakako leži u njejoj sposobnosti da obogati svako putovanje snažnim pričama koje dijeli s tisućama ljudi. U ovome radu pojasniti će se primjena izi.TRAVEL platforme na primjeru virtualnog vodiča Vedrana Matošića Storyteller mobile tour guide koja je prikazala turističku turu starom gradskom jezgrom Splita, Salone, Trogira i Klisa.

Ključne riječi: izi.TRAVEL, pripovijedanje, kulturna baština, turizam, multimedijalna platforma, turistički vodič

1. Uvod

Uloga i utjecaj tehnologije u svakodnevnom životu ljudi značajna je i neizbježna, sa svim svojim dobrim i lošim stranama. Iako je kultura najčešće zanemaren sektor, bilo financijski, bilo po važnosti, ipak je došlo do značajnijih pomaka u upotrebi tehnologije. Uz pomoć tehnologije teška i nepristupačna materija

¹ Tomislav Zović, ing. tk. prometa, vlasnik digitalne agencije Klikeri i predavač na Visokoj školi Aspira; klikeri@klikeri.hr

² Antonija Mihovilović, mag. educ. hist. et hist. art, suradnik u marketingu Visoke škole Aspira; antonija.mihovilovic@aspira.hr

približena je svakodnevnim korisnicima na mnogo zanimljiviji način. Svjedok tehnološke revolucije svakako je i nedavno održana kulturna manifestacija *Noć muzeja* čija je tema bila *Muzeji – inovacije i digitalna budućnost*. Upotreba suvremene tehnologije omogućuje nebrojene mogućnosti prikazivanja kulturne baštine na inovativan i zanimljiv način prilagođen svim dobnim skupinama i njihovom predznanju. U ovome radu posebno ćemo se osvrnuti na upotrebu izi.TRAVEL platforme koja je omogućila prezentaciju kulture baštine uz pomoć tehnologije i učinila je dostupnom korisnicima širom svijeta.

2. Primjena digitalnih vodiča u kulturnom turizmu

Suvremena tehnologija omogućuje različite načine zanimljivog i kreativnog prikazivanja kulturnog sadržaja koji može zainteresirati publiku i generirati nove posjetitelje u kulturnim institucijama i gradovima. Nažalost, u Hrvatskoj je primjena digitalnih tehnologija još uvijek na niskoj razini i zahtijeva dodatna poboljšanja. Postoji više razloga zaslužnih za to, od needuciranih djelatnika do skupe izrade aplikacija.

Budući da industrija turizma u Hrvatskoj prednjači po udjelu u gospodarstvu, dugoročna ulaganja u digitalizaciju su nužna. Turističke zajednice većih gradova počinju ulagati u izradu aplikacija s kojima će destinaciju učiniti atraktivnom i pristupačnom posjetiteljima. Primjerice, u Hrvatskoj možemo pronaći velik broj aplikacija za gradske ture – *Sightrun*, *Zagreb be there*, *Pozdrav iz Zagreba*, *Zagreb360*, *Like a local Offline City Guide*, *Rijeka Connect*, *InVaraždin* i brojne druge. Navedene aplikacije donose najzanimljivije informacije o samome gradu i najatraktivnijim lokacijama, i to potpuno besplatno. Uz edukativni sadržaj nude i rekreaciju, kao aplikacija *Sightrun* s kojom možete pretrčati poznate hrvatske gradove (Zagreb, Split, Šibenik, Pula, Opatija i Rovinj).³ Aplikacija koristi GPS sustav mobilnog telefona za navigaciju i aktivaciju audiozapisa koji korisniku daje zanimljive informacije o gradu. Broj aplikacija ovog tipa trenutno je u porastu jer se koriste i za dodatnu promidžbu same destinacije. Aplikacije nisu usmjerene samo na turiste već i na domaće stanovništvo koje iz aplikacija može saznati korisne informacije o svom gradu i događanjima.

Uz aplikacije za gradske ture u porastu su i digitalizirana vodstva po muzejima. Hrvatski muzeji u svojoj svakodnevnoj praksi koriste suvremene tehnologije, što podrazumijeva inovativno i kreativno sagledavanje muzejskih mogućnosti i veću dostupnost muzejskih sadržaja novim segmentima muzejske publike, putem različitih digitalnih platforma, mobilnih aplikacija, alata, VR *headseta* i brojnih drugih. Komuniciranje različitih sadržaja – od muzejskih zbirka, stručnih, znanstvenih i drugih događaja, edukativnih i zabavnih sadržaja, sve do mogućnosti virtualnih obilazaka muzejskih postava, povijesnih zdanja i zaštićenih baštinskih lokaliteta. Digitalni prostori omogućavaju preglede, pretraživanje i sagledavanje nevjerojatnih količina različitih muzejskih sadržaja, njihovo privremeno prostorno muzeologiziranje⁴ i dostupnost velikom broju korisnika. Publika danas traži doživljaj koji se može prevesti kao istraživanje, prezentacija, edukacija, zabava i mogućnost da po vlastitom odabiru i način

³ Sightrun. Preuzeto s: <http://www.sightrun.com/> (19. 3. 2019.)

⁴ Svijet kulture. *Noć muzeja 2019*. Preuzeto s: <https://svijetkulture.com/noc-muzeja-2019/> (14. 2. 2019.)

imanentan današnjoj i sutrašnjoj tehnološkoj razini, istinski dožive povijest, sadašnjost ili digitalnu budućnost.

Najobuhvatniji digitalni vodič koji trenutno postoji na hrvatskom području jest aplikacija *Cro Museums*⁵ koja svojim korisnicima nudi informacije o stotinjak hrvatskih muzeja. Idejna je začetnica aplikacije Jelena Bračun koja je u suradnji s tvrtkom Mašinerija osmislila aplikaciju koja korisnicima željnim muzejske građe nudi detaljne informacije – što muzej točno izlaže, koliko je udaljen od trenutne lokacije korisnika, radno vrijeme, cijena ulaznice, nudi li muzej stručna vodstva, nalazi li se u sklopu njega kafić i slično. Zanimljive virtualne vodiče osmislio je i muzej informatike iz Rijeke – Peek&Poke,⁶ u kojem je izloženo preko tisuću eksponata svjetske i hrvatske računalne povijesti. Muzej na svojoj stranici nudi virtualnu šetnju dijelovima muzeja pomoću Hyperviz tehnologije. Ta tehnologija omogućuje i interakciju s eksponatom, ključni moment ovoga muzeja – računala integrirana u virtualnom razgledavanju moguće je uključiti i time steći uvid kako je izgledao rad tog računala.

Muzej vučedolske kulture u Vukovaru osmislio je aplikaciju – *Oroundo*,⁷ koja služi kao digitalni vodič za posjetitelje. Korisnici mogu koristiti tekstove na više stranih jezika, preslušati audiovodič, pregledati fotografije i saznati geolokaciju muzeja. Istu aplikaciju u svijetu koriste i Stephansdom, Osterreichische Nationalbibliothek, Palmenhaus, ART Innsbruck. Za instalaciju je potrebno preuzeti *Oroundo* aplikaciju s Google Play ili App Stora-a. Nakon instalacije na recepciji Muzeja kupuje se kod čijim se upisivanjem dobiva na korištenje digitalni vodič. Zagrebački Arheološki muzej osmislio je *Smart Guide* – digitalni vodič kroz audiozapise, tekst i fotografiju,⁸ a Muzej suvremene umjetnosti aplikaciju *Cultural Places*⁹. Aplikacija MSU ne nudi samo digitalni vodič već i pregled svih kulturnih događanja.

Dubrovački muzeji ujedinili su se i osmislili zajedničku aplikaciju *Sveti Vlaho i Dubrovnik* koja omogućuje virtualni pregled povijesnog, likovnog i kulturnog nasljeđa. Virtualno vodstvo kroz Grad svetoga Vlaha obuhvaća 64 pojedinačna spomenika te još tri kategorije skupno predstavljene baštine koje se odnose na dubrovački novac i medalje, zastave te pečate i povelje Dubrovačke Republike.¹⁰ Predmeti u aplikaciji dodatno su opisani slikom, tekstom i geolokacijom, a aplikacija ucrtava najkraću rutu s obzirom na trenutnu lokaciju korisnika. Spomenici su dostupni putem popisa ili interaktivne karte, dok je uvodni dio prezentiran u zvučnom zapisu. Lista daje pregledan popis svih spomenika koji su obuhvaćeni određenom lokacijom, a na karti su označene sve lokacije. Krećući se gradom, korisniku će se na ekranu pojaviti notifikacija o objektima u blizini, a odabirom notificirane lokacije prikazuje se popis spomenika koji se tamo mogu vidjeti. Aplikacija je dostupna na hrvatskom i engleskom jeziku za Android i iOS platforme. Izrađena je u suradnji sa zagrebačkom tvrtkom Novena i može se koristiti bez novčane naknade. Svakim se danom broj aplikacija povećava, turistički djelatnici shvaćaju da turisti posjeduju mobilni telefon, a koji uvijek nose sa sobom. Muzejski djelatnici također nastoje pronaći nove načine

⁵ hrturizam.hr. *Cro Museums*. Preuzeto s: <https://hrturizam.hr/lakse-najboljih-hrvatskih-muzeja-pomocu-aplikacije-cro-museums/> (14. 2. 2019.)

⁶ Peek&Poke. *Virtualni obilazak muzeja*. Preuzeto s: <https://www.peekpoke.hr/virtualni-obilazak-muzeja/> (14. 2. 2019.)

⁷ Muzej vučedolske kulture. *Oroundo Vukovar*. Preuzeto s: <https://vucedol.hr/hr/oroundo-vukovar/> (14. 2. 2019.)

⁸ Arheološki muzej Zagreb. *Smart Guide*. Preuzeto s: <http://amz.vodic.hr/museum/izbornik/110/index1.html> (14. 2. 2019.)

⁹ tportal.hr. *Isprobali smo aplikaciju Cultural places*. Preuzeto s: <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/isprobali-smo-aplikaciju-cultural-places-vjerujte-osjecat-cete-se-pametno-i-mocno-foto-20180502> (14. 2. 2019.)

¹⁰ Dubrovački muzeji. *Kulturno-povijesni muzej*. Preuzeto s: <http://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/novosti/mobilna-aplikacija-sveti-vlaho-i-dubrovnik,185.html> (14. 2. 2019.)

kako izložiti muzejske predmete i personalizirati iskustvo posjetitelja, ali i kako muzej adekvatno prezentirati u digitalnom prostoru.

3. izi.TRAVEL platforma

Izi.TRAVEL je globalna platforma za izradu mobilnih audiovodiča, a predstavlja tehnološki iskorak u promociji kulturne ponude. Riječ je o besplatnoj i otvorenoj platformi koja omogućava uživanje u interaktivnim turama koje se mogu podijeliti s turistima, putnicima i posjetiteljima, čime se oživljava kulturna baština. Muzeji, turističke zajednice, izdavačke kuće i turistički vodiči najčešće koriste izi.TRAVEL kako bi inspirirali putnike i posjetitelje. Korištenje otvorene platforme i aplikacije je besplatno.

Objavljivanje sadržaja omogućeno je svima, a trenutno u svijetu više od 1500 muzeja i 1300 gradova koristi platformu. U kombinaciji s pametnim telefonima, tabletima i ostali uređajima koji su opremljeni bežičnim prijemnikom, omogućava velikom broju simultanih korisnika brz i jednostavan pristup dodatnim sadržajima koji se ne nalaze u legendama, čineći doživljaj muzeja potpunijim. Nadalje, fleksibilnost spomenute tehnologije muzejima dozvoljava da stalno dodaju nove eksponate ili dodatne sadržaje na već postojeće te da sadržaje distribuiraju na pametne telefone ili tablete posjetitelja individualno, odnosno prilagođeno dobi i interesu posjetitelja.

Nažalost, prema dostupnim podacima na mrežnoj stranici izi.TRAVEL jako mali broj muzeja i općenito kulturnih institucija u Hrvatskoj koristi se ovom platformom. Dom Marina Držića iz Dubrovnika prvi je muzej u Republici Hrvatskoj koji je postavio vodič na hrvatskom i engleskom jeziku na izi.TRAVEL s cjelovitim transkriptom na oba jezika.¹¹ Prema trenutno dostupnim podacima u Hrvatskoj postoje dostupna vodstva za: Dubrovnik, Klis, Otočac, Sinj, Solin, Split, Trogir, Zadar i Zagreb. Riječ je o audiovodičima za gradske ture i muzeje.¹²

4. Primjena izi.TRAVEL platforme u izradi digitalnog vodiča

Izi.TRAVEL je besplatan profesionalni alat za izradu mobilnih multimedijalnih vodiča. Kako bi uspješno izradili vodič i na zanimljiv način prezentirali kulturnu baštinu, nije potrebno posebno hardversko, programsko ili tehničko znanje. Upravo iz tog razloga koriste ga tisuće muzeja, galerija i gradova kako bi na jedinstven način ispričale svoju priču i generirale veći broj posjetitelja. Prvi je korak pri izradi multimedijalnog vodiča registracija na službenoj mrežnoj stranici – <https://izi.travel/en/create>, a nakon toga potrebno je slijediti korake. Prije početka kreiranja potrebno je osmisliti koncept i sadržaj vodiča koji će zainteresirati posjetitelje.

Najvažniji koraci u pripremi su:

- osmišljavanje priče
- priprema teksta i prijevoda
- izrada fotografija i grafika

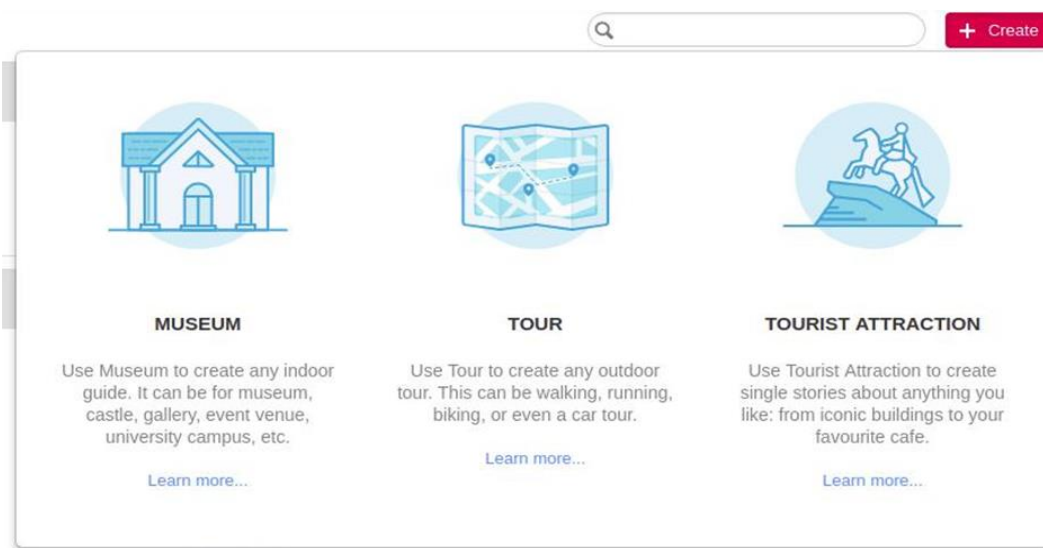
¹¹ izi.TRAVEL. *Museum House of Marin Držić*. Preuzeto s: <https://izi.travel/en/443d-house-of-marin-drzic/en> (14. 2. 2019.)

¹² izi.TRAVEL. *All audio tours in Croatia*. Preuzeto s: <https://izi.travel/en/tourguides-in-croatia> (14. 2. 2019.)

- izrada videozapisa i audiozapisa
- definiranje naziva i opisa rute obilaska
- izrada rute obilaska
- obilježavanje kulturnih atrakcija na ruti obilaska.

Na slici 1 prikazana je početna stranica izi.TRAVEL platforme na kojoj se može odabrati jedna od triju opcija ovisno o tome što se želi izraditi.

Slika 1. Prikaz početne stranice izi.TRAVEL platforme

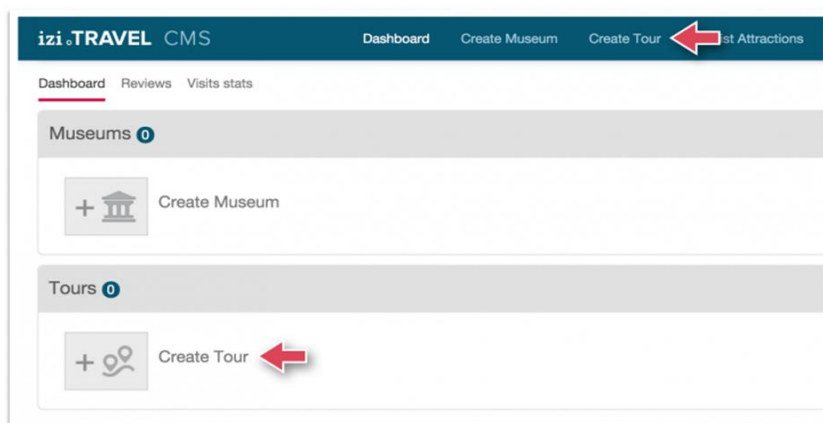


Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Prilikom izrade vodiča potrebno je odabrati jednu od tri opcije: muzej, tura ili atrakcija. Ukoliko se izrađuje vodič namijenjen institucijama poput muzeja, galerija, dvoraca, sveučilišnih kampusa i slično, potrebno je odabrati opciju muzej. U slučaju izrade tura namijenjenih otvorenom prostoru (hodanje, trčanje, biciklizam ili obilazak automobilom) potrebno je odabrati drugu opciju. Za izradu turističke atrakcije potrebno je odabrati treću opciju koja omogućava kreiranje pojedinačnih priča: od povijesnih lokaliteta do omiljenih restorana.

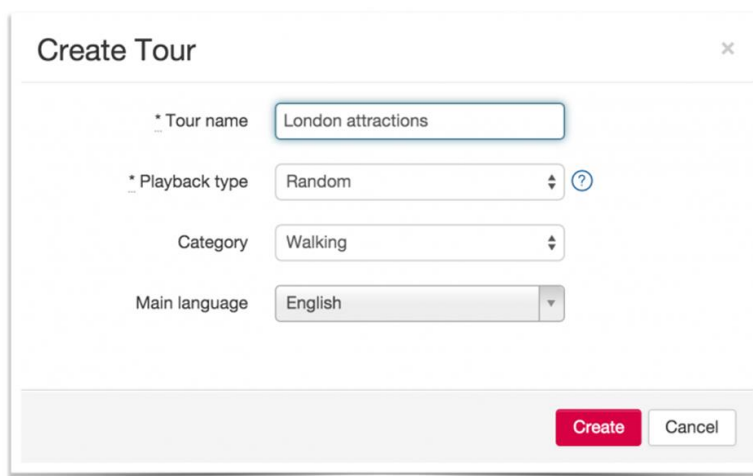
Nakon što pripremi materijale, korisnik iste treba na pravilan način implementirati u platformu. Detaljan slikovni prikaz koji slijedi u radu može svim korisnicima olakšati upotrebu izi.TRAVEL platforme. U izradi gradske audioture prvi korak je kreiranje glavnog elementa – Tura, a kako je prikazano na slikama 2 i 3.

Slika 2. Prikaz procesa izrade ture preko izi.TRAVEL platforme



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

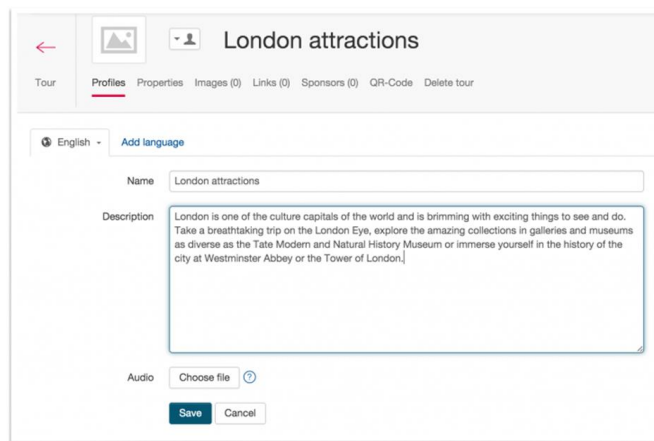
Slika 3. Prikaz procesa izrade ture preko izi.TRAVEL platforme



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Zatvorit će se prozor „Izrada ture“, a nakon njega će se otvoriti odjeljak „Profili“. Ovdje je potrebno napisati opis obilaska i postaviti zvučni zapis, kako je prikazano na slici 4.

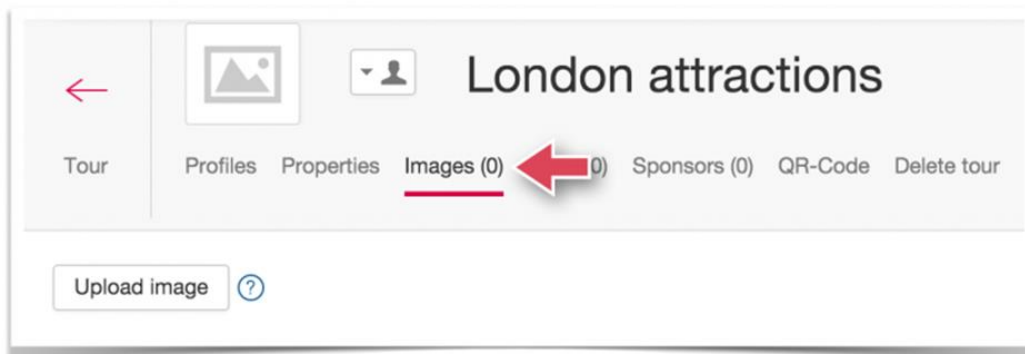
Slika 4. Prikaz izrade ture preko izi.TRAVEL platforme



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Zatim je potrebno prenijeti sliku obilaska. Odabrana slika bit će prenesena i zamijenit će zadanu sliku. Time se dovršavaju početne postavke obilaska. Potrebno je kliknuti strelicu kako biste se vratili na glavni prozor obilaska. Slika 5 prikazuje ovaj postupak.

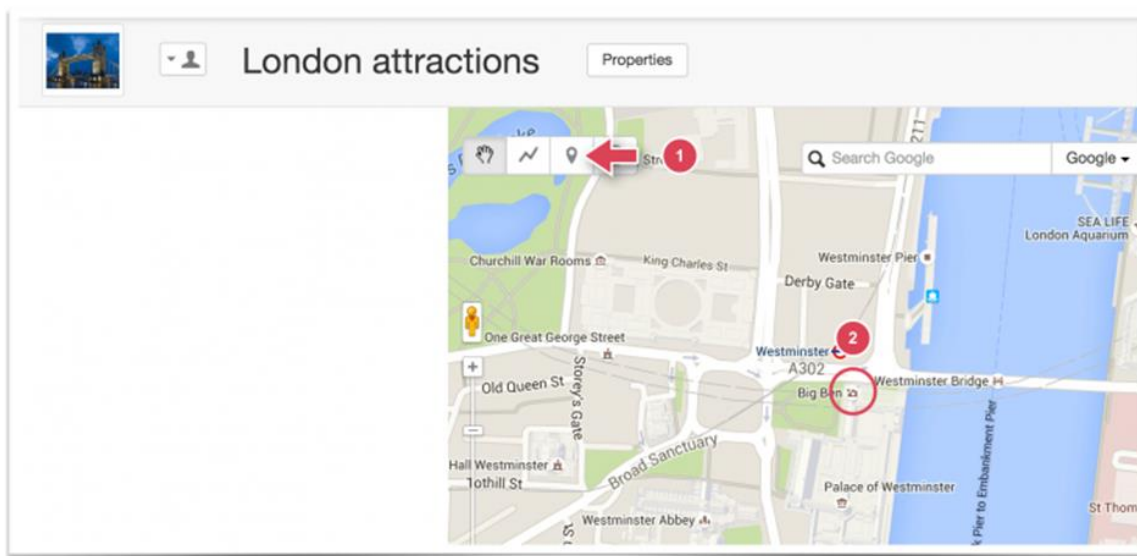
Slika 5. Prikaz sučelja za dodavanje fotografija u procesu izrade ture



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Sljedeća je faza dodavanje zanimljivih mjesta koja će zainteresirati korisnike. Na slici 6 označene su dvije moguće lokacije u procesu izrade ture Londonom.

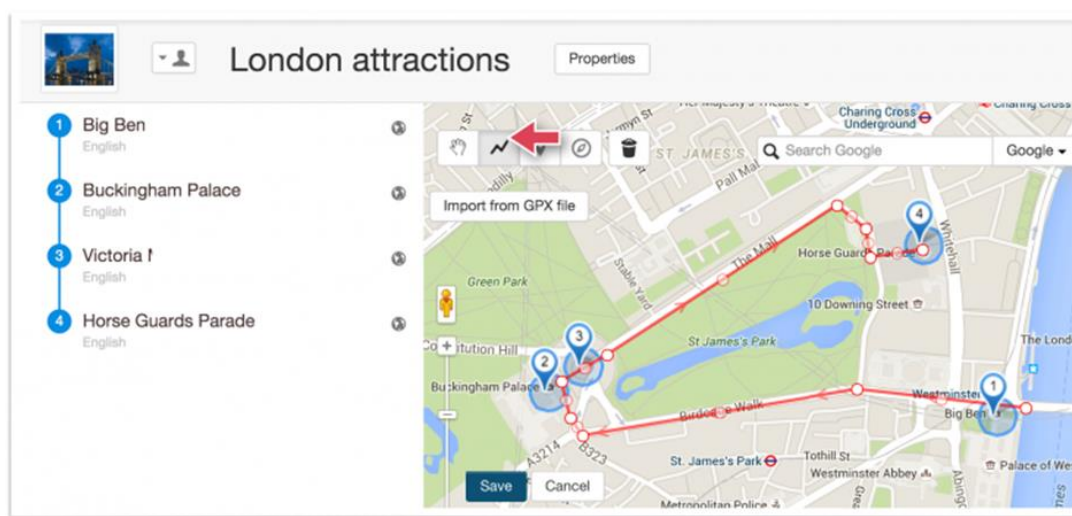
Slika 6. Prikaz označavanja lokacija u procesu izrade ture



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Kako bi atrakcija bila što zanimljivija korisnicima, potrebno je dodati opis, a zatim nastaviti kreirati i druge atrakcije. One se kreiraju prema prije spomenutim koracima. Nakon što se stvore dvije i više turističkih atrakcija, može se dodati put obilaska. Željeni put bit će prikazan na karti mobilnog audiovodiča kao preporuka turistima koji žele posjetiti zanimljive atrakcije. Slika 7 prikazuje povezivanje više atrakcija u moguću put obilaska.

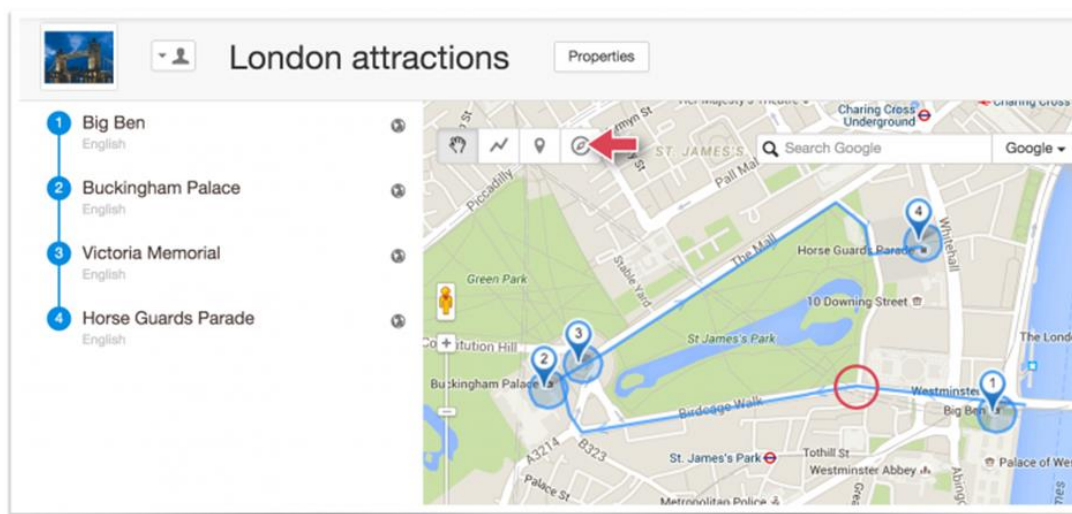
Slika 7. Prikaz procesa izrade rute obilaska



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Završna faza u izradi ture uključuje navigacijsku priču koja će upozoriti turiste na bilo kakve nadolazeće promjene rute. Ukoliko želite iskoristiti navedenu opciju, potrebno je odabrati alat „Navigacijska priča“ i kliknuti na mjesto gdje želite da se reproducira navigacija, a to je prikazano na slici 8.

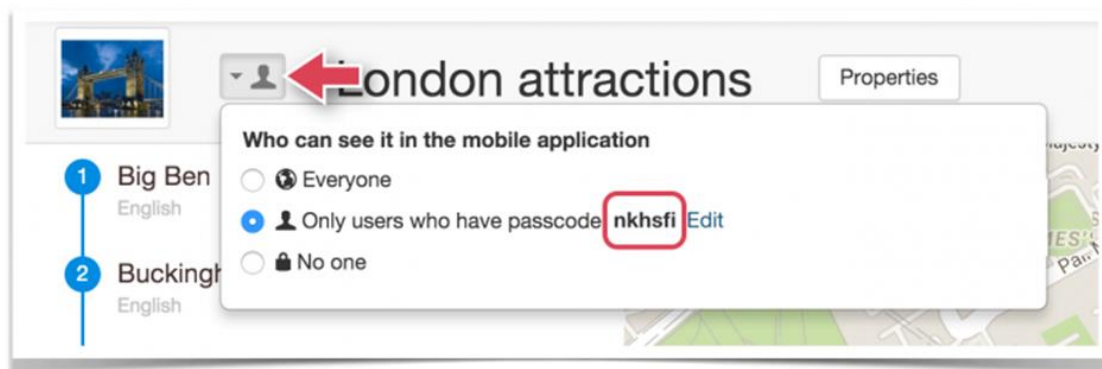
Slika 8. Prikaz uključivanja navigacije u turu



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Objava vodiča jedan je od završnih koraka, a prije njegovog javnog prikazivanja potrebno je provjeriti je li sadržajno i tehnički ispravan. Pristup kreiranom vodiču do objave zaštićen je automatski generiranom šifrom. Navedeni pristupni kod mora se unijeti u postavke mobilnog audiovodiča kako bi se mogla vidjeti novoizrađena tura. Prije objave potrebno je proći cijelu turu i vidjeti odgovara li ona navedenoj instituciji ili lokaciji te napraviti izmjene. Kako bi tura bila vidljiva na svim mobilnim audiovodičima, potrebno je promijeniti postavke vidljivosti. Određivanje kome će tura biti vidljiva prikazano je na slici 9.

Slika 9. Prikaz procesa objave digitalnog vodiča na izi.TRAVEL platformi



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

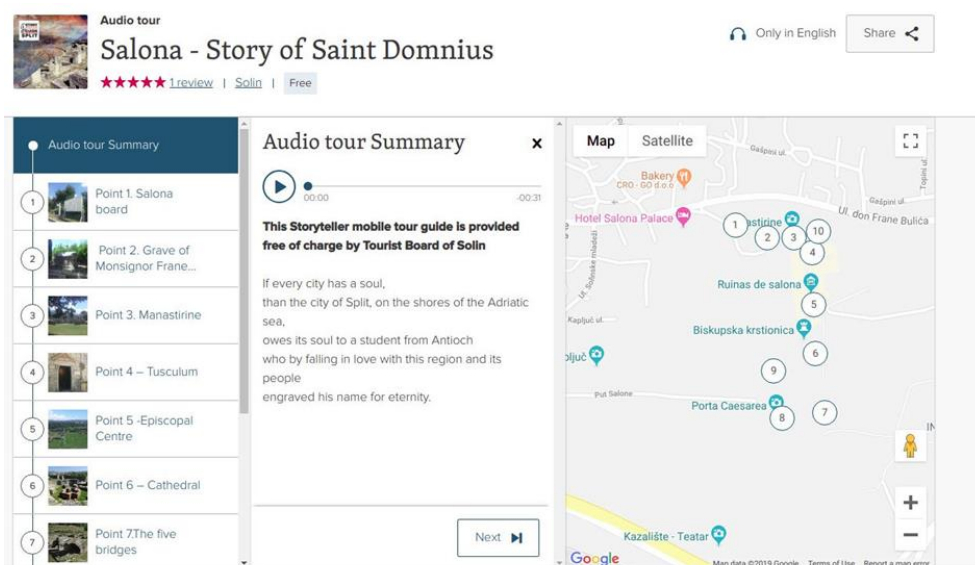
Nakon službene objave audiovodič postaje dostupan na izi.TRAVEL mrežnoj stranici i katalogu svih vodiča. Samim tim automatski je vidljiv svim korisnicima u svijetu koji imaju instaliranu platformu. No, stvaranje priče nije dovoljno, potrebna je dodatna promocija kako bi ona postala vidljivija. Promociju je moguće napraviti na lokalitetu, preko ulaznica, mrežne stranice i na društvenim mrežama. Prilikom odabira platforme za izradu, uspoređivane su sljedeće platforme: GPSmyCity, Voicemap.me, Guidigo.com te izi.Travel. Osobine koje su promatrane: jednostavnost korištenja za autore i korisnike, popularnost, brojnost objavljenih vodiča, mogućnost rada bez interneta, recenzije korisnika i dostupnost aplikacije za instalaciju na Iphone, Android i Windows uređajima.

5. Studija slučaja – *Salona, Story of Saint Domnius*

Poznati splitski turistički vodič i dugogodišnji direktor Turističke zajednice grada Splita osmislio je zanimljivu priču o antičkom lokalitetu Saloni te je preveo na engleski jezik. Autor je u vodiču predstavio najvažnije dijelove lokaliteta: od ulaznog predvorja u lokalitet, groba don Frane Bulića, Manastirina, Tusculuma, Episkopalnog centra, bazilike, Pet mostova, Porta Caesarea i Amfitatra. Uz opise lokaliteta snimljen je uvodni i završni dio kako bi svi koji slušaju vodič mogli dobiti detaljne informacije o povijesti lokaliteta.

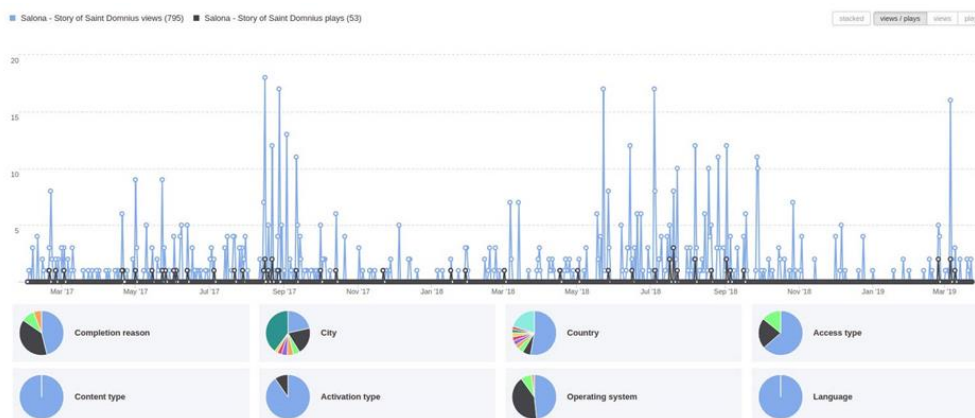
Multimedijalni vodič nastao je na temelju tiskanog izdanja *Storyteller Mobile Tour Guide*. U glazbenom studiju autor je snimio zvučne zapise i pripremio atraktivne fotografije lokaliteta koje su postavljene u vodič. Uz svaki vodič koji se nalazi na izi.TRAVEL platformi prikazane su recenzije korisnika, dostupni jezici, popis atrakcija i karta. Svaka atrakcija označena je krugom na karti i korištenjem atrakcije na lokalitetu automatski se povezuje s GPS-om, kako bi korisnik dobio informacije o atrakciji na kojoj se nalazi. Audiovodič *Salona – Story of Saint Dominus* dostupan je na Android, iOS i Windows phone aplikaciji za pametne telefone. Kako sučelje izgleda, može se vidjeti na slici 10, dok slika 11 prikazuje uvid u analizu korištenja aplikacije na osnovu jezika, lokacije i vrste uređaja.

Slika 10. Prikaz sučelja vodiča *Salona – Story of Saint Dominus*



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Slika 11. Prikaz uvida u analizu korištenja aplikacije na osnovu jezika, lokacije i vrste uređaja



Izvor: izi.TRAVEL. *The storytelling platform*. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)

Kao što je prikazano na slici 11, vodič *Salona – Story of Saint Dominus* već je postigao značajne rezultate u smislu vizualizacije sadržaja i približavanja kulturne baštine turistima. Ovaj projekt pružio je novi model za suradnju i kreativno partnerstvo javne kulturne institucije i lokalne zajednice.

6. Zaključak

Vodič *Salona – Story of Saint Dominus* zapravo je spoj praktičnih znanja i iskustva kulturne i turističke ponude koje su implementirane u moderne informacijske i komunikacijske tehnologije putem izi.TRAVEL platforme. Ova platforma omogućava autorima da osmisle i realiziraju prezentaciju kulturne baštine na inovativan način, i tako pomažu razvoj i populariziraju kulturnu baštinu te podižu iskustvo konzumenta kulturne baštine na višu razinu.

Internetski izvori

1. Arheološki muzej Zagreb. *Smart Guide*. Preuzeto s: <http://amz.vodic.hr/museum/izbornik/110/index1.html> (14. 2. 2019.)
2. Dubrovački muzeji. *Kulturno-povijesni muzej*. Preuzeto s: <http://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/novosti/mobilna-aplikacija-sveti-vlaho-i-dubrovnik,185.html> (14. 2. 2019.)
3. hrturizam.hr. *Cro Museums*. Preuzeto s: <https://hrturizam.hr/lakse-najboljih-hrvatskih-muzeja-pomocu-aplikacije-cro-museums/> (14. 2. 2019.)
4. izi.TRAVEL. *All audio tours in Croatia*. Preuzeto s: <https://izi.travel/en/tourguides-in-croatia> (14. 2. 2019.)
5. izi.TRAVEL. *Museum House of Marin Drzic*. Preuzeto s: <https://izi.travel/en/443d-house-of-marin-drzic/en> (14. 2. 2019.)
6. izi.TRAVEL The storytelling platform. Preuzeto s: <https://www.izi.travel/en> (14. 2. 2019.)
7. Muzej vučedolske kulture. *Oroundo Vukovar*. Preuzeto s: <https://vucedol.hr/hr/roundo-vukovar/> (14. 2. 2019.)
8. Peek&Poke. *Virtualni obilazak muzeja*. Preuzeto s: <https://www.peekpoke.hr/virtualni-obilazak-muzeja/> (14. 2. 2019.)
9. tportal.hr. *Isprobali smo aplikaciju Cultural places*. Preuzeto s: <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/isprobali-smo-aplikaciju-cultural-places-vjerujte-osjecat-cete-se-pametno-i-mocno-foto-20180502> (14. 2. 2019.)
10. SightRun. Preuzeto s: <http://www.sightrun.com/> (14. 2. 2019.)
11. Svijet kulture. *Noć muzeja 2019*. Preuzeto s: <https://svijetkulture.com/noc-muzeja-2019/> (14. 2. 2019.)

Abstract

The Importance of the izi.TRAVEL Platform to the Development and Popularization of Cultural Heritage

The team of Dutch innovators and a Swiss investor joined to connect cities, museums and their stories with tourists who want to explore the world in a new and innovative way. Although the idea is not new, it has never been done on such a large scale. Izi.TRAVEL is a multimedia platform for storytelling that allows the user to discover cities, museums and tourist attractions through excellent audio guided tours: put your headphones on and listen to your personal guide while walking. This platform allows companies engaged in culture and tourism to breathe life into their stories and encourage visitors to explore museums and cities even more. Izi.TRAVEL accommodates different needs for enjoying the new destination at your own pace because it contains thousands of stories told from different perspectives and tailored for various interests and age. This free application is designed to satisfy the needs of every tourist. Thanks to multi-lingual interface alongside QR code reader, user evaluation system and overview, as well as integrated maps, every user can easily take the best out of each guided tour. Furthermore, the application is available offline, which allows users to enjoy the full exploration experience without additional roaming costs. Everybody, from professionals and experts to everyday tourists can easily create a multi-media tour by combining audio files and photos, videos, texts and quizzes. The unique added value of izi.TRAVEL application is definitely its ability to enrich each tour with powerful stories shared by thousands of people. This paper will explain the application of izi.TRAVEL platform on the example of the virtual guide by Vedran Matošić, entitled *Storyteller mobile tour guide*, which showed a guided tour through the ancient cities of Split, Salona, Trogir and Klis.

Keywords: izi.TRAVEL, storytelling, cultural heritage, tourism, multimedia platform, tour guide

Primjer kulturno-turističkog projekta

Lorena Bašan¹

Uključivanje baštine ruralnog područja u integrirani prekogranični turistički proizvod: poslovni slučaj Opatija

Sažetak

Uvažavajući činjenicu da suvremeni turist traži dodanu vrijednost svom turističkom iskustvu, turističke destinacije uključuju u svoj turistički proizvod atraktivnosti ruralnih područja koje imaju svoju izvornost i jedinstvenost, čime turistu pružaju mogućnost jedinstvenog doživljaja. Stoga je svrha ovoga rada istražiti potencijal i mogućnosti turističke valorizacije baštine ruralnog područja Opatije. U radu je provedeno primarno istraživanje primjenom metode ispitivanja temeljenoj na strukturiranom anketnom upitniku. Baština ruralnog područja Opatije promatrala se kroz pet dimenzija: prirodna baština; događaji; staze, šetnice i sportske aktivnosti; ostali sadržaji; materijalna i nematerijalna kulturna baština. Svaka od promatranih dimenzija baštine sadrži veći broj atributa. Definirani su sljedeći kriteriji za vrednovanje atributa baštine: mogućnost uključivanja u cjelogodišnju turističku ponudu, stupanj autentičnosti, tržišni potencijal na međunarodnoj razini, postojeća promocija i prikladnost uključivanja u zajednički prekogranični turistički itinerar. U ocjenjivanju je korištena Likertova ljestvica od 1 do 5, uz mogućnost ocjenjivanja s ne znam / nije mi poznato. Dobiveni rezultati ukazuju na činjenicu da ruralno područje Opatije ima veliki potencijal u prirodnoj i kulturnoj, kako materijalnoj tako i nematerijalnoj baštini. Njihovim stavljanjem u funkciju turizma stvorit će se dodana vrijednost za turistički proizvod Opatije koja će inicirati dodatnu potražnju osobito za turiste motivirane aktivnim odmorom, boravkom u prirodi, zdravljem te kulturom i gastronomijom. Temeljem vrednovanja prirodne i kulturne baštine zaleđa Opatije prezentirane u ovome radu, u okviru projekta Riviera4Seasons2, kreirani su turistički itinerari sa svrhom uključivanja atraktivnosti zaleđa Opatije u integrirani prekogranični turistički proizvod „Feel & Taste“, koji uključuje turističke itinerare razvijene za zaleđe Opatije na hrvatskoj, te zaleđe Portoroža na slovenskoj strani.

Ključne riječi: prirodna baština, materijalna kulturna baština, nematerijalna kulturna baština, ruralno područje Opatije, Riviera4Seasons2

1. Uvod

Opatija kao turistička destinacija ima svoju dugačku i poznatu turističku povijest, a i danas se nalazi među vodećim turističkim destinacijama u Republici Hrvatskoj, npr. u 2018. godini bila je među deset vodećih gradova i općina prema ostvarenom turističkom prometu, na 8. mjestu s ostvarenih 436.700

¹ Dr. sc. Lorena Bašan, izvanredna profesorica, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Katedra za marketing, Opatija; lorenab@fthm.hr

dolazaka i 1.350.100 noćenja (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018). Turistički proizvod Opatije usmjeren je najvećim dijelom na priobalno područje čije atraktivnosti predstavljaju ključne segmente turističkog proizvoda. Što se tiče zaleđa, postoji bogata atrakcijska osnova visokog razvojnog potencijala, od koje samo manji dio za sada predstavlja turističke atraktivnosti koje su dio integralnog turističkog proizvoda destinacije. Za to se može navesti nekoliko razloga (Blažević, ur., 2015):

- nedostatak novih i inovativnih te ambijentalno usklađenih turističkih smještajnih kapaciteta u zaleđu, te sportsko rekreativnih sadržaja
- nedovoljna umreženost proizvođača i prerađivača (poljoprivrednika i proizvođača proizvoda) i ponuđača (turističkih i ugostiteljskih objekata) vidljiva kroz korištenje ekološki uzgojenih namirnica domaće proizvodnje i ekoloških proizvoda, te autohtonih sorta i proizvoda u ponudi lokalnih turističkih i ugostiteljskih objekata
- nedovoljna umreženost turističkih smještajnih kapaciteta zaleđa s ostalim nositeljima turističke ponude i drugim dionicima u zaleđu i urbanim središtem
- nedovoljno uključivanje postojećih prirodnih atraktivnosti, materijalne i nematerijalne kulturne baštine zaleđa u turistički proizvod destinacije s naglaskom na lokalne običaje i tradiciju
- nedostatak itinerara koji povezuju ponudu ruralnog područja, te nedovoljna povezanost ključnih dionika na području Opatijske rivijere u stvaranju i promociji novih itinerara.

Sa svrhom istraživanja potencijala i mogućnosti turističke valorizacije baštine u zaleđu Opatije, realiziran je projekt „Zajednička baština za zajedničku međunarodnu promociju 365 dana zelenog turizma na opatijskoj i portoroškoj rivijeri akronima 'Riviera4Seasons2', odobren u sklopu Programa Interreg V-A Slovenija – Hrvatska. Vodeći partner bila je Općina Piran. Sa slovenske strane sudjelovali su Turistička zajednica Portoroža i Fakultet Turistica iz Portoroža, a s hrvatske strane Grad Opatija, Turistička zajednica grada Opatija i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija. Glavni je cilj projekta očuvanje baštine u zaleđu rivijera Opatije i Portoroža poticanjem novih sadržaja održivog turizma u ruralnim područjima obaju gradova.

Projektne aktivnosti na hrvatskoj strani usmjerene su na povećanje valorizacije i prepoznatljivosti prirodne i kulturne, osobito nematerijalne baštine ruralnog kraja na području Opatije. Ključan je rezultat projekta kreiranje novog integriranog prekograničnog turističkog proizvoda „Feel & Taste“, za kojega je razvijen i mrežni portal.² „Feel & Taste“ turistički proizvod u sebi integrira itinerare razvijene na hrvatskoj i slovenskoj strani za tri zajednička ciljna tržišna segmenta: segment usmjeren na aktivni boravak u prirodi, segment usmjeren na kulturu i gastronomiju i segment usmjeren na brigu o zdravlju. Proizvod je zamišljen kao dio cjelogodišnje ponude, kako bi se potaknula turistička aktivnost osobito u ruralnim područjima i izvan glavne turističke sezone. Prepoznatljivost „Feel & Taste“ prekograničnoga turističkoga proizvoda na tržištu omogućena je kroz logo koji se, uz prethodno definirane kriterije koje treba ispuniti, dodjeljuje svakome dioniku koji se sa svojom ponudom uključi u itinerar (OPG-ovi, restorani, konobe i drugi), kako na hrvatskoj tako i na slovenskoj strani.

² Feel & Taste. *Brošura i aplikacija*. Preuzeto s: <https://www.feel-taste.info/hr/o-nama/brosura-i-aplikacija/> (5. 11. 2019.)

Istraživanje prezentirano u ovome radu, provedeno je u okviru projekta Riviera4Seasons2, s ciljem identificiranja ključnih atributa prirodne i kulturne, materijalne i nematerijalne baštine zaleđa Opatije koji su bili osnova za kreiranje turističkih itinerara na području zaleđa Opatije. Potrebno je napomenuti da je u okviru projekta na hrvatskoj strani uz ruralno područje bilo uključeno i mjesto Volosko u priobalju. Istraživanje i vrednovanje baštine provedeno je isto tako i na slovenskoj strani za zaleđe Portoroža, za kojega su razvijeni turistički itinerari. Turistički itinerari s obje strane objedinjeni su u prekogranični turistički proizvod „Feel & Taste“.

Rad se sastoji od pet poglavlja. U uvodu su objašnjeni svrha i cilj rada. U okviru drugoga poglavlja predstavljen je pregled pojmovnog određenja baštine i njezine klasifikacije. U okviru trećega poglavlja predstavljene su značajke i važnost ruralnog područja Opatija u kontekstu turizma. U okviru četvrtoga poglavlja Metodologije istraživanja opisano je provedeno istraživanje, a rezultati istraživanja prezentirani su u okviru petoga poglavlja rada. Posljednji, šesti dio rada je zaključak.

2. Prirodna i kulturna baština kao turistička atrakcijska osnova

Prirodne i društvene značajke nekoga kraja rezultat su geografskih elemenata i faktora te prostoru daju određen izgled. Krajolike može karakterizirati prirodna sredina koja je znatnije izmijenjena pod utjecajem čovjeka (kulturni ili antropogeni pejzaž) odnosno više do izražaja dolazi prirodni element – prirodni ili fizionomski pejzaž (Županijski zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje, 2006). U prirodno-geografske elemente ubrajamo reljefne značajke odnosno izgled kraja, karakteristike klime ili podneblja, razvedenost i izgled obale, hidrografske specifičnosti, elemente biljnoga i životinjskoga svijeta i značajke tla (Vujić, ur., 2002).

Kulturnu baštinu potrebno je razumjeti kao viši rodni pojam koji se odnosi na ukupnost kulturnih dobara ili na njihov širi krug, dok pojam „kulturno dobro“ u prvome redu označava pojedine, konkretne objekte ili nematerijalne manifestacije ljudske kulture koji su vrijedni zaštite, a ujedno kulturna baština predstavlja važan element identiteta užih i širih zajednica (Šošić, 2014). Svi oblici kulturne baštine koji se prepoznaju i štite temeljem Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara³ nazivaju se kulturnim dobrima. S obzirom na stupanj kulturnoga značaja kulturna dobra mogu biti međunarodne, nacionalne, regionalne i lokalne razine (Dumbović Bilušić, 2012).

U Hrvatskoj se kulturno nasljeđe dijeli u dvije glavne skupine: materijalno i nematerijalno. Materijalno se dalje razvrstava u nepokretno, pokretno te na kulturne krajolike. U nepokretna kulturna dobra ubrajaju se povijesne građevine, kulturno-povijesne cjeline, memorijalna područja i obilježja te arheološka nalazišta (Narodne novine, 2011). Kulturni krajolici izdvojeni su u posebnu grupu i podijeljeni u dvije skupine: kulturni krajolik/krajobraz i povijesni krajolik koji uključuje memorijalna područja. Perivoji, vrtovi, parkovi i ostale vrste pejzažne arhitekture nisu prepoznati kao kategorija UNESCO-vog namjerno oblikovanog krajolika, već su uključeni u povijesne cjeline (Dumbović Bilušić, 2012). U Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara navedeni su oblici koji predstavljaju nepokretno, pokretno i nematerijalno kulturno dobro.

³ Zakon.hr. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (20. 1. 2018.)

Republika Hrvatska, kao zemlja bogata nematerijalnom kulturnom baštinom, zalaže se za izgradnju učinkovitog sustava zaštite i očuvanja, na međunarodnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te za uspostavljanje i unapređivanje međunarodne suradnje. Također ističe i potrebu poduzimanja zaštitnih mjera u suradnji s drugim zemljama potpisnicama UNESCO-ve Konvencije za zaštitu nematerijalne kulturne baštine u okviru djelotvornog obogaćivanja i dopune postojećih međunarodnih sporazuma, preporuka i rezolucija o kulturnoj i prirodnoj baštini, s novim odredbama koje se odnose na nematerijalnu kulturnu baštinu. Nematerijalnu kulturnu baštinu, koja se prenosi iz generacije u generaciju, zajednice i skupine stalno iznova stvaraju kao reakciju na svoje okruženje, svoje uzajamno djelovanje s prirodom i svoju povijest. Ona im pruža osjećaj identiteta i kontinuiteta te tako promiče poštovanje za kulturnu raznolikost i ljudsku kreativnost.⁴ Značenje promicanja vlastitog nasljeđa u svrhu jačanja identiteta i samosvijesti lokalne zajednice, a napose radi jačanja njenih turističkih potencijala, prepoznala je i Europska unija te je posredstvom projekta EDEN (European Destinations Excellence Network) u 2007. godini provedeno prvo natjecanje s temom „Najbolje ruralne destinacije“ (Petrić i Jasenko, 2012).

3. Stanje i perspektive ruralnog područja Opatije u kontekstu turizma

Kao najčešći međunarodno priznat i korišten kriterij za razlikovanje urbanih od ruralnih područja je definicija OECD-a (Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj) koja se temelji na gustoći naseljenosti stanovništva. Ukupna prosječna gustoća naseljenosti grada Opatije je 173.5 st/km² pa se sukladno prethodno navedenoj metodologiji OECD-a, grad Opatija može klasificirati kao urbano područje.

Među naseljima na području grada Opatije postoje velike razlike. Primjenjujući kriterije OECD-a za klasifikaciju ruralnih područja na lokalnoj razini, u ruralno područje ulazi 89,95 % (60,38 km²) ukupnog teritorija grada Opatije kojemu pripadaju naselja Dobreć, Mala Učka, Poljane, Vela Učka i Veprinac, u okviru kojih živi 1934 stanovnika ili 16,58 % stanovništva grada Opatije s prosječnom gustoćom naseljenosti od 32,03 stanovnika po km² (Blažević, ur., 2015). Od ukupne površine grada Opatije područje koje obuhvaća PP Učka čini čak 65,45 %, što potvrđuje važnost Parka prirode Učka za područje grada Opatije. Također su značajne površine u sastavu Parka prirode Učka u okviru pojedinih ruralnih naselja: Dobreć 65,02 %, Mala Učka 97,67 %, Poljane 87,92 %, Vela Učka 95,10 % i Veprinac 52,66 %. Promatrajući područje ruralnih naselja uočava se da se 72,84 % (43,98 km²) od površine ruralnih naselja na području grada Opatije nalazi u sastavu PP Učka (Blažević, ur., 2015).

U okviru turističke ponude mjesta u ruralnom području Opatije u nastavku je prikazana struktura smještajnih kapaciteta prema vrsti objekta te broj kreveta u okviru privatnog smještaja kao dominirajućeg oblika smještaja u ruralnom području Opatije. Na području Opatije u 2017. godini bilo je 4722 kreveta u privatnom smještaju. U ruralnim mjestima na području Opatije iste godine postoje dvije vrste objekata za smještaj: pansion na Velj Učki i privatni smještaj u ostalim ruralnim mjestima, uz izuzetak Male Učke gdje nema turističkih smještajnih kapaciteta. Iz tablice 1. vidljivo je da u ruralnom području Opatije postoji mali broj turističkih smještajnih kapaciteta čak i u privatnom smještaju jer u ukupnom privatnom smještaju Opatije mjesta u ruralnom području sudjeluju samo sa 11,2 %.

⁴ Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Što je nematerijalna kulturna baština*. Preuzeto s: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639> (5. 11. 2017.)

Tablica 1. Broj kreveta prema vrsti privatnog smještaja u ruralnim mjestima Opatije u 2017. godini

Naselje	Apartman	Kuća za odmor	Soba	Studio apartman	UKUPNO	Udio (%)
Dobreć	86	54	0	6	146	3,1
Poljane	74	70	0	8	152	3,2
Veprinac	92	117	8	14	231	4,9
UKUPNO	252	241	8	28	529	11,2

Izvor: eVisitor. *Pivot_izvještaj_09_11_2017_15_03_37*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (9. 11. 2017.)

Važan pokretač razvoja turističke ponude u ruralnom području svakako su obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-ovi). Sukladno Zakonu o poljoprivredi, poljoprivredno gospodarstvo (PG) čine sve proizvodne jedinice na kojima se obavlja poljoprivredna djelatnost i kojima upravlja poljoprivrednik, a koje se nalaze na području RH. Grad Opatija je zajedno s Kastvom te općinama Mošćenička Draga, Lovran, Matulji, Viškovo, Jelenje i Klana uključen u Lokalnu akcijsku grupu „Terra liburna“ (LAG). Na području LAG-a nalazi se 482 poljoprivredna gospodarstva, od kojih je čak 461 registrirano u obliku Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva (OPG), ostalih 11 registrirano je u obliku trgovačkih društava, obrta i zadruga. Ukupan broj PG čini samo 13 % u ukupnom broju PG u županiji. Opatija ima sveukupno 96 PG-a, od kojih 89 OPG-ova te sedam trgovačkih društava. Nositelji / odgovorne osobe su u 43 slučaja ženske osobe, a u 53 slučaja muške osobe. Nositelji poljoprivrednih gospodarstava na području Opatije u 5 % imaju manje od 40 godina, 12 % ima 41 – 50 godina, 32 % ima 51 – 60 godina te 45 % ima preko 61 godinu. Razlog tome nalazi se u nezainteresiranosti mladih da se bave ovom djelatnošću, rascjepkanosti zemljišnih čestica, neriješenim ili kompleksnim imovinsko-pravnim pitanjima, otežanom gospodarenju na kraškom terenu, izboru nositelja OPG-a u obitelji kao i procesu urbanizacije na cijelom području RH (Riječka razvojna agencija Porin, 2016).

Turistički promet prikazan je u tablici 2. za 2016. godinu prema mjestu, zemlji porijekla i načinu dolaska turista u mjesta ruralnog područja Opatije. U turističkom prometu mjesta ruralnog područja Opatije sudjeluju i u dolascima i u noćenjima u udjelu manjem od 1 %, a jedino Veprinac sudjeluje s ostvarenim noćenjima u udjelu neznatno višem od 1 %.

Tablica 2. Turistički promet ruralnih mjesta Opatije u 2016. godini

Naselje	Broj turista	Udio (%)	Broj noćenja	Udio (%)
Dobreć	797	0,2	5638	0,5
Poljane	955	0,2	5685	0,5
Veprinac	2010	0,5	13628	1,1

Izvor: eVisitor. *Izvještaj_Turisti_tip_gosta_naselja*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (24. 11. 2017.)

Ostvarena noćenja prema načinu dolaska turista u ruralna mjesta Opatije u 2016. godini prikazana su u tablici 3. Prema načinu dolaska turista izdvaja se Dobreć, gdje gotovo 90 % turista dolazi individualno, dok je kod Veprinca i Poljana podjednako prisutan udio i agencijskih i individualnih gostiju.

Tablica 3. Ostvarena noćenja prema načinu dolaska turista u ruralna mjesta Opatije u 2016. godini

Naselje	Agencijski	Udio (%)	Individualno	Udio (%)
Dobreć	605	10,7	5033	89,3
Poljane	2729	48,0	2956	52,0
Veprinac	5093	37,4	8535	62,6

Izvor: eVisitor. *Izveštaj_Turisti_tip_gosta_naselja*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (24. 11. 2017.)

Noćenja po emitivnim tržištima u mjestima u zaleđu u okviru grada Opatije u 2016. godini prikazana su u tablici 4. Prema emitivnim tržištima ponovno je kod Dobreća, za razliku od ostalih ruralnih mjesta, vidljiv značajan udio turista iz Hrvatske. U dominantnom udjelu prisutni su turisti iz Njemačke, a slijede turisti iz Austrije te Mađarske, Poljske i Italije kao što je nevedeno u tablici 4.

Tablica 4. Ostvarena noćenja po emitivnim tržištima u mjestima u zaleđu u okviru grada Opatije u 2016. godini

Naselje	Hrvatska	Austrija	Njemačka	Italija	Slovenija	Mađarska	Poljska	Slovačka	Ostalo
Dobreć	902	597	2644	162	32	281	300	136	584
Poljane	137	571	2116	468	24	470	365	80	1454
Veprinac	163	831	5689	588	172	404	525	156	5100

Izvor: eVisitor. *Izveštaj_Turisti_zemlje_naselja*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (24. 11. 2017.)

Ostvareni turistički promet u mjestima u zaleđu rezultat je malog broja smještajnih kapaciteta i to u privatnom smještaju, a izuzev jednog pansiona na Veloj Učki hotelskih kapaciteta nema.

4. Metode istraživanja

Baština ruralnog područja Opatije promatrala se kroz pet dimenzija: prirodna baština; događaji; staze, šetnice i sportske aktivnosti; ostali sadržaji te materijalna i nematerijalna kulturna baština. Materijalna kulturna baština uključuje nepokretna i pokretna kulturna dobra te tradicijski kulturni krajolik. Svaka od promatranih dimenzija baštine sadrži veći broj atributa. Za potrebe istraživanja razvijen je instrumentarij za vrednovanje prethodno identificirane baštine. Kriteriji vrednovanja atributa baštine zajednički su definirali Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji i Fakultet za turističke studije – Turistica iz Portoroža koji je proveo identifikaciju i vrednovanje baštine zaleđa Portoroža na slovenskoj strani.

Definirani su sljedeći kriteriji za vrednovanje atributa baštine: mogućnost uključivanja u cjelogodišnju turističku ponudu, stupanj autentičnosti, tržišni potencijal na međunarodnoj razini, postojeća promocija i prikladnost uključivanja u zajednički prekogranični turistički itinerar. U ocjenjivanju u okviru svakog od kriterija korištena je Likertova ljestvica od 1 do 5, uz mogućnost ocjenjivanja s ne znam / nije mi poznato. Kod pojedinih kriterija korištene su sljedeće ocjene: a) kriterij „mogućnosti uključivanja u cjelogodišnju

turističku ponudu” ocjena 1 – uključivanje nije moguće, 5 – vrlo velike mogućnosti uključivanja; b) kriterij „stupanj autentičnosti” ocjena 1 – nije autentično; 5 – vrlo veliki stupanj autentičnosti; c) kriterij „tržišni potencijal” ocjena 1 – nema tržišnog potencijala, 5 – vrlo visok tržišni potencijal; d) „postojeća promocija” ocjena 1 – uopće se ne promovira, 5 – vrlo uspješno se promovira; e) „prikladnost uključivanja u zajednički prekogranični turistički itinerar zaleđa Opatije i Portoroža” ocjena 1 – u potpunosti neprimjeren za uključivanje, 5 – vrlo primjeren za uključivanje.

Temeljem identificirane baštine i definiranih kriterija vrednovanja atributa baštine sastavljen je preliminarni anketni upitnik. Prijedlog anketnog upitnika, odnosno definiranih atributa baštine i kriterija njihovog vrednovanja, prezentirani su ekspertnoj skupini i projektnim partnerima na hrvatskoj strani, na radionici ekspertne skupine održanoj 19. veljače 2018. godine. Radionica s ekspertnom skupinom organizirana je s ciljem identifikacije ključnih atributa prirodne te kulturne materijalne i nematerijalne baštine zaleđa Opatije i kriterija njihovog vrednovanja. Provedena je diskusija o prijedlogu atributa u okviru svake od pet dimenzija kroz koje se promatrala baština te je konstruktivna diskusija rezultirala nadopunom i izmjenom atributa baštine, a rezultat čega je bio konačni prijedlog atributa baštine u okviru svake od promatranih pet dimenzija s pet kriterija njihovog vrednovanja. Konačni prijedlog anketnog upitnika poslan je e-poštom članovima ekspertne skupine. Svi članovi ekspertne skupine uključeni u analizu vratili su ispravljeno ispunjeni anketni upitnik. Ekspertna skupina bila je interdisciplinarna, a sačinjavalo ju je devet renomiranih stručnjaka. Njihov zadatak bio je vrednovanje baštine ruralnog područja Opatije u kontekstu mogućnosti njezinog uključivanja u cjelogodišnju turističku ponudu.

5. Rezultati istraživanja baštine ruralnog područja za uključivanje u prekogranični turistički proizvod „Feel & taste“

U okviru dimenzije Prirodna baština ruralnog područja Opatije ukupno je identificirano i vrednovano devet atributa (Bašan i sur., 2018): flora, šumska vegetacija, fauna, promatranje ptica, vodene pojave na području PP Učka, prezentiranje geoloških i morfoloških vrijednosti, krajolici Učke (Vojak, Poklon, Vela i Mala Učka, Gornji tok potoka Banina i dr.), prezentacija različitosti klimatskih i vegetacijskih zona, korištenje ljekovitih (baktericidnih) svojstava zraka (aerosol na Voloskom i planinski zrak na Učki). Najlošijim prosječnim ocjenama u okviru svih atributa ocijenjena je promocija. Za pet atributa ona je ocijenjena neuspješnom, a za preostala četiri niti neuspješnom niti uspješnom.

Najviše prosječne ocjene kroz sve kriterije ima korištenje ljekovitih (baktericidnih) svojstava zraka (aerosol na Voloskom i planinski zrak na Učki). Međutim, njegova promocija ocijenjena je neuspješnom o čemu bi posebno trebalo voditi računa prilikom uključivanja ovoga atributa u prekogranične turističke itinerare. Slijede krajolici Učke (Vojak, Poklon, Vela i Mala Učka, Gornji tok potoka Banina i dr.) čije su prosječne ocjene veće od 4: za autentičnost 4,38, tržišni potencijal 4,11 i mogućnosti uključivanja u zajednički prekogranični turistički itinerar 4,00. Mogućnost uključivanja u cjelogodišnju turističku ponudu ocijenjena je 3,88 dok je promocija ocijenjena niti neuspješnom niti uspješnom. Najniže prosječne ocjene su kod prezentiranja geoloških i morfoloških vrijednosti, faune i flore.

U okviru dimenzije Događaji ukupno je identificirano i vrednovano 18 atributa u zaleđu Opatije (Bašan i sur., 2018): Marunada Dobreć, Učkarski sajam, Večer klapa, Markova Veprinac, obilježavanje

međunarodnog praznika 1. svibnja, Petrova u Poljanama, Učkarska kotlijada, Mama i beba maraton na Učki, Noćni usponi (Planinarsko društvo Opatija), Mlado leto na vrhu Učke (Planinarsko društvo Opatija), King of Učka, Intercars Učka, Tour of Croatia, Dan otvorenih vrata Parka prirode Učka, Nordijska hodanja kroz povijest Opatije, Božićna bajka u Parku prirode Učka, Međunarodna ultratrail utrka „100 milja Istre“, Giro di Marunada. Značajno je istaknuti da su među događajima koji su ocijenjeni najvišim prosječnim ocjenama u okviru svih kriterija upravo oni događaji koji su se kroz ovaj projekt i financirali, što potvrđuje opravdanost izabranih događaja.

Najvišim prosječnim ocjenama ocijenjen je Učkarski sajam rasponom prosječnih ocjena od 4,11 do 4,56 u okviru promatranih kriterija. Slijedi Marunada Dobreć (s rasponom prosječnih ocjena 3,78 do 4,67), koja predstavlja događaj koji se financirao iz sredstava projekta. Prema dobivenim prosječnim ocjenama slijede Tour of Croatia, Dan otvorenih vrata Parka prirode Učka, Nordijska hodanja kroz povijest Opatije i Božićna bajka u Parku prirode Učka. Napominje se da je kod događaja Tour of Croatia prikladnost uključivanja u zajednički prekogranični turistički itinerar ocijenjena prosječnom ocjenom 3,43. Za Božićnu bajku u PP Učka i Tour of Croatia promocija je ocijenjena uspješnom dok je za preostala dva događaja ocijenjena niti neuspješnom niti uspješnom. Potrebno je naglasiti da se posebna pažnja treba pridati promociji gore navedenih događanja prilikom uključivanja u zajedničke prekogranične turističke itinerare, upravo zato što je promocija kod većine događaja ocijenjena neuspješnom, odnosno niti uspješnom niti neuspješnom. Kao i kod prethodne dimenzije, najlošije prosječne ocjene praktički su kod svih atributa vidljive kod promocije koja je kod svega tri događaja ocijenjena uspješnom (Učkarski sajam, Tour of Croatia i Božićna bajka u Parku prirode Učka).

U okviru dimenzije Staze, šetnice i sportske aktivnosti u ruralnom području Opatije ukupno je identificirano i vrednovano osam atributa (Bašan i sur., 2018): planinarske staze, pohod po opatijskoj planinarskoj obilaznici, poučne staze (Plas, Land art i Malik na području PP Učka), biciklističke staze, staze za brdski biciklizam, e-staze i slobodno letenje (na području PP Učka) i jahanje na ranču Bubač. Najveći broj atributa u okviru ove dimenzije je kroz sve kriterije vrednovanja ocijenjen ocjenom vrlo dobar i to prosječnim ocjenama većim od 4,00. Najvišim prosječnim ocjenama kroz sve kriterije vrednovanja ocijenjene su planinarske staze (rasponom prosječnih ocjena od 4,22 do 4,78) te poučne staze – Plas, Land art i Malik – PP Učka (rasponom ocjena od 4,11 do 4,44). Promocija je u okviru ovih atributa ocijenjena niti neuspješnom niti uspješnom. Ukupno gledano, najlošijim prosječnim ocjenama u okviru svih atributa ocijenjena je promocija. U okviru dimenzije Ostali sadržaji u ruralnom području Opatije identificirana su i vrednovana dva atributa (Bašan i sur., 2018): lokalne bočarije (Pobri, Poljane i Veprinac) i posjeti OPG-ima. Najvišim prosječnim ocjenama temeljem svih kriterija vrednovanja ocijenjeni su posjeti OPG-ima rasponom prosječnih ocjena od 4,11 do 4,44, a čija je promocija također ocijenjena neuspješnom (1,89).

U okviru dimenzije Materijalna kulturna baština u ruralnom području Opatije ukupno je identificirano i vrednovano dvanaest atributa (Bašan i sur., 2018): povijesna urbana cjelina naselja Veprinac, ruralna cjelina Mala Učka, naselje Dobreć, naselje Pobri, prapovijesne gradine i lokaliteti (Mali Orljak, Pećnički vrh, Vedež, Gradina na Stražici iznad Vele Učke i dr.), crkva sv. Petra u Poljanama, crkva sv. Marka u Veprincu, kula na Vojaku, tradicijski kulturni krajolik (lokve za napajanje stoke, suhozidi i dr.), izložba na

otvorenom „Oko Učke“ (park skulptura), etnografska zbirka Veprinac i etnografska zbirka udruge „Ognjišće“, Liganj. Najvišim prosječnim ocjenama ocijenjena je povijesna urbana cjelina naselja Veprinac (rasponom prosječnih ocjena od 4,22 do 4,67), etnografska zbirka udruge „Ognjišće“, Liganj i izložba na otvorenom „Oko Učke“ (park skulptura) (rasponom ocjena od 3,89 do 4,44) te kula na Vojaku (rasponom ocjena od 3,89 do 4,22). Njihova promocija ocijenjena je niti neuspješnom niti uspješnom. Najlošijim prosječnim ocjenama u okviru svih atributa ocijenjena je promocija.

U okviru dimenzije Nematerijalna kulturna baština u ruralnom području Opatije ukupno je identificirano i vrednovano 14 atributa (Bašan i sur., 2018): znanja i vještine iz područja primijenjene umjetnosti, znanja i vještine iz područja slikarstva, znanja i vještine iz područja kiparstva, znanja i vještine iz područja lokalne tradicionalne kuhinje, Veprinački zakon, lokalni običaji vezani uz maškare, tradicijska prehrana (jela i pića), običaj branja, spremanja i klaćenja maruna, priče i legende, kultura lovora, ljekovite metode, obitelji i poznate osobe, tradicijska znanja i vještine i tradicijski folklor.

Najvišim prosječnim ocjenama ocijenjeni su tradicijska prehrana – jela i pića” (rasponom ocjena od 4,44 do 4,67), običaji branja, spremanja i klaćenja maruna i kultura lovora (rasponom ocjena od 4,00 do 4,44) i lokalni običaji vezani uz maškare (rasponom ocjena od 4,00 do 4,22). Na posljednjem mjestu su znanja i vještine iz područja kiparstva koja su temeljem svih primijenjenih kriterija ocijenjeni prosječnom ocjenom dobar. Najlošijim prosječnim ocjenama u okviru svih atributa ocijenjena je promocija koja je za sve attribute ocijenjena neuspješnom, osim za lokalne običaje vezane uz maškare i tradicijsku prehranu, ali i tu je ocijenjena niti uspješnom niti neuspješnom te iz tog razloga promociji treba posvetiti posebnu pažnju prilikom uključivanja nematerijalne kulturne baštine u zajednički prekogranični turistički proizvod.

6. Zaključak

Ovo istraživanje baštine pruža uvid u prirodne i kulturne atraktivnosti koje postoje u zaleđu Opatije. Temeljem prezentiranih rezultata istraživanja može se zaključiti da zaleđe Opatije ima velik potencijal u okviru prirodnih i kulturnih atraktivnosti koje svakako treba staviti u funkciju turizma, ali ih pri tome i promovirati na turističkom tržištu koristeći odgovarajuće načine promocije. Budući da suvremeni turist u destinaciji upravo traži autentično iskustvo, izvornost i jedinstvenost koja je prisutna u segmentima prirodne i kulturne baštine zaleđa Opatije, može biti razlogom izbora Opatije kao turističke destinacije i izvan glavne turističke sezone, osobito za turiste motivirane aktivnim odmorom, boravkom u prirodi, zdravljem te kulturom i gastronomijom.

Temeljem vrednovanja prirodne i kulturne materijalne i nematerijalne baštine zaleđa Opatije sa strane ekspertne skupine prezentirane u ovome radu, u okviru projekta Riviera4Seasons2, kreirani su turistički itinerari sa svrhom uključivanja atraktivnosti zaleđa u turistički proizvod Opatije i ciljem dodatnoga iniciranja potražnje i izvan glavne turističke sezone. „Feel & Taste“, kao konačan rezultat projekta Riviera4Seasons2, predstavlja integrirani prekogranični turistički proizvod koji uključuje turističke itinerare razvijene za zaleđe Opatije na hrvatskoj strani, te zaleđe Portoroža na slovenskoj strani za tri zajednička ciljna tržišna segmenta: segment usmjeren na aktivni boravak u prirodi, segment usmjeren na kulturu i gastronomiju i segment usmjeren na brigu o zdravlju.

Na hrvatskoj strani u tu je svrhu za navedena ciljna tržišta razvijeno nekoliko turističkih itinerara koji obuhvaćaju atraktivnosti zaleđa („Feel & Taste – Portorož/Opatija“). Turistički itinerar „Upoznajte čari Učke“ („Feel & Taste & Ride Opatija“) pruža mogućnost aktivnog odmora uz lagano bicikliranje kroz netaknutu prirodu i prekrasne krajolike Učke uz mogućnost kušanja autohtonih proizvoda – domaćeg sira, vina i ljekovitih trava. Ljubiteljima aktivnog odmora „Učka safari“ omogućava planinarenje stoljetnim putovima *mlekarica* od Opatije prema zaleđu, istraživanje učkarskih obronaka uz mogućnost kušanja plodova ovoga podneblja – meda, maruna, vina i maslinovog ulja. Za ciljni segment motiviran zdravljem razvijen je jedan itinerar za zaleđe i jedan u priobalju, uzimajući u obzir atraktivnost koju ima lungomare u Opatiji. Itinerar „Health & Nature“ pruža mogućnost uživanja u ljekovitom djelovanju klime kroz šetnju od mora do zelenih obronaka planina, pri tome uživajući u raznovrsnoj ponudi autohtonih proizvoda i priča opatijskog zaleđa.

Budući da je Opatija poznata po svojoj obalnoj promeni, izrađen je itinerar „Tajne lungomara“ (*Discover the Stories of Lungomare*), u okviru kojega šetnja lungomarem predstavlja poseban *wellness* doživljaj i priliku za istraživanje lokalne kulture, povijesti i gastronomije. Za turiste motivirane kulturom kreiran je itinerar „Izlet opatijskim zaleđem“ (*Taste the Hidden Hinterland*) koji pruža mogućnost upoznavanja dvaju skrovitih mjesta opatijskog zaleđa Poljana i Veprinca, te kušanja maruna, vina, maslinovog ulja, meda te autohtonih keksa Betina. Drugi kulturni itinerar odnosi se na Volosko „Vološćansko gastro putovanje“ (*Volosko Sea Food Safari*) koji pruža mogućnost upoznavanja Voloskog, nekadašnjeg malog ribarskog sela, a danas gastronomske meke. Kroz ove turističke itinerare turističkom je proizvodu Opatije dodana nova vrijednost koja će inicirati dodatnu potražnju te doprinijeti očuvanju prirodne i kulturne baštine zaleđa, boljoj valorizaciji proizvoda i usluga gospodarskih subjekata u zaleđu te prepoznatljivosti Opatije kao turističke destinacije na turističkom tržištu.

Literatura

1. Bašan, L. i sur. (2018). *Identifikacija baštine ruralnog područja Grada Opatije i mjesta Volosko*, stručni elaborat, Riviera4Seasons2, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
2. Blažević, B., ur. (2015). *Strategija razvoja Grada Opatije*, monografija, Sveučilište u Rijeci, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
3. Dumbović Bilušić, B. (2012). Prepoznavanje i razvrstavanje krajolika kao kulturnog nasljeđa. *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, 36, str. 47-66.
4. Narodne novine (2011). *Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske*. Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_07_89_1905.html (14. 2. 2019.)
5. Petrić, L. i Jasenko, L.J. (2012). Potencijal turističke valorizacije nematerijalne kulturne baštine ruralnih područja Dalmacije. U: Crnjak Karanović, B., Derado, D., Fredotović, M., Petrić, L. (ur.), *Identitet jadranskog prostora Hrvatske; retrospekt i prospekt* (str. 211-233). Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
6. Riječka razvojna agencija Porin (2016). *Lokalna razvojna strategija LAG-a „Terra Liburna“ za razdoblje 2014. – 2020*. Rijeka: Riječka razvojna agencija Porin.
7. Šošić, T. M. (2014). Pojam kulturne baštine – međunarodnopravni pogled. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 51 (4), str. 833-860.
8. Vujić, V., ur. (2002). *Osnove dugoročnog razvoja Parka prirode Učka*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.

Internetski izvori

1. eVisitor. *Pivot_izvještaj_09_11_2017_15_03_37*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (9. 11. 2017.)
2. eVisitor. *Izvještaj_Turisti_tip_gosta_naselja*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (24. 11. 2017.)
3. eVisitor. *Izvještaj_Turisti_zemlje_naselja*. Preuzeto s: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (24. 11. 2017.)
4. Feel & Taste. *Brošura i aplikacija*. Preuzeto s: <https://www.feel-taste.info/hr/o-nama/brosura-i-aplikacija/> (5. 11. 2019.)
5. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Što je nematerijalna kulturna baština*. Preuzeto s: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639> (5. 11. 2017.)
6. Zakon.hr. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (20. 1. 2018.)

Abstract

Integrating rural heritage into an integrated cross-border tourism product: the case of Opatija

Taking into consideration the fact that a modern tourist seeks added value during his tourist experience, tourist destinations include the attractiveness of rural areas in their tourism product because they have originality and uniqueness, which gives the tourist the possibility of having a unique experience. The purpose of this paper is to examine the potential and opportunities for tourist valorisation of the heritage of rural Opatija. In this paper a primary research was conducted by using the examination method based on a structured questionnaire. The heritage of the rural area of Opatija was analysed through five dimensions: natural heritage; events; footpaths, promenades and sport activities; other facilities; and tangible and intangible cultural heritage. Each of the observed dimensions of heritage comprises a number of attributes. The following criteria for evaluating heritage attributes were defined: the possibility of having a year-round tourist offer, the degree of authenticity, market potential at an international level, the current promotion and appropriateness of joining a cross-border tourist itinerary. For assessment purposes a Likert scale was used. It provided the rating from 1 to 5, as well as the answers I do not know / I am not familiar with. The results indicate that the rural area of Opatija has great potential in natural and cultural, as well as tangible and intangible heritage. By using them for tourism purposes, the added value for the tourism product of Opatija will be created, which will stimulate additional demand, especially among tourists interested in active holidays, spending time in nature, health, culture and gastronomy. Based on the evaluation of the natural and cultural heritage of the hinterland of Opatija, which was presented in this paper, tourist itineraries were created within the Riviera4Seasons2 project, with the purpose of including the attractive hinterland of Opatija in an integrated cross-border tourist product named "Feel & Taste", which includes tourist itineraries developed for the hinterland of Opatija in Croatia and the hinterland of Portorož on the Slovenian side.

Key words: natural heritage, tangible cultural heritage, intangible cultural heritage, rural area of Opatija, Riviera4Seasons2

Sažetci s predavanja

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 28. ožujka 2019.
UDK: 904:719(4-6EU:497.584 Dubrovnik)

Iva Carević Peković¹

Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika

Sažetak

Kompleks Lazareta zaštićeno je kulturno dobro koje predstavlja veliku vrijednost za Dubrovnik zbog svojeg urbanističkog položaja, značajne povijesti, ali i velikog razvojnog potencijala, prvenstveno u kulturnim i turističkim sadržajima te rasterećenju povijesne jezgre u koju posjetitelji sve više pristižu. Sastoje se od deset uzdužnih natkrivenih prostora u koje se ulazi iz dvorišta (tzv. lađe). Kroz povijest dobro su očuvane, a služile su kao karantena odnosno prijelazna lokacija prije ulaza u Grad. Zadnja obnova završena je 2015. godine i odnosi se na prvih sedam lađa. Preostale tri lađe kreću u obnovu 2017. godine realizacijom projekta Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika (Lazaretto – Creative Hub of Dubrovnik), a obnova je još u tijeku. Grad Dubrovnik je nositelj projekta, a na projektu sudjeluje još deset partnera. Ukupni prihvatljivi troškovi određeni su na maksimalno 30.944.625,74 kn od čega Europska unija kroz Europski fond za regionalni razvoj sudjeluje sa 25.995.571 kn. Projektom je predviđena obnova posljednjih triju lađa te opremanje ostalih lađa, edukacija zaposlenika i korisnika Lazareta čime će se poboljšati kvaliteta već postojećih programa, osmišljavanje novih programa i sadržaja kojima će se privući domicilno stanovništvo i turisti, izrada autohtonih proizvoda i suvenira inspiriranih lokalnom kulturnom baštinom. Bit će osmišljen i vizualni identitet Lazareta koji će dodatno doprinijeti boljoj vidljivosti i promociji čitavog kompleksa. Tako obnovljeni kompleks lazareta, sa svim dodatnim programima i sadržajima, omogućit će kvalitetno zajedničko djelovanje i prožimanje civilnog i privatnog sektora kao i institucija. Valorizacijom ovoga vrijednoga spomeničkoga kompleksa doprinijet će se njegovoj samoodrživosti i prepoznatljivosti na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Ključne riječi: Dubrovnik, Lazaret, spomenički kompleks, samoodrživost

¹ Iva Carević Peković, ravnateljica, Zavod za obnovu Dubrovnika; iva.carevic.pekovic@zod.hr

Iva Carević Peković²

Lazareti – creative district of Dubrovnik

Abstract

The Lazareti complex is a protected cultural property that is of great value to Dubrovnik because of its urban location, significant history, but it also has also great development potential, primarily in cultural and tourist facilities and easing the congestion in the historic centre to which visitors increasingly come. It consists of ten longitudinal covered spaces that can be entered from the yard (the so-called naves). Throughout history, the complex has been well preserved and it served as a quarantine or transit place before entering the City. During the last renovation in 2015 the first seven naves were renovated. The restoration of the remaining three naves started in 2017 with the implementation of the Lazaretto - Creative Hub of Dubrovnik project, and the reconstruction is still underway. The City of Dubrovnik is the holder of the project, with ten more partners participating in the project. The total eligible costs are set at a maximum of HRK 30,944,625.74, out of which the European Union is contributing HRK 25,995,571 through the European Regional Development Fund. The project envisages the reconstruction of the last three naves and furnishing other naves, educating the employees and users of Lazareti, which will improve the quality of existing programmes, design new programs and contents that will attract the local population and tourists, the production of home-made products and souvenirs inspired by the local cultural heritage. Lazareti's visual identity will also be designed to additionally enhance the visibility and promotion of the entire complex. The renovated Lazareti complex, with all the additional programmes and facilities, will enable a joint action and interpenetration of the civil and private sectors as well as institutions. The valorisation of this valuable monumental complex will contribute to its self-sustainability and recognition at the local, regional, national and international levels.

Keywords: Dubrovnik, Lazareti, monumental complex, self-sustainability

² Iva Carević Peković, head of the Institute for the Restoration of Dubrovnik; iva.carevic.pekovic@zod.hr

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 27. ožujka 2019.
UDK: 904:72(4-6EU:497.583 Split)

Jasna Jerkov Jurić¹

EU projekt: Unesco Site Experience for All

Sažetak

U sklopu EU programa INTERREG V-A Italija – Hrvatska Grad Split je partner u provođenju projekta UNESCO Site Experience For All – USEFALL. Opći je cilj projekta osiguravanje veće dostupnosti zajedničke kulturne baštine (UNESCO gradovi) kako bi ona postala poluga za održivi i uravnoteženi teritorijalni razvoj. Glavni je zajednički izazov prevladavanje nejednakosti u pristupačnosti i uporabi bogate kulturne baštine u programskom području. USEFALL će osigurati povećanu atraktivnost turističke ponude, ističući bogatu kulturnu baštinu koja može biti dostupna svima bez obzira na vrste invaliditeta te nove promotivne aktivnosti usmjerene ka desezonalizaciji turizma. Projektni partneri iz Italije su: LP, Vodeći partner, Comune di Ravenna-Museo d'Arte della città / Municipality of Ravenna-Art Museum of the city; PP1 Fondazione Aquileia - Aquileia Foundation; PP2 Venetian cluster. Projektni partneri u Hrvatskoj su: PP3 Grad Split - City of Split; PP4 Grad Poreč-Parenzo-City of Poreč-Parenzo. Budžet Grada Splita je 270.000,00 eura, sufinanciranje 85 %. Grad Split će postaviti dizala u Zlatnim vratima, lifta/platforme na istočnom ulazu u povijesnu jezgru (kod Srebrenih vrata), te kosog dizala i rampe na zapadnom ulazu u povijesnu jezgru prema susjednim ulicama. Potrebno je izraditi mapu s informacijama o dostupnosti kulturnih objekata osobama s invaliditetom, kao i taktilni informativni panel za mozaike u Buličevoj ulici. Bit će organizirane radionice za turističke vodiče, predstavnike udruga i kulturnih ustanova kako bi ih se informiralo o novim mogućnostima pristupačnosti osobama smanjene pokretljivosti. Također će biti izrađen video o područjima projektnih aktivnosti u Splitu koji će biti sastavni dio zajedničkog filma na razini projekta. Trajanje projekta je 18 mjeseci (1. siječnja 2018. – 30. lipnja 2019.).

Ključne riječi: pristupačnost, desezonalizacija, UNESCO projekt, grad Split

¹ Jasna Jerkov Jurić, Viša savjetnica za gradsku jezgru, Odjel za gradsku jezgru, Split; jasna.jerkovjuric@split.hr

Jasna Jerkov Jurić²

EU project: UNESCO Site Experience For All

Abstract

Within the EU programme INTERREG V-A Italy – Croatia, the City of Split is a partner in the implementation of the UNESCO Site Experience For All - USEFALL project. The overall objective of the project is to ensure greater availability of shared cultural heritage (UNESCO cities) in order to make cultural heritage a lever for sustainable and balanced territorial development. The main common challenge is to overcome inequalities in accessibility and the use of rich cultural heritage in the programming area. USEFALL will ensure the following changes: increasing the attractiveness of the tourism offer, highlighting the rich cultural heritage that can be made available to all regardless of the types of disabilities and new promotional activities aimed at the deseasonalisation of tourism. Project partners from Italy are: LP, Lead Partner, Comune di Ravenna-Museo d'Arte della Città / Municipality of Ravenna-Art Museum of the city; PP1 Aquileia Fondazione - Aquileia Foundation; PP2 Venetian cluster. Project partners in Croatia are: PP3 City of Split; PP4 City of Poreč-Parenzo-City of Poreč-Parenzo. City of Split budget: € 270,000.00. Co-financing: 85 %. The City of Split is going to install the elevators in the Golden Gate, elevators / platforms at the eastern entrance to the historic centre (at the Silver Gate of Diocletian's Palace), and an oblique elevator and a ramp at the western entrance to the historic centre towards adjacent streets. It is important to create a map with the information on the accessibility of cultural objects for people with disabilities, as well as a tactile information panel for mosaics in Bulić Street. Various workshops will be organised for tour guides, representatives of associations, cultural institutions to inform them about new accessibility options for people with reduced mobility. A video will also be made about the project activity areas in Split, which will be an integral part of the joint film. The duration of the project is 18 months (January 1, 2018 – June 30, 2019).

Keywords: accessibility, deseasonalisation, UNESCO project, City of Split

² Jasna Jerkov Jurić, Senior Advisor for the Old City Centre, Split; jasna.jerkovjuristic@split.hr

Dora Kušan Špalj¹

Arheološki park Andautonija u Ščitarjevu – zaštita i prezentacija

Sažetak

Na prostoru današnjeg sela Ščitarjeva, jugoistočno od Zagreba, u razdoblju 1. – 4. stoljeća nalazio se rimski grad Andautonija. Dugogodišnja arheološka istraživanja koja se provode na prostoru Ščitarjeva dala su niz podataka o gradskom arealu, pojedinim elementima grada i građevinskim fazama. Od 1981. godine istraživanja se provode u središtu Ščitarjeva (u dvorištu župnoga ureda) gdje je od 1994. godine otvoren Arheološki park u kojem se mogu razgledati sačuvani dijelovi rimskih zgrada i ulice. Sve radove na lokaciji (istraživanja, konzervatorsko-restauratorske radove, prezentaciju i interpretaciju te edukativne sadržaje) vodi Arheološki muzej u Zagrebu. Budući da se tijekom zimskih mjeseci postavlja zimska zaštita, Arheološki park otvoren je od 1. svibnja do 1. studenog. Obilaskom prezentiranih dijelova rimskih zgrada, uz koje su postavljene interpretacijske ploče, posjetitelji mogu upoznati povijest Andautonije te obilježja pojedinih građevinskih struktura, a predstavljeni su i raznovrsni predmeti pronađeni u arheološkim istraživanjima. Posjetitelji mogu sudjelovati i u raznovrsnim radionicama i igraonicama te razgledati stalnu izložbu rimskih mirisa, a organizira se i stručno vodstvo. S ciljem proširenja ponude Arheološkog parka posljednjih se godina provode aktivnosti prilagođene posjetitelja. Tako su u okviru projekta Andautonija organizirane razne radionice za djecu školske i predškolske dobi („mali arheolozi“, rimska odjeća, rimske igre, izrada bula i dr.) kroz koje godišnje prođe više tisuća djece. Realizacijom programa Andautonija za sve, nastoji se približiti i omogućiti obilazak i onim posjetiteljima kojima uobičajenom muzeološkom prezentacijom lokalitet ostaje nedostupan ili nerazumljiv. Uz suvremenu interpretaciju i prezentaciju nalaza, važan element predstavlja i realizacija projekta vizualnog identiteta, što je rezultiralo prepoznatljivosti ove kulturno-turističke destinacije i izvan granica Hrvatske.

Ključne riječi: arheološki park, rimski grad, Andautonija, prezentacija, interpretacija, radionice

¹ Dora Kušan Špalj, kustos, Arheološki park Andautonija Ščitarjevo, Arheološki muzej u Zagrebu; dkusan@amz.hr

Dora Kušan Špalj²

Archeological park Andautonia in Ščitarjevo – protection and presentation

Abstract

The Roman town of Andautonia, which was located 10 km southeast of Zagreb, flourished between the 1st and the 4th century in the area of the present day village Ščitarjevo. Long-term archaeological research carried out in Ščitarjevo has provided a series of information on the ancient city, individual elements of the city and construction phases. Since 1981, a research has been carried out in the centre of Ščitarjevo (in the yard of the rectory). Archaeological Park was opened there in 1994 and the preserved parts of Roman buildings and streets can be seen. All the work on this site (research, conservation and restoration, presentation, interpretation and educational programmes) is conducted by the Archaeological Museum in Zagreb. Archaeological Park is opened from May to November, because during the winter months it is necessary to protect the sensitive structures at the site. Visitors can see the remnants of Roman buildings, read the information on interpretation boards, and learn about the history of Andautonia and the characteristics of building structures, but also about various objects found during archaeological research. Visitors can also take part in workshops and visit the permanent exhibition of Roman scents, and there is also an expert guide for groups of tourists. With the aim of expanding the offer of Archaeological Park, in recent years, activities are tailored to specific types of visitors. As a part of the project Andautonia for children, various workshops for school and pre-school children ("junior archaeologists", Roman clothes, Roman games, etc.) are organized and the result is the participation of several thousand children every year. With the programme Andautonia for everyone, we have tried to create a tour of the site for those visitors who find the usual presentation and the site difficult to understand. With the contemporary interpretation and presentation of the findings, an important element of the overall activity is the realization of the project of visual identity, which has resulted in the recognisability of this cultural and tourist destination beyond the borders of Croatia.

Keywords: archaeological park, Roman city, Andautonia, presentation, interpretation, workshops

² Dora Kušan Špalj, curator, Archeological park Andautonia in Ščitarjevo, Archaeological Museum in Zagreb; dkusan@amz.hr

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 28. ožujka 2019.
UDK: 338.48-6:7/8(569.441)

Ron Peled¹

Jeruzalem

Sažetak

U Jeruzalemu, gradu starom 4000 godina, s tri religijska nalazišta, sa stotinama arheoloških nalazišta, s crkvama, sinagogama i sa 930 000 stanovnika, gdje je politika uključena u bilo koji problem, ponekad razvoj turizma i očuvanje povijesti nije lako pitanje. Jeruzalem ima svoj drevni grad, stari grad i moderni grad. Tijekom posljednjih deset godina glavni je cilj bio udvostručiti broj dolazaka turista, zajedno sa širenjem i razvojem novih i postojećih mjesta, prijevoza, kulinarstva i još mnogo toga. Turistički paket bio je usmjeren na kulturna i kulinarska događanja – sport, kulinarstvo, kulturu, sve skupa oko 200 događanja godišnje. Na taj je način od 1,4 milijuna turista u Jeruzalemu tijekom 2008. godine grad dosegao preko 3 milijuna u 2018. godini. Marketinška strategija usredotočila se na nove trendove i promjene u turizmu širom svijeta. Od 80 % grupnih posjeta u 2008. godini (20 % je bilo F.I.T. – individualni neovisni turist), slika se potpuno promijenila u deset godina – 80 % F.I.T. (individualni neovisni turist), a samo 20 % posjećuje grad s organiziranim skupinama. Utjecaji ovih trendova ogromni su na turistički lanac – očuvanje, fizički razvoj nalazišta, drevne smjese, hotele, restorane, prijevoz, pa čak i turističke vodiče. U ovome predavanju prikazani su turistički događaji koje su jeruzalemska općina i vlada učinili u posljednjih deset godina.

Ključne riječi: globalni trendovi u turizmu, kulturni turizam, politika i turizam, stari grad, drevni grad, Jeruzalem

¹ Ron Peled, ravnatelj, Muzej turizma i arheologije grada Ramla, Izrael; ron@allaboutjerusalem.com

Ron Peled²

Jerusalem

Abstract

In Jerusalem, a 4,000-year-old city with three religious sites, with hundreds of archaeological sites, with churches, synagogues and a population of 930,000, where politics is involved in any problem, sometimes tourism development and history preservation is not an easy issue. Jerusalem has its ancient city, the old city and the modern city. Over the last ten years, the main goal has been to double the number of tourist arrivals, along with the expansion and development of new and existing places, transportation, cuisine and more. The tourist package was focused on cultural and culinary events - sports, cuisine, culture, all together about 200 events a year. Thus, from 1.4 million tourists in Jerusalem during 2008, the number exceeded 3 million in 2018. In 2008 there were 80% of group visits (20% were F.I.T. - individual independent tourists), but it changed completely ten years later - 80% F.I.T. (individual independent tourist), and only 20% of organized group visits. The implications of these trends on the "tourism chain" are enormous – conservation, physical development of sites, ancient mixtures, hotels, restaurants, transportation and even the tourist guides. This lecture highlights the tourist events that the Jerusalem municipality and government have done in the last ten years.

Keywords: Global trends in tourism, cultural tourism, politics and tourism, old city, ancient city, Jerusalem

² Ron Peled, ravnatelj, Museum of Tourism and Archaeology Ramla, Israel; ron@allaboutjerusalem.com

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 28. ožujka 2019.
UDK: 338.485(497.583 Stari Grad)

Sara Popović¹

Od težaka do turista – Starogradsko polje u kontekstu zaštite i interpretacije

Sažetak

Izuzetna vrijednost Starogradskog polja na otoku Hvaru prepoznata je i upisana na UNESCO-ov Popis svjetske kulturne baštine 2008. godine. To je spomenik koji svjedoči o poznavanju drevnih Grka u pejzažnom oblikovanju. Pravilan geometrijski raspored sačuvan na ovoj najvećoj plodnoj ravnici svih hrvatskih otoka, izvanredan je primjer kopnenog sustava s 2400 godina kontinuiteta u poljoprivredi. Starogradsko polje danas je rastrgano između dva svijeta – poljodjelstva i turizma. Kao i mnogi drugi mediteranski ruralni krajolici, suočava se s izazovima zbog promjene u socioekonomskom sustavu. Turizam, u usporedbi s obrađivanjem zemljišta, donosi više profita i zahtijeva manje fizičkoga rada što posljedično dovodi do napuštanja zemlje. To dodatno utječe na vizualni dojam ovog krajolika koji se ni u najboljem slučaju ne može natjecati s vizualno atraktivnom monumentalnom baštinom koju posjetitelji obično očekuju. Ovdje se daje pregled pokušaja prevladavanja jaza između poljoprivrednika i turista. Neki od projekata imali su za cilj poboljšanje sustava upravljanja kulturnom baštinom, drugi interpretaciju i predstavljanje spomenika ili edukaciju lokalne zajednice, ali svi su išli ruku pod ruku s namjerom da sačuvaju izvanrednu univerzalnu vrijednost ovoga krajolika.

Ključne riječi: Starogradsko polje, kulturni krajolik, upravljanje baštinom, prezentacija ruralnog krajolika, grčka podjela zemlje

¹ Sara Popović, poslijedoktorantica, Sveučilište Juraj Dobrila Pula; sara.popovic@unipu.hr

Sara Popović²

Between farmers and tourists: Preservation and presentation of Stari Grad Plain

Abstract

The outstanding value of Stari Grad Plain on the island of Hvar has been recognized and its property inscribed on UNESCO World Heritage List in 2008. It is a monument that testifies to ancient Greek knowledge in landscape design. Regular geometrical layout preserved on this biggest fertile plain on all of the Croatian islands is the outstanding example of land division system with 2400 years of agricultural continuity. Nowadays, Stari Grad Plain is torn between two worlds – farming and tourism. Like many other Mediterranean rural landscapes, it is facing challenges due to the change in socioeconomic system. Tourism, compared to land cultivation, brings more profit and requires less physical labour which consequently leads to the abandonment of the land. This additionally affects visual impression of this landscape which even at its best cannot compete with visually attractive monumental heritage which visitors usually expect. This paper will give an overview of attempts to bridge the gap between farmers and tourists. Some of the projects had an aim to improve the cultural heritage management system, others to interpret and present the monument or educate local community but all of them going hand in hand with the intention to preserve the outstanding universal value of this landscape.

Keywords: Stari Grad Plain, cultural landscape, heritage management, presentation of rural landscape, Greek land division

² Sara Popović, postdoctoral research scientist, University Juraj Dobrila Pula; sara.popovic@unipu.hr

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 27. ožujka 2019.
UDK: 338.48-6:7/8(083.92)(497.5)

Vesna Rajković¹

Akcijski plan razvoja kulturnog turizma Hrvatske

Sažetak

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. kulturni turizam smješta među vodeće turističke proizvode čiji su zacrtani ciljevi, aktivnosti i mjere razrađeni kroz Akcijski plan razvoja kulturnog turizma. Glavni je cilj uspostaviti zajedničku razvojnu platformu te usuglasiti djelovanje glavnih dionika relevantnih za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj pri čemu je ključna suradnja Ministarstva turizma, Ministarstva kulture i Hrvatske turističke zajednice. Zajedno treba ostvariti da Hrvatske bude novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište, da veći gradovi budu uvršteni u zanimljive kulturno-turističke itinerare, da se osigura pristup novim tržišnim segmentima, da Hrvatska bude destinacija bogate kulturno-povijesne baštine. Na temelju smjernica koje proizlaze iz Strategije razvoja turizma RH do 2020., Akcijskim planom definirano je pet programskih područja (infrastruktura, razvoj proizvoda, marketing, partnerstvo i edukacija) koji su razrađeni kroz 16 mjera i koje treba realizirati u svrhu postizanja strateških ciljeva: razviti i opremiti nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim sadržajima; osmisliti i pripremiti kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj razini i regionalnim razinama za plasman na turističko tržište; aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom u svrhu tržišne prepoznatljivosti na međunarodnoj razini te radi poticanja domaće potražnja; stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva; unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj proizvoda, poduzetništva u turizmu i pružanje kvalitetne usluge. Realizacijom Akcijskog plana značajno bi doprinijeli postizanju globalne prepoznatljivosti kulturnih vrijednosti na turističkom tržištu, tržišnom repozicioniranju Hrvatske s destinacije „sunca i mora“ prema ponudi raznovrsnih autentičnih sadržaja i doživljaja, vremenskom proširenju i geografskoj disperziji turističke potražnje, odnosno ravnomjernijem turističkom razvoju.

Ključne riječi: turizam, strategija, kultura, plan, program

¹ Vesna Rajković, načelnica sektora za posebne oblike turizma, Ministarstvo turizma; vesna.rajkovic@mint.hr

Vesna Rajković²

Cultural tourism development action plan in Croatia

Abstract

The Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020 places cultural tourism among the leading tourism products whose goals, activities and measures have been elaborated through the Action Plan for the Development of Cultural Tourism. Its main objective is to establish a joint development platform and harmonize the activities of the main stakeholders relevant for the development of cultural tourism in Croatia, with the cooperation of the Ministry of Tourism, the Ministry of Culture and the Croatian National Tourist Board. In particular, together we want to achieve: to make Croatia a new, meaningful and interesting cultural destination, to include major cities in interesting cultural and tourist itineraries, to ensure access to new market segments, to make Croatia a destination of rich cultural and historical heritage. Based on the guidelines for the development of cultural tourism arising from the Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020, the Action Plan for the Development of Cultural Tourism defines five program areas (infrastructure, product development, marketing, partnership and education) that have been elaborated through 16 measures and which should be implemented to achieve the following strategic goals: develop and equip key national cultural and tourist attractions with quality visitation facilities; design and prepare cultural and tourism product portfolio at national and regional levels for placement on the tourist market; activate the international and domestic tourism market with quality and well-designed marketing in order to create international recognition and stimulate domestic demand; create both institutional and organizational prerequisites for the development of cultural tourism through the establishment of national leadership and strategic partnerships; improve the knowledge, skills and competences of cultural tourism stakeholders for product development, tourism entrepreneurship and quality service. The implementation of the Action Plan for the Development of Cultural Tourism would significantly contribute to the global recognition of cultural values in the tourist market, the market repositioning of Croatia from the destination of "sun and sea" according to the offer of various authentic contents and experiences, the temporal extension and geographical dispersion of tourist demand, that is, in terms of time and space. development.

Keywords: tourism, strategy, culture, plan, program

² Vesna Rajković, Head of the Sector for Special Forms of Tourism, Ministry of Tourism; vesna.rajkovic@mint.hr

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 27. ožujka 2019.
UDK: 904:338.483.12(497.5)

Joško Stella¹

Lino Ursić²

Ceste koje Carstvo znače

Sažetak

Kad se govori o trudu u razvoju selektivnih oblika turizma na području dalmatinskog zaleđa, treba spomenuti izuzetno uspješan projekt, nazvan Rimske ceste u srednjoj Dalmaciji (Rimske cestovne komunikacije srednje Dalmacije). U njezinom okviru, mreža drevnih rimskih cesta korištena je kao obris za prezentiranje raznih arheoloških nalazišta i spomenika uz njihovu trasu. Rezultat je bio objedinjavanje nekoliko arheoloških nalazišta u jednu tematsku cjelinu. Polazna točka ovoga projekta bili su poznati natpisi Dolabelle, četiri kamene ploče posvećene izgradnji pet rimskih cesta za vrijeme vladavine cara Tiberija, koja je nekadašnju Salonu povezivala s dalmatinskim zaleđem još u 1. stoljeću. Riječ je o projektu Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije koji se temelji na vrlo jakoj suradnji s drugim dionicima. Napori djelatnika regionalnih institucija u kulturi i turizmu, potpomognuti lokalnim stanovništvom koji su pomogli identificirati ostatke rimskih cesta u dalmatinskom zaleđu, rezultirali su pilot-projektom „Interpretacija drevnih cesta u dalmatinskom zaleđu“ (prosinac 2012.). Dvije godine poslije, 2014. godine, prva dionica ceste identificirana na lokalitetu Kurtović – Klapavica predstavljena je široj javnosti. Od tada se neprestano dopunjavaju početni nalazi novonastalim dionicama drevnih cesta. Sva otkrića sada su dio šire kulturne rute Putovi koji znače Carstvo (Ceste koje Carstvo znače).

Ključne riječi: rimske ceste, srednja Dalmacija, Dolabellovi natpisi

¹ Joško Stella, direktor, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; josko.stella@dalmatia.hr

² Lino Ursić, vanjski suradnik, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; tedyfino7@gmail.com

Joško Stella³

Lino Ursić⁴

Roads that mean Empire

Abstract

When talking about the efforts to develop selective forms of tourism in the Dalmatian hinterland, one should mention an extremely successful project, called Roman Roads in Central Dalmatia (Roman Road Communications of Central Dalmatia). Within it, a network of ancient Roman roads was used as an outline to present various archaeological sites and monuments along their route. The result was the consolidation of several archaeological sites into one thematic unit. The starting point of this project was the famous inscriptions of Dolabella, four stone slabs dedicated to the construction of five Roman roads during the reign of Emperor Tiberius, which linked the former Salona to the Dalmatian hinterland as early as the 1st century. This is a project of the Split-Dalmatia County Tourist Board, which is based on very strong cooperation with other stakeholders. The efforts of regional cultural and tourism staff, assisted by locals who helped us identify the remains of Roman roads in the Dalmatian hinterland, resulted in the pilot project "Interpretation of Ancient Roads in the Dalmatian Hinterland" (December 2012). Two years later, in 2014, the first section of the road identified at the site Kurtović - Klapavica was presented to the public. Since then, we have been constantly updating our initial findings with newly created sections of ancient roads. All our discoveries are now part of the wider cultural route *Roads that mean the Empire*.

Keywords: Roman roads, central Dalmatia, Dolabello inscriptions

³ Joško Stella, director, Tourist Board of Split - Dalmatia County; josko.stella@dalmatia.hr

⁴ Lino Ursić, external contractor, Tourist Board of Split - Dalmatia County; tedylino7@gmail.com

Marko Španjol¹

Muzej Apoksiomena: uspješan primjer *storytellinga* u muzejima

Sažetak

Muzej Apoksiomena dom je posebno izgrađen za brončani kip mladog sportaša koji je pronađen 1996. na morskome dnu u blizini Malog Lošinja. Apoksiomen je jedan od najbolje očuvanih antičkih brončanih primjeraka. Skulptura takve vrijednosti i važnosti zaslužila je jednako poseban dom – muzej za jedan artefakt. Muzej je izgrađen u palači Kvarner, u samom središtu Malog Lošinja. Nakon obnove palača je zadržala vanjski izgled, ali je unutrašnjost preoblikovana. Tijelo novoga muzeja umetnuto je u prostor definiran vanjskim zidovima i krovom postojeće palače. Bijela arhitektonska građevina koja sadrži izložbeni postav lebdi među plavim zidovima prizemlja. Čelični „kavez“ stalnog postava obložen je glatkim segmentima lima koji su spojeni nepreglednim linijama vara, a koje su napravili lošinjski brodograditelji. Hrabra arhitektura muzeja usmjerava posjetitelje prema veličanstvenoj skulpturi, postavljenoj izvan bilo kojeg vremenskog i prostornog konteksta za koji je bila namijenjena. Naglasak je na zanimljivoj priči koja prikazuje mnoge aspekte života u antičko doba. Prolaz kroz muzej definiran je kroz redosljed soba s potpuno drugačijim ambijentom, materijalima i sadržajem koji informiraju posjetitelje i pripremaju ih za vrhunac – susret s kipom. Arhitektura, izložba i interijer muzeja djela su arhitekata, povjesničara umjetnosti, znanstvenika, umjetnika, dizajnera i inženjera koji su zajedno stvorili neobičan i jedinstven prostor, jedinstven stalni dom Apoksiomena.

Ključne riječi: Apoksiomen, Mali Lošinj, muzej, arhitektura, palača Kvarner

¹ Marko Španjol, v. d. ravnatelj, Muzej Apoksiomena, Mali Lošinj; marko.spanjol@muzejapoksiomena.hr

Marko Španjol²

Museum of Apoxyomenos: a successful example of storytelling in museums

Abstract

The Museum of Apoxyomenos is a home specially built for the bronze statue of a young athlete which was found in 1996 on the seabed in the vicinity of Mali Lošinj. Apoxyomenos is one of the finest pieces of ancient work of art. The sculpture of such value and importance deserved an equally special home – a museum for one artefact. The Museum was built within the Kvarner Palace, in the very center of Mali Lošinj. After the reconstruction, the palace retained the external appearance but the inner part was reshaped. The body of the new museum was inserted into a space defined by exterior walls and the roof of the existing palace. A white architectural structure, which contains the exhibition display, floats among the walls of the blue ground floor. That steel ‘cage’ is lined with smooth tin segments, with countless welds, done by Lošinj’s shipbuilders. The bold architecture of the museum steers the visitors towards the wondrous sculpture, placed out of any time and space context for which it was intended. The emphasis is on an interesting story that depicts many aspects of life in ancient times. The passage through the museum is the sequencing of rooms with a completely different ambiance, aspect, and content, which inform visitors and prepare them for the climax – the encounter with the statue. The architecture, the exhibition display and the interior of the museum are the work of architects, art historians, scientists, artist, designers and engineers who jointly created an unusual and unique space, a unique permanent home for Apoxyomenos.

Keywords: Apoxyomenos, Mali Lošinj, Museum, Architecture, Kvarner Palace

² Marko Španjol, acting director, Museum of Apoxyomenos, Mali Lošinj; marko.spanjol@muzejapoksiomena.hr

Hana Turudić¹

Interpretacija i valorizacija kulturne baštine grada Korčule

Sažetak

Korčula je najnaseljeniji otok u Republici Hrvatskoj. Svojom bogatom povijesnom baštinom, tradicijama i prirodnim ljepotama privlači posjetitelje iz cijeloga svijeta. Grad Korčula smješten je na poluotoku, opasan srednjovjekovnim zidinama i kulama čiji su graditelji uglavnom bili domaći majstori. Kamenoklesarstvo je u prošlosti, uz brodogradnju, pomorstvo i poljoprivredu, bilo jedno od najzastupljenijih zanimanja na otoku. Podatan kamen za obradu „brao“ se iz brojnih „kava“ s otočića Vrnika, Sutvare i Kamenjaka te prevezio po Dalmaciji i svijetu. Statut grada i otoka Korčule iz 1214. godine potvrđuje da je grad postojao već u ono vrijeme. Utemeljenje korčulanske biskupije 1300. godine, a zatim i osnivanje bratovština, ukorijenilo je vjerske tradicije čija se povijest prati do danas. Interpretacija kulturno-povijesne baštine, višestoljetnih vjerskih i svjetovnih tradicija grada i otoka Korčule provodi se kroz stalne postavbe Gradskog muzeja Korčula, Opatske riznice, Zbirke ikona, kule Veliki Revelin, katedrale sv. Marka, kuća Marka Pola i drugih izložbenih postava te sudjelovanjem stanovništva u „živim“ svjetovnim i vjerskim tradicijama (procesije korčulanskih bratovština, tradicije Velikog tjedna i dr.). Posebno su dojmljive izvedbe plesova s mačevima, od kojih se najpoznatija, moreška, izvodi samo u gradu Korčuli, dok se kumpanija i moštra, izvode u mjestima otoka Korčule. Ovi jedinstveni plesovi s mačevima, uvršteni su na Popis zaštićene nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske. Interpretacija se vrlo uspješno postiže i posebno osmišljenim manifestacijama koje se održavaju u autentičnom prostoru otoka i grada Korčule.

Ključne riječi: grad Korčula, tradicija, Marko Polo, nematerijalna kulturna baština, moreška, kumpanija

¹ Hana Turudić, direktorica, Turistička zajednica Korčula; info@visitkorcula.eu; tzg-korcule@du.t-com.hr

Hana Turudić²

Interpretation and valorisation of the cultural heritage of the town of Korčula

Abstract

The island of Korčula in Croatia is the sixth largest island with a population of over 15,000 inhabitants. Its cultural heritage, traditions and natural attractions draw visitors from all over the world. The Town of Korčula with its unique herring bone pattern is one of the best preserved medieval places in the Mediterranean. Its palaces and streets are built of high quality limestone carved by Korčulan stonemasons. The appropriate stone for processing was handpicked from numerous quarries on the islands of Vrnik, Sutvara and Kamenjak and transported to Dalmatia and the world. The island's history has notable milestones, such as the oldest inscribed stone fragment in this part of Europe, the Psephism (Lumbarda Decree, 4th century B.C.), and the Statute of the town and island of Korčula from 1214, which confirms that the city existed at that time. The founding of the Diocese of Korčula in 1300, and then the establishment of fraternities, entrenched religious traditions whose history can be traced to the present day. The Town of Korčula and the island's history and cultural heritage are presented in venues open to visitors: St. Mark's Cathedral, Abbatial Treasury, Town Museum, the House of Marco Polo, Icon collection, and Revelin Tower. Visitors may also participate in "living" processions organised by Korčula's fraternities during the Holy Week traditions. Particularly impressive are performances of dances with swords. The most famous of these, the Moreška, is performed only in the town of Korčula, while Kumpanija and Moštra sword dances are performed in six of the island's towns and villages. These unique dances with swords are inscribed on the List of Intangible Cultural Heritage of the Ministry of Culture in the Republic of Croatia. The interpretation is very successfully achieved by specially designed events that take place in the authentic locations of the island and the Town of Korčula.

Keywords: Korčula town, tradition, Marco Polo, intangible cultural heritage, Moreška, Kumpanija

² Hana Turudić, Tourist Board office director; info@visitkorcula.eu; tzg-korcule@du.t-com.hr

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 28. ožujka 2019.
UDK: 39:738(497.525 Potravlje)

Monika Vrgoč¹

Nematerijalna kulturna baština Cetinske krajine – tradicijsko lončarstvo ručnog kola iz Potravlja

Sažetak

Republika Hrvatska, osim bogatom prirodnom i gastronomskom ponudom, može se pohvaliti i zavidnom zbirkom materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara na listi UNESCO-a. Nematerijalna baština obuhvaća različite oblike pučkih i tradicionalnih kulturnih izričaja – jezik, usmenu književnost, glazbu, ples, igre, mitologiju, obrede, običaje i tradicijske obrte, ali i žive zajednice u kojima se ti oblici pažljivo njeguju. Lončarstvo ručnoga kola iz Potravlja koje od 2013. ima status nematerijalnoga kulturnog dobra, a Ministarstvo kulture RH nominiralo ga je za zaštitu UNESCO-a, u ovim krajevima poznato je od 4. stoljeća pr. Kr., a u većem dijelu Europe to je lončarstvo odavno ustupilo mjesto lončarstvu „nožnoga kola“. Jedinstveno umijeće izrade glinenoga posuđa do danas se sačuvalo samo u selu Potravlje u općini Hrvace i to u dvjema obiteljima – Jure Knezovića te Jurina brata Dušana. Potravski lončari – bakrari – opskrbljivali su Cetinsku krajinu i širi prostor Dalmacije. Vlastite proizvode prodavali su po sajmovima, a prodaju ih sve do danas u Sinju, Trilju, Zadvarju, Vrlici, Metkoviću, Benkovcu, Splitu i drugdje. Uz neke tradicijske posude uporabne vrijednosti izrađuju i one novih oblika i namjena (amfore, lonce za cvijeće) te tradicijsko posuđe kao unikatne suvenire. Važno je sačuvati ovaj dio tradicijske kulture i omogućiti prenošenje tog umijeća na mlađe. TZ grada Sinja, uz potporu Ministarstva kulture RH, s tim ciljem redovito održava radionice tradicijskog lončarstva ručnoga kola iz Potravlja, za što je i primila nagradu Plautilla u kategoriji Najbolji kulturno-turistički proizvod. Očuvanje ugrožene nematerijalne baštine važan je čimbenik kulturnog i nacionalnog identiteta, ali i nastojanja da ova jedinstvena i neprocjenjiva dobra obogate turističku ponudu te privuku goste.

Ključne riječi: UNESCO, nematerijalna batina, lončarstvo, stari zanati, tradicija

¹ Monika Vrgoč, direktorica, Turistička zajednica Sinj; info@visitsinj.com

Monika Vrgoč²

Intangible Cultural Heritage of Cetinska Krajina – Traditional Hand-wheel Pottery in Potravlje

Abstract

The Republic of Croatia, apart from its natural riches and gastronomic offer, also takes pride in its tangible and intangible cultural heritage inscribed on UNESCO's list. Intangible heritage includes various forms of folk and traditional cultural expressions - language, oral literature, music, dance, games, mythology, rituals, customs and traditional crafts, but also living communities in which these forms are carefully nurtured. One of the precious old crafts, which will soon go extinct, is the traditional hand-wheel pottery from Potravlje which has the status of intangible cultural heritage since 2013, and the Ministry of Culture of the Republic of Croatia nominated it for the inclusion on UNESCO's protection list. In our region it is known since the 4th century BC, and it was replaced by the kick-wheel pottery in most of Europe a long time ago. This unique art of making clay pots has been preserved only in Potravlje village in the Municipality of Hrvace by the families of Jure Knezović and his brother Dušan. Potters from Potravlje – 'bakrari' – used to supply the Cetinska Krajina Region and the wider area of Dalmatia with their products. They sold their products at fairs and they are still selling them today in Sinj, Trilj, Zadvarje, Vrlika, Metković, Benkovac, Split and elsewhere. Nowadays, along with traditional clay pots, other types of pots of different shapes and uses are being made: amphorae, flowerpots ('pitari') and other miniature traditional pots which make unique souvenirs. It is of utmost importance to keep this aspect of our tradition alive by passing it on to younger generations. With this goal, Sinj Tourist Board, with the support of Ministry of Culture of the Republic of Croatia, organizes regular workshops of traditional hand-wheel pottery from Potravlje and for which it received Plautilla award in the category Best Cultural Tourism Product. The preservation of the endangered intangible heritage is an important factor, not only of cultural and national identity, but it is also an important factor in our efforts to enrich the tourism offer and to attract tourists.

Keywords: UNESCO, intangible heritage, pottery, old crafts, tradition

² Monika Vrgoč, director, Tourist Board Sinj; info@visitsinj.com

Sažetak prezentacije
Prezentirano: 27. ožujka 2019.
UDK: 930.85:719(436.1)

Rudolf Zunke¹

Povijesna jezgra Beča – izazovi u zaštiti i razvoju UNESCO-vog grada

Sažetak

Povijesno središte Beča, nominirano 2001. godine, obuhvaća 1. općinski okrug Innere Stadt. Proteže se oko jezgre površine 3,7 km² s 1600 objekata i zaštitnom zonom od 4,6 km² s 2950 objekata. Središte Beča utjelovljuje jedinstveni urbani spomenik. Njegovo bogato arhitektonsko nasljeđe, kao i njegova cjelokupna struktura, koja se tijekom 2000 godina razvijala od rimske Vindobone do utvrđenog carskog sjedišta Ringstraße, svjedoči o općecijenjenoj kulturnoj tradiciji Beča. Tri ključne faze europskog razvoja – srednji vijek, barok i Gründerzeit – još uvijek karakteriziraju nekadašnju prijestolnicu Habsburške Monarhije koja je imala središnji utjecaj na povijest Europe više od 600 godina. U proporcionalnoj gradskoj jezgri i brojnim monumentalnim građevinama, carski stil i njegove uzvišene reprezentacijske ambicije očituju se i danas. Slična je reputacija Beča kao svjetske prijestolnice glazbe. Povijesni centar Beča dom je za 16 000 ljudi, dok više od 100 000 ovdje radi. Za usporedbu, zabilježeno je preko dva milijuna noćenja u hotelima i pansionima koji se nalaze na ovome malom području. Beč odlikuje dinamičan urbani rast: tijekom sljedećih 15 do 20 godina, gradsko će se stanovništvo povećavati s trenutnih 1,8 milijuna na oko dva milijuna stanovnika. Sveukupno, površina mjesta Svjetske baštine i broj njezinih objekata jednak je manje od 2 % općinskog teritorija, odnosno broja zgrada u Beču. Argumenti za upis Beča na Popis svjetske kulturne baštine naglašavaju vrijednost „povijesno evoluiranog“ grada sa svim njegovim kulturnim aspektima. Međutim, ovo priznanje također podrazumijeva da se grad, čija se arhitektura razvijala više od tisućljeća, ne smije staviti pod zvono, već bi se trebao razvijati dalje kako bi ostao živo središte prosperitetnog grada.

Ključne riječi: Beč, UNESCO, očuvanje, razvoj

¹ Rudolf Zunke, koordinator, Gradska uprava, Odjel za povijesnu jezgru Beča, Austrija; rudolf.zunke@wien.gv.at

Rudolf Zunke²

Vienna's historic core – challenges in protecting and developing the UNESCO city

Abstract

Nominated in 2001, the historic centre of Vienna comprises the first municipal district “Innere Stadt” (Inner City). It extends over a core zone of approx. 3.7 km² with roughly 1,600 objects, and a buffer zone of approx. 4.6 km² with close to 2,950 objects. The centre of Vienna embodies a unique urban monument. Its rich architectural heritage as well as its overall structure, which a period of 2,000 years saw develop from the Roman Vindobona to a fortified imperial seat to Ringstraße, bears witness to Vienna’s universally valued cultural tradition. Three key phases of European development – the Middle Ages, the Baroque, and the Gründerzeit – still characterize the Habsburg Empire’s former capital, which influenced the history of Europe for over 600 years. The imperial style can still be seen today in a proportional city centre and numerous monumental buildings. Vienna had a similar reputation as the world capital of music. The historic centre of Vienna is home to over 16,000 inhabitants, while more than 100,000 work here. For comparison, over two million overnight stays at hotels and guesthouses located in this small area were recorded. All in all, Vienna is characterised by a dynamic urban growth: over the next 15 to 20 years, the city’s population will increase from approximately 1.8 million to roughly two million inhabitants. The area that would be listed on the World Heritage List makes up just under two percent of the municipal territory in Vienna. The arguments for the inscription of Vienna on the World Heritage List emphasise the value of the “historically evolved” city with all its cultural aspects. However, this recognition also implies that a city, whose architecture has been developing for more than a millennium, must not be put under a bell jar, but has to evolve further in order to remain the vibrant centre of a prosperous city.

Keywords: Vienna, UNESCO, conservation, development

² Rudolf Zunke, City of Vienna, Executive Group for Construction and Technology, World Heritage Site Manager; rudolf.zunke@wien.gv.at

Upute za autore¹

Uvjeti objavljivanja i dostave radova

Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova u Solinu elektronička je publikacija koju izdaje Turistička zajednica grada Solina. U zborniku se objavljuju radovi sudionika kongresa, ali i ostalih zainteresiranih autora koji se u stručnom ili znanstvenom smislu bave izazovima turističke valorizacije i interpretacije kulturno-povijesne baštine. Službeni su jezici kongresa i zbornika hrvatski i engleski, a autori sami biraju na kojemu će jeziku napisati i dostaviti cjeloviti tekst za objavljivanje u zborniku te ga prezentirati na kongresu. Zbornik aktivno provodi politiku otvorenog pristupa cjelovitim tekstovima objavljenih radova i drugim povezanim sadržajima objavljenima u zborniku, a uz poštovanje autorskih prava. Zato se zbornik sa svim cjelovitim tekstovima radova pristiglima za objavu, objavljuje u otvorenom pristupu na mrežnoj stranici kongresa. Autorima se preporuča da objavlvenu verziju rada pohranjuju i na svoje osobne mrežne stranice te institucijske, tematske i druge repozitorije.

Autori zainteresirani za sudjelovanje u kongresu i/ili za objavu rada u zborniku trebaju dostaviti prijavu koja sadrži: naslov rada na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku, imena i prezimena autora, sažetak rada napisan na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku opsega 200 do 250 riječi te kratak životopis najmanje jednoga autora napisan na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku opsega 200 do 250 riječi. Za sudjelovanje u kongresu te za objavu u zborniku u tekućoj godini prijavu i tekst rada treba dostaviti u skladu s rokovima navedenima na službenoj stranici kongresa ili u pozivu za sudjelovanje. Prijavu i tekst rada treba poslati elektroničkom poštom na e-adresu: urednistvo@ihc-congress.com. Prijavu i tekst rada treba dostaviti kao dokument programa Word. Radovi koji će stići nakon zadanih rokova ili nisu napisani u skladu s ovim uputama neće biti upućeni u postupak recenzije i NEĆE BITI OBJAVLJENI u Zborniku radova u tekućoj godini.

Recenzije i razvrstavanje radova

Svi radovi prolaze postupak recenzije minimalno dva recenzenta. Radovi pristigli na hrvatskome jeziku upućuju se domaćim, a radovi na engleskom jeziku najmanje jednom stranom recenzentu. U slučaju da su prve dvije recenzije oprečne u preporuci za objavu, rad se šalje na treću recenziju. Recenzenti rad ocjenjuju brojčano i opisno, predlažu kategoriju rada te u obrascu recenzije upisuju svoje primjedbe i komentare. Na temelju mišljenja recenzenata uredništvo upućuje autorima prijedloge za dopune i ispravke rada. Nakon izvršenih korekcija i dopuna uredništvo donosi odluku o objavi samo sažetka ili cjelovitoga rada, a ako korekcije i dopune nisu u skladu s preporukama recenzenata, uredništvo zadržava pravo odbiti objavu rada. Ocjene, prijedlozi, primjedbe i komentari kao i identitet recenzenata pojedinog rada poznat je samo uredništvu.

Radovi će biti svrstani u jednu od sljedećih kategorija: znanstveni članak (*scientific paper*) ili stručni članak (*expert article*). Kategoriju rada koja se objavljuje u zaglavlju članka na temelju mišljenja

¹ Izrazi koji se koriste u ovoj uputi, a imaju rodno značenje, odnose se jednako na muški i ženski rod.

recenzenata utvrđuje uredništvo zbornika. Znanstveni članak / *scientific paper* – predstavlja znanstveni rad u kojemu su izneseni novi, prvi put objavljeni rezultati znanstvenog istraživanja te nove, još nepoznate znanstvene činjenice, spoznaje i teorije koje predstavljaju doprinos znanosti. Znanstveni članci se dodatno razvrstavaju na: originalni znanstveni članak / *original scientific paper*, kratko priopćenje / *short communication*, prethodno priopćenje / *preliminary communication*, i pregledni rad / *review article*. Stručni članak / *expert article* – sadrži korisne priloge pri čemu se radi prenošenja informacija opisuje vlastiti rad i iskustvo iz prakse. Težište je stručnoga rada na primjeni poznatih spoznaja te širenju i praktičnoj primjeni postojećih spoznaja. U zborniku se objavljuju i drugi prilozi, a naročito sažetci izlaganja sa skupa / *meeting abstracts*.

Odgovornost autora radova

Stavovi koje autori izražavaju u zborniku ne mogu se povezivati s uredništvom, uređivačkim odborom ili izdavačem. Autori samostalno jamče izvornost svojih radova, kao i da su sve publikacije korištene u radu točno citirane i referencirane kako bi se izbjeglo plagiranje. Uredništvo zadržava pravo korištenja programskih alata za provjeravanje izvornosti radova. Autori su dužni suzdržati se od nepoštenih i namjerno netočno iznesenih tvrdnji. Eventualne sukobe interesa autori moraju jasno naznačiti u radu. Autori preuzimaju svu odgovornost za štetu koja nastane zbog neovlaštenog i neprimjerenog korištenja materijala na kojima postoji autorsko pravo

U slučaju opravdanog zahtjeva zainteresirane stručne i znanstvene javnosti uredništvo zadržava pravo postavljanja zahtjeva autoru za dostavom obrađenih podataka u radu, a sve kako bi se omogućilo provjeravanje rezultata istraživanja. Autor koji izvrši prijavu za sudjelovanje u kongresu i/ili za objavu rada u zborniku, odgovoran je za uključivanje svih autora, za prepisku i koordinaciju između časopisa i autora te preuzima odgovornost za informiranje svih autora o pravima i obvezama koje proizlaze iz objavljivanja rada u zborniku.

Upute za pisanje i formatiranje tekstova

Iznad naslova članka poravnato lijevo potrebno je napisati ime(na) i prezime(na) svakog autora (Ariel 12 pt) u zasebnom retku. Ostale podatke autora i koautora rada kao što su kratice akademskog naziva i stupnja, zvanje, institucija i e-adresa treba navesti u fusnoti (font Ariel veličine 8 pt). Autorstvom trebaju biti obuhvaćeni samo oni koji su značajno doprinijeli radu i koji će biti citirani kao koautori. Podatke o mentorima studentskih radova treba zasebno navesti u fusnoti, a ne kao koautore. Naslov članka treba napisati na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku u fontu Ariel, veličine 18 pt, smješten poravnato lijevo, bez uvlake. Sažetak članka na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku opsega 200 do 250 riječi treba smjestiti nakon naslova na početku rada. Font sažetka treba biti Ariel, veličina 9 pt, poravnat s obje strane. Sažetak se piše u jednom odlomku. Ispod sažetka navodi se 3 – 6 ključnih riječi na hrvatskom i na engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku.

Tekst članka treba napisati koristeći font Ariel, veličine 10 pt, s proredom 1.5 (*Line spacing: 1.5*). Tekst treba biti poravnat s obje strane, pisan od početka reda (bez uvlačenja prvog retka odlomka), s marginama: gornja 2.5 cm (*top*), donja 2.5 cm (*bottom*), lijeva 2.5 cm (*left*), desna 2.5 cm (*right*), prostor

za uvez 0 cm (*gutter*), zaglavlje 1.25 cm (*header*), podnožje 1.25 cm (*footer*), orijentacija papira: okomito (*portrait*). Odlomke treba odvojiti razmakom 0 pt prije, a 6 pt poslije. Ne treba odvajati odlomke uporabom naredbe Dodaj razmak ispred/nakon odlomka (*Add space before/after paragraph*). Opseg rada ne smije prelaziti jedan autorski arak (16 kartica, 30 000 znakova, uključujući bjeline).

Naslovi poglavlja moraju biti kratki i jasni te redom numerirani arapskim jednoznamenkastim brojevima. Poglavlja mogu imati i potpoglavlja koja se numeriraju dvoznamenkastim, odnosno troznamenkastim brojevima (primjer: 1; 1.1.; 2.; 2.1.; 2.1.1. itd.) i ne više od toga. Ne treba koristiti naredbu Numerirani popis (*Numbering*) s automatskim odbrojavanjima. Naslove poglavlja treba pisati koristeći font Ariel veličine 12 pt, podebljano (*bold*), a ostala potpoglavlja font Ariel veličine 10 pt, podebljano (*bold*). Naslovi su lijevo poravnati, bez uvlake. Za odvajanje naslova poglavlja i potpoglavlja treba biti razmak 12 pt prije, a poslije 6 pt. Nakon naslova poglavlja, a prije naslova prvog potpoglavlja treba napisati jedan do dva odlomka koji upućuju na strukturu poglavlja u potpoglavljima koja slijede. Valja voditi računa da potpoglavlja čine smislene cjeline i da imaju najmanje tri odlomka. Odlomci trebaju imati najmanje pet, a najviše 15 redaka.

Nije primjereno označavati i naglašavati riječi ili izraze kosim slovima / kurzivom (*italic*), osim kada se radi o stranim riječima za koje ne postoje hrvatske inačice (npr. „...korištenjem virtualnih naočala i *joysticka*...“). Fusnote se rabe samo za dodatna pojašnjenja osnovnoga teksta, upućivanje na članke i stavke propisa, a ne za navođenje izvora. Iznimno, fusnote se mogu koristiti za naznaku internetskih izvora za koje nije moguće sa sigurnošću utvrditi autora ili izdavača, na način da se navede: Naslov glavne stranice. *Naslov stranice s koje je preuzet sadržaj*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja, npr. 15. 2. 2019.). Fusnote se označavaju na dnu stranice, u kontinuitetu, kroz cijeli članak, arapskim brojkama počevši od 1, koristeći font Ariel veličine 8 pt.

Slike, grafikoni i tablice unose se unutar samoga teksta. Iznad slike, grafikona i tablice navodi se broj i naziv za koji treba koristiti font Ariel veličine 8 pt. Numeriranje se vrši u kontinuitetu arapskim brojkama (posebno slike, posebno grafikoni, posebno tablice). Izvori se navode ispod slika, grafikona i tablica, koristeći font Ariel veličine 8 pt, na način kako se navode izvori u popisu literature. Za slike, grafikone i tablice koje su djelo autora teksta to ne treba posebno navoditi, osim u slučaju originalnog prikaza koji je rezultat obrade podataka iz drugih izvora. U tom slučaju treba navesti izvore, a u nastavku naznačiti „obrada autora“. Na kraju rada ne treba sastavljati popis slika, grafikona i tablica.

Popis literature treba obuhvatiti sve korištene izvore i potpune podatke o djelima koja se spominju kao reference. Popis literature piše se bez broja poglavlja i dolazi na kraju rada (poslije Zaključka) pod nazivom Literatura. Literaturu treba numerirati i urediti abecednim redom prema prezimenu autora (ili izdavaču ako autor nije poznat) te kronološki za radove istoga autora. Internetske izvore naznačene u fusnotama navodi se na kraju popisa literature nakon naslova Internetski izvori. Internetske izvore treba numerirati i urediti abecednim redom prema naslovu glavne stranice, a na isti način na koji su navedeni u fusnotama. Font popisa literature treba biti Ariel, veličina 9 pt. Stil citiranja i referenciranja je detaljnije definiran u posebnoj uputi.

Upute za citiranje i referenciranje²

Citiranje i parafraziranje

U radovima treba dosljedno navoditi izvore, a naročito kada se citiraju i u cijelosti prenose fraze, rečenice i veći dijelovi teksta iz knjiga, članaka, pisama, elektroničke pošte, predavanja ili drugih izvora. Isto vrijedi i u slučajevima navođenja statističkih i drugih podataka, ali i definiranja pojmova, prikaza podjela, modela, teorija i koncepata, zaključaka i tvrdnji. To se jednako odnosi i na prepričavanje (parafraziranje). Za citiranje i parafraziranje unutar teksta primjenjuju se sljedeća pravila.

Izravno referenciranje

Kod izravnog referenciranja prezime autora spominje se u samom tekstu, a u zagradu se piše samo godina izdavanja djela bez točke. U slučaju citiranja, doslovno preneseni tekst stavlja se u navodnike (u hrvatskom jeziku prvi znak navodnika piše se dolje, drugi znak gore), a na kraju rečenice u zagradi se navodi i broj stranice bez točke. Na primjer:

Buble (2006) smatra da vizija upućuje na ono što poduzeće želi postići u budućnosti.

Opisujući razloge utvrđivanja vizije Buble (2006) naglašava mogućnost da ona djeluje na usmjeravanje zaposlenika.

Buble (2006) tvrdi da vizija „daje odgovor na pitanje što poduzeće želi ostvariti u budućnosti“ (str. 121).

Opisujući razloge utvrđivanja vizije Buble (2006) naglašava da je ona „stoga usmjeravajuća sila energije zaposlenika u određenom smjeru“ (str. 121).

Neizravno referenciranje

Kod neizravnog referenciranja prezime autora i godina izdavanja djela bez točke pišu se u zagradama na kraju rečenice, odnosno dijela teksta na koji se odnosi. Točku na kraju rečenice treba staviti nakon zgrade. U slučaju citiranja unutar zgrade navodi se i broj stranice bez točke. Na primjer:

Vizija upućuje na ono što poduzeće želi postići u budućnosti (Buble, 2006).

Vizija „daje odgovor na pitanje što poduzeće želi ostvariti u budućnosti“ (Buble, 2006, str. 121).

Ostale upute za referenciranje

Ako djelo koje se citira ili parafrazira ima dva ili tri autora, navode se prezimena svih autora. Na primjer:

„Osnovno shvaćanje dizajna kod većine ljudi, odnosi se na estetiku“ (Antoljak i Kosović, 2018, str. 18).

² Izrazi koji se koriste u ovoj uputi, a imaju rodno značenje, odnose se jednako na muški i ženski rod.

„Ljudi imaju gotovo neograničene želje, ali ograničene resurse“ (Kotler, Bowen i Makens, 2010, str. 15).

Ako djelo ima više od tri autora, najprije valja provjeriti jesu li imena autora navedena uz svako poglavlje u citiranoj publikaciji. Ako jesu, svako pojedino poglavlje valja u popisu literature i u tekstu referencirati kao zasebno djelo ovisno o broju autora poglavlja. Ako djelo ima više od tri autora, a imena autora nisu istaknuta uz pojedina poglavlja, niti su posebno istaknuti urednici, navodi se prezime prvog autora i dodaje „i sur.“, na primjer:

„Destinacija koja potencijalnim turistima ponudi više privlačnih vrijednosti u prednosti je pred drugim destinacijama“ (Čorak i sur., 2014, str. 19).

Ako djelo ima više autora čija imena nisu istaknuta uz pojedina poglavlja, a na vanjskoj ili unutarnjoj naslovnici su istaknuti urednici, ne primjenjuje se prethodno navedena uputa već se navodi prezime, ili prezimena, urednika i dodaje „ur.“, na primjer:

„Destinacijske menadžment kompanije nude niz koristi kupcima, a onda i krajnjim korisnicima usluga“ (Čorak i Trezner, ur., 2014, str. 17).

Ako nisu poznati autori niti urednici, a poznat je izdavač, umjesto prezimena autora navodi se naziv izdavača. Ukoliko se radi o propisima, navodi se naziv službenog glasila. Na primjer:

„Srednje godišnje količine oborina u Republici Hrvatskoj kreću se između 600 mm i 3500 mm“ (Državni zavod za statistiku, 2018, str. 40).

„Prekogranični potencijal tržišta putovanja u paket-aranžmanima u Uniji trenutačno nije u cijelosti iskorišten“ (Službeni list Europske unije, 2015, str. 2).

Pravilima koja reguliraju pružanje usluga u turizmu predviđeno je da poslovnica turističke agencije mora biti zasebna poslovna cjelina (Narodne novine, 2017).

Ako se citiraju članci iz medija u kojima su umjesto autora poznati samo inicijali autora ili naziv medijske agencije, navode se inicijali autora ili naziv medijske agencije te godina izdavanja. Na primjer:

Ministar turizma najavio je strože inspekcijske nadzore ove sezone (R. I., 2019).

„Neizvjesnosti izazvane Brexitom i globalnim trgovinskim sukobima smanjile su kod njemačkih građana u ovoj godini želju za putovanjima unutar Njemačke, pokazalo je najnovije istraživanje“ (Hina, 2019).

Ako se u radu češće citiraju pojedine odredbe propisa ili je potrebno precizno navesti članak i stavak propisa, moguće je odstupiti od ranije navedenog pravila. U tom slučaju propisi se kao izvori navode u fusnoti, a mogu se koristiti i uobičajene kratice za naziv zakona i službeni list. Na primjer:

Čl. 15., st. 1. Zakona o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine 130/17

Čl. 15., st. 1. ZPUT-a, NN 130/17

Ako se kao izvor pojedinog propisa koriste mrežne stranice koje objavljuju pročišćene verzije propisa, one se također referenciraju u fusnoti, na način da se navede: Naslov glavne stranice. *Naslov stranice s koje je preuzet sadržaj*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja). Na primjer:

Zakon.hr. *Zakon o obveznim odnosima, pročišćeni tekst zakona NN 35/05, 41/08, 125/11, 78/15, 29/18*. Preuzeto s <https://www.zakon.hr/z/75/Zakon-o-obveznim-odnosima> (21. 8. 2019.)

Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma. *Zakon o pružanju usluga u turizmu – neslužbeno pročišćeni tekst*. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/190410_ZoPUT.docx (23. 12. 2019.)

Ako je izvor mrežna stranica na kojoj se ne može sa sigurnošću utvrditi autor ili izdavač, izvor se navodi u fusnoti, na način da se navede: Naslov glavne stranice. *Naslov stranice s koje je preuzet sadržaj*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja). Na primjer:

Visit Karlovac. *Kako je nastao i rastao Karlovac*. Preuzeto s: <https://visitkarlovac.hr/karlovac-nekad/> (18. 7. 2019.)

Ako se izvor koji se navodi u fusnoti ponavlja više puta, umjesto ponovnog navođenja svih podataka, u fusnotu se može staviti naznaka „ibid.“ nakon koje treba upisati brojčanu oznaku fusnote u kojoj su prethodno navedeni podatci o izvoru.

Izrada popisa literature

Popis literature obvezno obuhvaća sve korištene izvore i potpune podatke o djelima koja se spominju u referencama u tekstu. Popis literature ne treba razvrstavati na pojedine vrste djela. Izvore treba numerirati i urediti abecednim redom prema prezimenu autora (ili izdavaču ako autor nije poznat) te kronološki za radove istoga autora. Ukoliko se navodi više djela istoga autora objavljenih u istoj godini u popisu literature i kod referenciranja u tekstu se nakon godine izdavanja redom dodaju mala slova (npr. 2018a, 2018b i tako dalje). Ukoliko godina izdavanja nije poznata, umjesto godine navodi se kratica „n. d.“ (nije dostupno).

Internetske izvore naznačene u fusnotama, a za koje se ne može sa sigurnošću utvrditi autor ili izdavač, navodi se na kraju popisa literature, nakon naslova Internetski izvori, a na način da se navede: Naslov glavne stranice. *Naslov stranice s koje je preuzet sadržaj*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja). Internetske izvore treba zasebno numerirati i urediti abecednim redom prema naslovu glavne stranice.

Za referenciranje knjiga navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina izdavanja). *Naslov: Podnaslov*. Izdanje (samo u slučaju da se ne radi o prvom izdanju). Mjesto izdavanja: Izdavač.

Primjer za djelo jednog autora:

Valčić, M. (2018). *Turizam i kultura*. Zagreb: Naklada Jurčić d. o. o.

Primjer za djelo dvaju ili triju autora:

Kotler, P., Bowen, J. T. i Makens, J. C. (2010). *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*. Zagreb: Mate d. o. o.

Primjer za djelo četiriju ili više autora:

Čorak, S. i sur. (2014). *Osnove turizma: udžbenik u drugom razredu srednje strukovne škole za zanimanje ekonomistica/ekonomist*. Zagreb: Školska knjiga d. d.

Primjer za djelo gdje nije poznato ime autora već se navodi izdavač:

Državni zavod za statistiku. (2018). *Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2018*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.

Primjer za djelo u kojemu se navode urednik ili urednici umjesto autora:

Čorak, S. i Trezner, Ž., ur. (2014). *Destinacijske menadžment kompanije DMK: Priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa*. Zagreb: Hrvatska turistička zajednica.

Primjer za djelo koje nije objavljeno u tiskanoj inačici pa je potrebno navesti poveznicu na točnu mrežnu stranicu i datum pristupa:

Trezner, Ž. (2019). *Odgovorno poduzetništvo u suvremenom turizmu: Priručnik za razvoj novih turističkih proizvoda i pokretanje poduzetničkog pothvata*. Solin: Grad Solin. Preuzeto s: http://www.solin.hr/euprojekt/RiTour/Priru%C4%8Dnik_Odgovorno%20poduzetni%C5%A1tvo%20u%20suvremenom%20turizmu.pdf (23. 12. 2019.)

Za referenciranje poglavlja u knjigama navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina izdavanja). Naslov poglavlja: podnaslov. U: prezime i inicijal(i) imena urednika (ur.), *Naslov knjige: podnaslov* (početna-završna stranica rada). Mjesto izdavanja: Izdavač.

Primjer za djelo jednog autora (za više autora primjenjuju se ista pravila navođenja imena autora kao i za knjige):

Bakija, K. (2012). Uloga računovodstva za donošenje poslovnih odluka u praksi turističkih agencija. U: Trezner, Ž. (ur.), *Računovodstvo u poslovanju turističkih agencija* (105-162). Zagreb: UHPA.

Za referenciranje članaka iz tiskanih znanstvenih i stručnih časopisa navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina izdavanja). Naslov članka. *Naslov časopisa unutar kojega se članak nalazi*, oznaka sveska/godišta/volumena (broj), str. početna-završna stranica članka. U slučaju da je riječ o članku preuzetom s relevantne baze podataka (Hrčak, Emerald...), s mrežne stranice izdavača ili autora, a radi se o elektroničkom prikazu tiskane verzije, postoje svi bibliografski podatci i tekst je istovjetan tiskanom, navodi se kao tiskana inačica.

Primjer za djelo jednog autora (za više autora primjenjuju se ista pravila navođenja imena autora kao i za knjige):

Marin, J. (2019). Primjena Zakona o pružanju usluga u turizmu – što je novo za pružatelje i korisnike usluga paket-aranžmana i povezanih putnih aranžmana. *Poredbeno pomorsko pravo*, 58 (173), str. 151-208.

Za referenciranje članaka iz elektroničkih znanstvenih i stručnih časopisa navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina izdavanja ako je dostupna). *Naslov: podnaslov*. Nakladnik / izdavač (u tradicionalnom smislu ili organizacija odgovorna za održavanje stranice na internetu ako je poznato). Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja).

Primjer za djelo jednog autora (za više autora primjenjuju se ista pravila navođenja imena autora kao i za knjige):

Domijan, I. (2019). *Čimbenici uspjeha participacije privatnog sektora u vodoprivredi*. Sveučilište u Mostaru, Građevinski fakultet. Preuzeto s: <https://e-zbornik.gf.sum.ba/> (23. 12. 2019.)

Za referenciranje članaka iz zbornika radova navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina izdavanja). Naslov rada: podnaslov. U: prezime i inicijal(i) imena urednika (ur.), *Naslov zbornika*: Vol. xxx. (broj sveska ako postoji) *Podnaslov zbornika* (str. početna-završna stranica rada). Mjesto i izdavač, ako postoji. U slučaju da je riječ o članku preuzetom s relevantne baze podataka (Hrčak, Emerald...), s mrežne stranice izdavača ili autora, a radi se o elektroničkom prikazu tiskane verzije zbornika, postoje svi bibliografski podatci i tekst je istovjetan tiskanom, navodi se kao tiskana inačica. Ako se radi o elektronički objavljenom zborniku, primjenjuju se ista pravila kao i za elektroničke časopise.

Primjer za djelo jednog autora (za više autora primjenjuju se ista pravila navođenja imena autora kao i za knjige):

Trezner, Ž. (2010). Destinacijske menadžment kompanije i ruralni turizam. U: Katica, D. (ur.), 2. *hrvatski kongres o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem: zbornik radova* (str. 461-468). Zagreb: Hrvatski farmer d. d.

Za referenciranje skripta, završnih ili diplomskih radova i disertacija navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (godina). *Naslov: Podnaslov* (vrsta rada). Mjesto izdavanja: ustanova. Svi radovi preuzeti u elektroničkom obliku s relevantnih repozitorija ili mrežnih stranica ustanova referenciraju se kao tiskane inačice.

Primjer za djelo jednog autora (za više autora primjenjuju se ista pravila navođenja imena autora kao i za knjige):

Kasunić, A. (2014). *Stari grad Dubovac* (diplomski rad). Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Za referenciranje propisa (direktiva, zakona, uredba i pravilnika) u tiskanim publikacijama navodi se sljedeće:

Naslov publikacije u kojoj je zakon objavljen (godina izdavanja). *Naziv propisa*. Mjesto izdavanja: nakladnik, oznaka sveska/godišta (broj), početna-završna stranica.

Primjer:

Narodne novine (2008). *Pravilnik o stručnom ispitu za vođitelja poslovnice*. Zagreb: Narodne novine, 50/2008, 1685-1688.

Za referenciranje propisa (direktiva, zakona, uredba i pravilnika) u elektroničkom izdanju navodi se sljedeće:

Naslov publikacije u kojoj je zakon objavljen (godina izdavanja). *Naziv propisa*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja). Ako se kao izvor pojedinog propisa koriste mrežne stranice koje objavljuju pročišćene verzije propisa (na primjer Zakon.hr, mrežne stranice pojedinih ministarstava), one se referenciraju u fusnotama i navode zasebno među internetskim izvorima.

Primjer:

Narodne novine (2008). *Pravilnik o stručnom ispitu za vođitelja poslovnice*. Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_50_1685.html (2. 12. 2019.)

Za referenciranje tekstova objavljenih u tiskanim medijima (novine, časopisi i sl.) navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (datum izdavanja). Naslov članka. *Naslov medija*. Početna-završna stranica članka. Ukoliko prezime i ime autora nisu navedeni, a navedeni su inicijali autora ili naziv medijske agencije, navode se inicijali ili naziv medijske agencije umjesto prezimena i imena autora.

Primjer:

Trezner, Ž. (18. 9. 2015.). Ministar turizma treba biti potpredsjednik Vlade za gospodarstvo. *Lider*. Str. 40.

G. G. (18. 9. 2015.). Instituti: Znanstvenici za moguća spajanja doznaju samo iz kuloara. *Lider*. Str. 14.

Za referenciranje tekstova objavljenih u elektroničkim medijima (portali, elektronički časopisi) navodi se sljedeće:

Prezime, inicijal(i) imena autora. (datum izdavanja ako postoji, ako nije dostupno navodi se „n. d.“). Naslov: podnaslov. *Naziv medija*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja). Ukoliko prezime i ime autora nisu navedeni, a navedeni su inicijali autora ili naziv medijske agencije, navode se inicijali ili naziv medijske agencije umjesto prezimena i imena autora.

Primjer:

Barišić, I. (21. 11. 2019.). Marković o kulturnom turizmu: Svi svjetski trendovi idu nam na ruku. *tportal.hr*. Preuzeto s: <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/markovic-o-kulturnom-turizmu-svi-svjetski-trendovi-idu-nam-na-ruku-20191121> (2. 12. 2019.)

Hina. (19.12.2019.). Nijemci ove godine išli manje na jednodnevne izlete. *index.hr*. Preuzeto s: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/nijemci-ove-godine-isli-manje-na-jednodnevne-izlete/2141454.aspx> (23. 12. 2019.)

R. I. (17. 4. 2019.). Ministar turizma najavio nikad strože inspekcije, cilj su mu mali iznajmljivači. *index.hr*. Preuzeto s: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ministar-turizma-njavio-nikad-stroze-inspekcije-cilj-su-mu-mali-iznajmljivaci/2079254.aspx> (23. 12. 2019.)

Za referenciranje tekstova objavljenih na internetu, a za koje se ne može sa sigurnošću utvrditi autor ili izdavač ili se kao izvor pojedinog propisa koriste mrežne stranice koje objavljuju pročišćene verzije propisa, navodi se sljedeće:

Naslov glavne stranice. *Naslov stranice s koje je preuzet sadržaj*. Preuzeto s: poveznica (datum preuzimanja).

Primjer:

Visit Karlovac. *Kako je nastao i rastao Karlovac*. Preuzeto s: <https://visitkarlovac.hr/karlovac-nekad/> (18. 7. 2019.)

Zakon.hr. *Zakon o obveznim odnosima, pročišćeni tekst zakona NN 35/05, 41/08, 125/11, 78/15, 29/18*. Preuzeto s <https://www.zakon.hr/z/75/Zakon-o-obveznim-odnosima> (21. 8. 2019.)

Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma. *Zakon o pružanju usluga u turizmu – neslužbeno pročišćeni tekst*. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/190410_ZoPUT.docx (23. 12. 2019.)

U svim slučajevima koji ovdje nisu izričito opisani te za referenciranje radova na engleskom jeziku preporučamo upute dostupne na: <https://apastyle.apa.org/>.

Instructions for Authors³

Terms of Publication and Submission of Papers

Proceedings of the International Congress of Historical Cities in Solin are electronic publications published by Solin Tourist Board. The works of congress participants as well as other interested authors who deal with the challenges of tourist valorisation and interpretation of cultural and historical heritage are published in the proceedings. The official languages of the congress and the proceedings are Croatian and English, and the authors themselves choose in which language they will write and submit a full text for publication in the proceedings and present it at the congress. The proceedings actively pursue a policy of open access to the full text of published works and other related content published in the proceedings with respecting copyright. Thus, the proceedings with all full texts of papers submitted for publication are published in open access on the congress website. The authors are advised to update a published version of the work on their personal web pages as well as institutional, thematic and other repositories.

Authors who are interested in participating in the congress and / or publishing the paper should submit an application containing: title of the paper in Croatian and English or only in English, authors' first and last names, abstract of the paper written in Croatian and English or English only and it should contain from 200 to 250 words and a short CV of at least one author written in Croatian and English or English language only with a range of 200 to 250 words. For participation in the Congress and for publication in the Proceedings in the current year, the application and the text of the paper must be submitted in accordance with the deadlines stated on the official website of the Congress or in the invitation to participate. The application and the text of the paper should be sent to: editorial@ihc-congress.com. The application and the text of the paper should be submitted as a Word document. The papers which arrive after the deadline or are not written in accordance with these instructions will not be submitted to the review process and will NOT BE PUBLISHED in the Proceedings in the current year.

Reviews and Classification of Papers

All papers undergo a review process of at least two reviewers. The papers received in the Croatian language are sent to domestic reviewers and the papers written in English language are submitted to at least one foreign reviewer. In case the first two reviews are contrary to the recommendation for publication, the paper undergoes a third review.

Reviewers evaluate the paper numerically and descriptively, suggest a category of paper and enter their remarks and comments. Based on the opinion of the reviewers, the editorial board submits proposals to the authors for amendments and corrections. After corrections and amendments have been made, the editorial board decides to publish only the abstract or the complete paper, and if the corrections and amendments are not in accordance with the recommendations of the reviewers, the editorial board

³ The terms used in this manual, which have gender meaning, apply equally to male and female.

reserves the right to refuse publication of the paper. Ratings, suggestions, remarks, comments as well as the identity of the reviewers of each paper are known only to the editorial staff.

The papers will be categorized into one of the following categories: scientific paper or expert article. The editorial board determines the category of work that is published in the heading of the article based on the opinion of the reviewers. Scientific paper – represents a scientific work that presents new results of scientific research published for the first time and new, still unknown facts, insights and theories that represent a contribution to science. Scientific articles are further classified into: original scientific paper, short communication, preliminary communication, and review article. Expert article – contains useful contributions describing their own work and practical experience to convey information. The focus is on the application of already known knowledge and the dissemination and practical application of existing knowledge. Other contributions are published in the proceedings and particularly meeting abstracts.

Responsibility of Authors

The attitudes expressed by the authors in the proceedings cannot be linked to the editorial board or the publisher. The authors individually guarantee the originality of their work, and that all publications used in the work are accurately cited and referenced in order to avoid plagiarism. The editorial board reserves the right to use software tools to verify the originality of the work. Authors are obliged to refrain from making unfair and deliberately inaccurate claims. Possible conflicts of interest should be clearly indicated in the paper. The authors take full responsibility for any damage resulting from the unauthorized and inappropriate use of copyrighted material.

In case of justified request of the interested expert and scientific public, the editorial board reserves the right to request the author to submit the processed data in the paper, all in order to enable verification of the research results. The author who makes the application for participation in the congress and / or the publication of the paper in the proceedings is responsible for the inclusion of all authors, for correspondence and coordination between the journal and the authors, and assumes responsibility for informing all authors about the rights and obligations arising from publishing the work in the proceedings.

Instructions for writing and formatting texts

Above the article title, you must write the name(s) of each author (Ariel 12 pt.) in a separate line and left-aligned. Other information by the author and co-author of the paper, such as acronyms of academic title and degree, vocation, institution, and e-mail should be given in a footnote (8 pt. font Ariel). Authorship should cover only those who have significantly contributed to the work and will be cited as co-authors. Information on student thesis tutors should be provided separately in the footnote, they should not be mentioned as co-authors. The title of the article should be written in Croatian and English or only in English in 18 pt. font Ariel, aligned left, without indentation. A summary of the article in Croatian and English in extent of 200 to 250 words in English should be placed after the title at the beginning of the paper. The abstract font should be Ariel, size 9 pt., aligned on both sides. The summary is written in one paragraph. Below the summary should be 3 - 6 keywords in Croatian and English or English only.

Article text should be written using Ariel font, 10 pt., line spacing 1.5. Text should be aligned on both sides, written from the beginning of the line (without indenting the first line of the paragraph), with margins: top 2.5 cm, bottom 2.5 cm, left 2.5 cm, right 2.5 cm, 0 cm (gutter) binding space, 1.25 cm header, 1.25 cm footer, paper orientation: portrait. The paragraphs should be separated by 0 pt. before and 6 pt. after. You do not need to separate paragraphs using the *Add space before / after paragraph* command. The scope of work should not exceed one author's sheet (16 pages, 30,000 characters, including whites).

Chapter headings should be short and straightforward and numbered in Arabic numerals. Chapters may also have subchapters numbered with 2 or 3 digits (example: 1; 1.1; 2; 2.1; 2.1.1, etc.) and not more than that. There is no need to use the *Numbering command* with automatic countdowns. Chapter headings should be written using the 12 pt. Ariel font in bold, and the rest of the subheadings should be 10 pt. Ariel font in bold. Headings are left aligned, without indentation. To separate the titles of chapters and subchapters, there should be a space of 12 pt. before and 6 pt. after. After the title of the chapter, and before the title of the first subchapter, one to two paragraphs should be written indicating the structure of the chapter in the following subchapters. Keep in mind that subchapters have to be meaningful entities and they must have at least three paragraphs. Paragraphs should be at least five and at most 15 lines long.

It is not appropriate to highlight and emphasize words or expressions in italics, except for foreign words for which there are no Croatian counterparts (e.g. "...korištenjem virtualnih naočala i *joysticka*..."). The footnotes are used only for further clarification of the basic text, for reference to articles and regulations, and not for citing sources. Exceptionally, the footnotes may be used to indicate the Internet sources that cannot identify the author or publisher, by stating: The title of the main page. *The title of the page from which the content was downloaded*. Retrieved from: [link](#) (download date, e.g. February 15, 2019). Footnotes are marked at the bottom of the page, continuously, throughout the article, in Arabic numerals starting at 1, using the 8 pt. Ariel font.

Images, charts and tables are imported in the text itself. Above the image, chart and table are the number and name for which the 8 pt. Ariel font should be used. The numbering is done continuously by Arabic numerals (images, tables and charts respectively). The sources are listed below the images, charts and tables, using the 8 pt. Ariel font, the same way the sources in reference list are listed. For images, charts and tables that are the work of the author, this need not be specifically mentioned, except in the case of the original display resulting from the processing of data from other sources. In this case, the sources should be cited, followed by "author's processing". At the end of the work it is not necessary to compile a list of images, charts and tables.

The reference list should include all sources used and complete information on the works cited as references. The reference list is written without a number of chapters and comes at the end of the paper (after the Conclusion) under the name References. References should be numbered and arranged alphabetically by the author's surname (or publisher if the author is unknown) and chronologically for the same author's works. The online sources indicated in the footnotes are listed at the end of the reference list after the heading Web sources. Web sources should be numbered and arranged

alphabetically according to the title of the main page, in the same way as they are indicated in the footnotes. Reference list font should be Ariel, size 9 pt. For citation and references in the English language we recommend the instructions available at: <https://apastyle.apa.org>.

