



**ZBORNIK RADOVA  
MEĐUNARODNOG KONGRESA  
POVIJESNIH GRADOVA**

INTERNATIONAL  
HISTORIC CITIES CONGRESS  
BOOK OF PROCEEDINGS







**Turistička zajednica Grada Solina**

*Solin Tourist Board*

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



God./Vol. 3. Br./No. 1/2021

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. Marija Dejanović, Nin; mr. sc. Sanjin Mihelić, Zagreb;  
Jelena Stupalo, dipl. ing., Solin; dr. sc. Marija Valčić, Zagreb

*Recenzenti / Reviewers:*

dr. sc. Lorena Bašan; Silvana Blazhevska, PhD; dr. sc. Nikolina Borčić; Helena Cvikl, 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

*Prijevod i lektura / Translation and proofreading:*

ABC STRANI JEZICI

*Lektura/Proofreading:*

Ivačica Šebalj, prof.

*Dizajn naslovnice / Cover design:*

Silvana Škopljanac, Tiratura d. o. o.

## Sadržaj

<b>Uvod</b> .....	1
<b>Introduction</b> .....	2
<b>Prezentirani radovi na konferenciji</b>	
Rebecca Allen: Monumental Messages – Historical Etiquette Taught by Cultural Symbols .....	4
Lorena Bašan, Jelena Kapeš, Lea Brolich: Identifying priorities for the cultural tourism offering using importance-performance analysis: The case of Dubrovnik .....	14
Silvia Bekavac, Željko Miletić: Live, reign, rule – revitalization of the Church of Our Lady of Health in Gornja Brela .....	28
Santa Duvnjak, Nera Janković: Idejna prezentacija arheološkog lokaliteta Resnik s ciljem popularizacije arheološke baštine i turističke valorizacije .....	41
Toni Guberina: Uloga kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma na primjeru grada Šibenika .....	51
Ilija Horst Dugandžić, Matea Hanžek: Co-creating baroque experiences: The case of Poreč historical festival Giostra .....	66
Antea Ivković, Marija Kačunko: Tematski park „Poljička republika” – specifični model valorizacije povijesnog nasljeđa .....	76
Jelena Špika, Ana Sičenica, Inovativni pristup valorizaciji i upravljanju povijesnim lokalitetom rimskog vojnog logora Burnum .....	89
Ivana Tomičić, Iris Mihajlović: Ruđer Bošković – emotivna i materijalna nadogradnja bogate, znanstvene i kulturne prošlosti grada Dubrovnika .....	104
Ante Trutanić, Petra Mandac: Uloga mitova i legendi u formiranju turističke ponude otoka Brača .....	128
<b>Sažetci s predavanja</b>	
Goran Ćorluka: Prekomjerni turizam na lokalitetima kulturno-povijesne baštine – kako izbjeći i pronaći optimalnu mjeru .....	144

Rossella Del Prete: Kulturna baština i turizam: slučaj Beneventa (Italija).....	146
Marija Domikulić: Povijest u budućnosti .....	148
Katarina Đurđević: Dvorac Pejačević .....	150
Minou Esquenet: Interakcija turizma i zaštite kulturne baštine u Brugesu, gradu svjetske baštine .....	152
Dunja Kadrić: Kulturno-turistički itinerer „Tečaj klapskog pjevanja” – od ideje do turističkog proizvoda .....	154
Vladan Krečković: Virtualna realnost (360VR) i Put rimskih careva i dunavska vinska ruta .....	156
David Matković: Obnova i valorizacija kulturne baštine Motovuna u funkciji održivog razvoja turističkog dragulja unutrašnjosti Istre .....	158
Petra Skelin Giljanović, Goran Pavlov: Uloga digitalnog prepričavanja u turizmu – CCI4TOURISM i KAŠTELA NATIVES .....	160
Marko Španjol: Uloga tematskih muzeja u povijesnim gradovima – doprinos Muzeja čokolade Zagreb lokalnoj sredini i turističkoj ponudi .....	162
Jelena Toth: Špancirfest u funkciji održivog turizma .....	164
<b>Upute za autore</b> .....	<b>166</b>
<b>Instructions for Authors</b> .....	<b>176</b>

## Uvod

Usprkos prvim znakovima normalizacije turističkih kretanja tijekom ljetnih mjeseci i 2021. godinu obilježila je pandemija bolesti COVID-19. Postalo je sasvim uobičajeno živjeti s „novim normalnim“. Iako je Međunarodni kongres povijesnih gradova održan ponovno u jesenskom terminu kao i 2020. godine, uz primjerene epidemiološke mjere sva su kongresna događanja održana u Hotelu President u Solinu. Tako su brojni dionici u turizmu iz Hrvatske i inozemstva pod geslom *Meet, share and build* predstavili i raspravili različite teme vezane uz zaštitu i prezentaciju povijesnih lokaliteta i gradova te razvoj novih kulturno-turističkih proizvoda. Prijavljeni predstavnici jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica, turističkih agencija i vodiča, hotela, raznih ustanova, udruga, ali i tijela izvršnih vlasti s raznih razina mogli su ponovno pratiti kongresne sadržaje u izravnom kontaktu.

Kao i u godinama do sada, kongres je nastavio s ispunjavanjem svoje misije približavanja i prikazivanja dobre prakse uspješnih kulturno-turističkih destinacija u funkciji unapređivanja turističke ponude Solina stvarajući brojne koristi za širu stručnu i znanstvenu zajednicu u Hrvatskoj i inozemstvu. Uobičajene kongresne sadržaje kao što su predavanja i panel diskusije sudionici su prvenstveno pratili u izravnom kontaktu uz primjerene epidemiološke mjere. Tako su objavljeni i dobitnici ovogodišnje međunarodne 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. Nagrade su peti put zaredom dodijeljene u kategorijama najboljeg kulturno-turističkog proizvoda, najboljeg kulturno-turističkog itinerara i povijesnog grada/lokaliteta ili ustanove koji su se istaknuli aktivnostima zaštite i obnove kulturno-povijesne baštine.

Nakon pozitivnih iskustava u prethodnim godinama, nastavljeno je i s aktivnostima poticanja povezivanja teorije i prakse te mentorskog rada profesora sa studentima na izradi stručnih i znanstvenih radova te dodjelom nagrade Plautila: za najbolji rad studenta/studenata i mentora u domeni turističke valorizacije kulturne baštine. Zato su radovi studenata i drugih zainteresiranih stručnjaka i znanstvenika prezentirani i na ovom kongresu. Logično, nastavljen je i rad na pripremi Zbornika radova s ciljem publiciranja radova zajedno sa sažetcima prezentacija s plenarnih predavanja. Tim Turističke zajednice grada Solina nije niti u tom pogledu posustao pred svim izazovima koje je donijelo teško pandemijsko vrijeme: uređeno je i objavljeno i ovo, treće godišće Zbornika radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova u Solinu.

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 i u pripremi ovog trećeg izdanja motivirala je domaće i strane recenzente te uređivački odbor u ovom izdavačkom pothvatu. Međutim, prilika koju su brojni mladi autori dobili za objavu svojih prvih radova u ovome zborniku, bila je velik poticaj za sve koji su u procesu publiciranja u ovim izazovnim vremenima sudjelovali. Tako će zasigurno ostati i u budućnosti pa je za sve zainteresirane otvoren poziv za prijavu radova za novi kongres u 2022. godini i za objavljivanje radova i sažetaka u četvrtom izdanju zbornika.

**Uredništvo**



## Introduction

Despite the first signs of normalization of tourist movements during the summer months, 2021 was also marked by the pandemic of the disease COVID-19. It has become quite common to live with the "new normal". Although the International Congress of Historic Cities was held again in the fall as well as in 2020, with appropriate epidemiological measures, all congress events were held at the Hotel President in Solin. Thus, numerous stakeholders in tourism from Croatia and abroad under the motto Meet, share and build presented and discussed various topics related to the protection and presentation of historical sites and cities and the development of new cultural and tourist products. Registered representatives of local self-government units, tourist boards, travel agencies and guides, hotels, various institutions, associations, but also executive authorities from various levels could once again follow the congress contents in direct contact.

As in previous years, the congress continued to fulfil its mission of approaching and presenting good practices of successful cultural and tourist destinations in order to improve the tourism offer of Solin, creating numerous benefits for the wider expert and scientific community in Croatia and abroad. The usual congress contents such as lectures and panel discussions were primarily followed by the participants in direct contact with appropriate epidemiological measures. This is how the winners of this year's Plautila international cultural and tourism award were announced, with the aim of encouraging 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 tourist products. The prizes were awarded for the fifth time in a row in the categories of the best cultural and touristic product, the best cultural and touristic itinerary and the historical city/locality/institution that stood out with the activities of protection and restoration of the cultural and historical heritage.

After the positive experiences in previous years, the activities of encouraging the connection of theory and practice and the mentoring work of professors and students on the creation of professional and scientific works and the Plautila award ceremony: for the best work of a student/students and mentors in the domain of tourism valorization of cultural heritage, continued. That is why the works of students and other interested experts and scientists were also presented at this congress. Logically, work continued on the preparation of the Proceedings with the aim of publishing the works together with summaries of the presentations from the plenary lectures. The team of the Tourist Board of the city of Solin did not falter in this respect even in the face of all the challenges brought by the difficult pandemic time: this, the third volume of Proceedings of the International Congress of Historic Cities in Solin, was also edited and published.

Proceedings of the International Congress of Historic Towns in Solin is an electronic publication published by the Tourist Board of the town of Solin once a year. The proceeding primarily publishes peer-reviewed complete works of congress participants, but also of other interested authors who, in a professional or scientific sense, deal with the challenges of tourism valorization and interpretation of cultural-historical heritage, as well as summaries of presentations from plenary lectures. The passion of the congress organizers and participants, their orientation towards excellence and progress in the preparation of this third edition motivated the domestic and foreign reviewers and the editorial board in this publishing venture. However, the opportunity that many young authors have received to publish their first works in these proceedings was a great incentive for everyone who participated in the publishing process in these challenging times. It will certainly remain so in the future, therefore, a call for applications of works for the new congress in 2022 and for the publication of works and summaries in the fourth edition of the proceedings is open for all those interested.

**Editorial Board**

## **Prezentirani radovi na konferenciji**

Expert article

Submitted: September 15<sup>th</sup>, 2021

Accepted: December 28<sup>th</sup>, 2021

UDK: 394:725.945(497.583Split)

**Rebecca Allen<sup>1</sup>**

## **Monumental Messages – Historical Etiquette Taught by Cultural Symbols<sup>2</sup>**

### **Abstract**

Split, Croatia is a city located on the Adriatic Sea. It is a city rich with cultural tangible and intangible heritage. Visitors in the old town are free to view the ancient architecture and monuments and to learn about the historic stories thru story's and legends. Split's contemporary culture, hidden from immediate view to tourists, includes conservative values and a strong connection to family and the church. Tourists who confuse the seaside location with a beach destination, sometimes behave outside of the expected cultural norms of the city. This questionable behavior continues to increase as Split struggles with the reality of over tourism. "Monumental Messages" is a project that brings Split's most popular monuments to life and combines bits of history and light-hearted but educational messages for tourists. The idea is that these messages will be delivered on posters and postcards placed at key locations throughout the city, addressing the issue of tourist etiquette thru a fun, non-threatening manner.

Keywords: tourist etiquette, Over tourism, Split Culture

---

<sup>1</sup> Rebecca Allen, student, Aspira College University, International management in hospitality and tourism; rebecca.allen@aspira.hr

<sup>2</sup> Mentor for this program mag. educ. hist. art., Petra Mandac, lecturer Aspira College University; petra.mandac@aspira.hr

## 1. Introduction – Keeping the Culture in Cultural Heritage

As a foreigner living in Split for seven years, during that time one can come to understand some of the unwritten customs of Croatian culture. Many of these cultural norms and expectations are in direct contrast with some tourist behaviors.

The center of “life” in Split is the Diocletian Palace and over the centuries, the palace inhabitants and later the citizens of Split adapted parts of the Palace for their requirements. The interior of the Palace, as well as the exterior walls, changed throughout the centuries. Even with all the changes, the outlines of the Palace are still visible. Split changed a lot with different cultures living there and sharing their ways of living and building. Today we have all this heritage as proof of centuries-long life in the city.<sup>3</sup>

Living very near Firule and Bacvice beaches one can see far too many women walking up Spinciceva Ulica, past grandmothers and professionals, in thong bikinis. Many of these women are accompanied by hairy-chested, shirtless men. You can encounter drugged and mugged and unconscious tourists when walking one’s dog in the morning around Firule beach. Some things that can be seen, cannot be put down in writing or in this paper-because they are things that shouldn’t be seen, in daylight or dark, and therefore should not be written.

When a location starts to teeter on the edge of overtourism, the liminal zone widens and bad behavior and the numbers of negative value and zero value tourists increase. It is for this reason that I have created a media campaign that will give subtle messages to tourists about how to behave. The more a person study’s tourism, it is clearer that attempts to manage over-tourism are necessary for the environment and the well-being of the people who live in popular tourist destinations like Split. It is time to take back the city for those who live here, such that tourism is beneficial to all and not a dreaded necessity for economic growth and survival.

This project will use the cultural monuments in Split speaking poems about the things they see from their static positions in the city. The purpose of this campaign will be to use short poems told by cultural icons speaking in a light-hearted manner in order to create awareness among guests visiting Split.

## 2. Croatian Culture

There are many elements to Croatian culture and etiquette, some of which are a part of global etiquette. It is often true that tourists forget etiquette and safety guidelines because they are on vacation. This paper will consider some basic offences by tourists and will leave severe criminal offenses to the police. One of the distinctions between Split, Croatia and some other destinations is that Split is a seaside town and not a beachside resort. While tourists visit the city, professionals and residents continue with their daily activities. As such, unruly tourists who disrobe, litter and have loud parties until the sun rises are not conducive to normal life routines.

---

<sup>3</sup> Marusic, F. (2020). UNESCO Heritage of Croatia: Historical Complex of Split with Palace of Diocletian. Retrieved from: <https://www.total-croatia-news.com/travel/43448-palace-of-diocletian> (10. 9. 2021)

The following are excerpts from Cultural Atlas Croatia:

“Basic Etiquette:

People tend to dress neatly and modestly. Wearing overly casual clothing in public may be considered inappropriate.

Honour and Family:

Honour is an important principle in Croatian culture and is closely related with family values. Making personal sacrifices to benefit one's family is highly regarded. One example is the large value placed on spending time with family members, with the common perception being that weekends are to be reserved for 'family time' and business is expected to not interfere with family affairs. Another example is the reverence afforded to the elders of a family or community. Among Croatians, there is a general expectation that the elderly receive a high level of respect and are taken care of by their family members. The oldest in the family are often seen as a knowledgeable source of information on culture, traditions and history and thus should be honoured.” (IES, 2021).

### 3. Signs of Over Tourism in Split

The following are some of the indicators of over tourism in Split:

- Increase in cost of affordable housing
- Decrease in availability of affordable housing
- Heavy burden on community infrastructure (parking, garbage/pollution, traffic)
- Lack of government effort to care for citizens/environment

The 2021 Tourist Season was plagued by lack of accommodation for tourists that arrived by all means of transport to Split, Croatia. News stories and gossip of rooms being cancelled and resold, overpriced taxi rides and bad behavior on *Bačvice* beach filled the papers and social media channels<sup>4</sup>.

The predominant fashion trend amongst many tourists was bathing suits and shoes in all parts of the city-indoors and outdoors.<sup>5</sup>

#### 3.1. Types of Tourists Observed in Split

Based on observations over the last 8 summers (2014 – 2021), the following categories for tourists in Split have been created for this paper.

Negative and Zero Value Tourists

- Spend little or no money

---

<sup>4</sup> Based on: Cost of Living in Split (2021). Retrieved from: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Split> (10. 9. 2021)

<sup>5</sup> Civilna zaštita i policija mladima sinoć onemogućili ulaz na Bačvice. Slobodna Dalmacija. Retrieved from: <https://slobodnadalmacija.hr/split/civilna-zastita-i-policija-mladima-sinoc-onemogucili-ulaz-na-bacvice-ivosevic-split-je-u-sezoni-glavni-grad-hrvatske-i-trebaju-nam-policijci-iz-drugih-uprava-1116202> (10. 8. 2021)

- Use public space and infrastructure
- Push the limits of accommodation space (8 people in a space for 6, etc.)
- Break the law
- Prey on the lack of law enforcement in Split
- Possess low environmental consciousness.
- Possess low social consciousness.

#### Basic Tourist

- Pays for basic accommodation
- Short stay 1-2 days
- Eats occasionally at a restaurant
- Low to moderate participation in tourism offerings
- Enjoys public space (sea, city, etc)
- Follows basic common sense and laws

#### High Value Tourist

- Rents high value accommodation for at least 1-3 days or basic accommodation for over five days
- Eats at restaurants
- Participates in paid events and activities
- Tips service providers
- Socially conscientious and ecologically minded.

The distribution of these types of tourists in Split is hard to determine because the only measures currently available are 1) the gross number of tourists and 2) the number of overnight stays. The most noticeable tourists are the Negative and Zero Value Tourists because they take up space, are ecologically and culturally unaware.

Ideally, The City of Split could perform market research and marketing campaigns to determine tourist categories in Split. The data collected would support the creation of targeted marketing and social awareness campaigns and impose taxes and/or fines to deter the Negative and Zero Value tourists. (See Appendix 1).

Appendix 1

Market Research Survey Example

Please choose the phrase that best describes your impression of Split:

- a. Outstanding cultural destination
- b. Great place for partying
- c. Family friendly and entertaining for kids
- d. Good for one night stopover destination
- e. Desirable location for week long holiday
- f. Crowded and expensive destination
- g. Excellent place to park my car and sleep near the beach

What is your age range?

- a. 18-25
- b. 25-35
- c. 35-45
- d. 45-60
- e. 60+

What is the reason that you chose Split for your holiday?

- a. Cost effective and affordable destination
- b. Cultural tourism
- c. Sports tourism
- d. Medical tourism
- e. Lenient entry policy
- f. Proximity to sea and nature
- g. One stop on a bigger tour of Croatia

What is your daily budget apart from transportation to arrive in Split?

- a. +/- 50 Euros per day
- b. 50-100 Euros per day
- c. 100-250 Euros per day
- d. 250-500 Euros per day
- e. 500+ Euros per day

How many nights will you/did you spend in Split?

Will you visit Split again in the next two or three years?

- a. Yes
- b. No

Source: done by author Allen, Rebecca. March 2021.

The following is a marketing campaign specifically targeted toward all visitors of Split to increase awareness of cultural norms in our city. This campaign can be wide ranging including post cards, posters, billboards and social media posts.

The Monumental Messages can include other monuments or historical figures from Split. The early campaign focuses on the most popular monuments.

## **5. Monumental Messages Characters**

### **5.1 Gregory of Nin (Grguru Ninski) – Historical Significance**

Text Name: (Grg926)

Location: Golden Gate Diocletian's Palace

Gregory of Nin was a medieval bishop of Nin who strongly opposed the pope. He introduced the Croatian language in the religious services after the Great Assembly in 926, according to traditional Croatian historiography. Until that time, services were held only in Latin (being under the jurisdiction of Roman influence before the Great Schism), not being understandable to a majority of the population. Not only was this important for Croatian language and culture, but it also made Christianity stronger within the Croatian kingdom<sup>6</sup>.

### **5.2 Marko Marulic – Historical Significance**

Text Name: (MM Poet)

Location: Fruit Square Split

Marko Marulic (Marulus) is known as the "father of Croatian literature" (born in Split, 1450-1524). He was the most famous spiritual writer of his time in Europe, and also the first who defined and used the notion of psychology, which is today in current use. His body of work is vast and was very influential in Europe.<sup>7</sup>

### **5.3 The Sphinx with head and bowl – Historical Significance**

Text Name: Sphinx!

Location: Peristyle Diocletian's Palace

Twelve sphinxes were brought to Split after Diocletian put down a rebellion in Egypt somewhere around the year 297. Unfortunately, only one survived and is now standing at the Peristyle. The sphinx on the Peristyle is made of black granite. It dates back to the period of pharaoh Tuthmosis III who lived from 1479 until 1425 BC. She holds a vessel for offerings in her hands. The other sphinxes were destroyed and beheaded. It is unknown why this Sphinx survived. She has been watching from her post for thousands of years and deserves the utmost respect.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Zubrinic, D. Croatian Humanists, Ecumenists, Latinists, and Encyclopaedist. Retrieved from: <http://www.croatianhistory.net/etf/lat.html> (10. 8. 2021)

<sup>7</sup> Ibid

<sup>8</sup> Diocletian's Palace Sphinx - Split, Croatia. Retrieved from: [https://www.waymarking.com/waymarks/WMMD44\\_Diocletians\\_Palace\\_Sphinx\\_Split\\_Croatia](https://www.waymarking.com/waymarks/WMMD44_Diocletians_Palace_Sphinx_Split_Croatia) (10. 8. 2021)



Image 1. Group Chat on Discord Private Monument Group and Postcard Examples

MMPoet to Grg926: Grg. Hello? You there Grg?

Grg926: Hello MMPoet. I am just resting my foot.

MMPoet: I fear we are being invaded by some faraway tribe.

Grg926: I fear the same. What do you see there?

MMPoet: A female warrior, barely dressed, accompanied by a male warrior, also barely dressed.

Grg926: I saw the same yesterday.

MMPoet to Sphinx!: Good Day Sphinx. How are you?

MMPoet: Sphinx?

Lion: She has been captured by a strange creature that is flapping in the wind. It is stuck over her head. She cannot see very well.

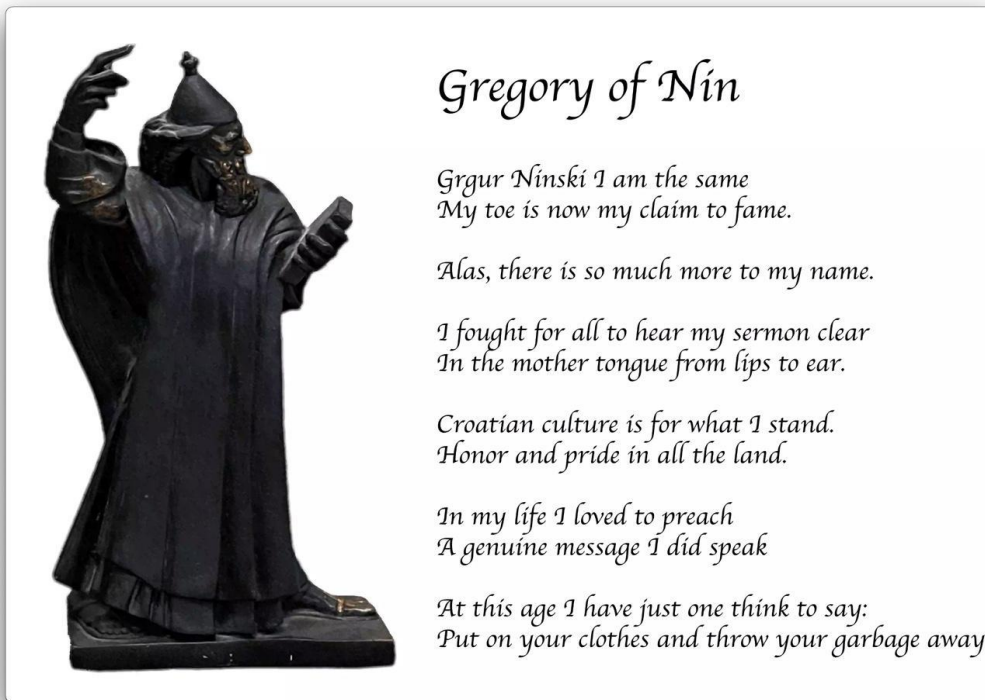
Sphinx!: I am here. A broomholder removed the creature. Those undressed people are tourists. They have come to see our city and to enjoy the sea.

Grg to All: Should someone not tell them to cover themselves when they look upon our cultural heritage and our churches?

All: Hmmmm?

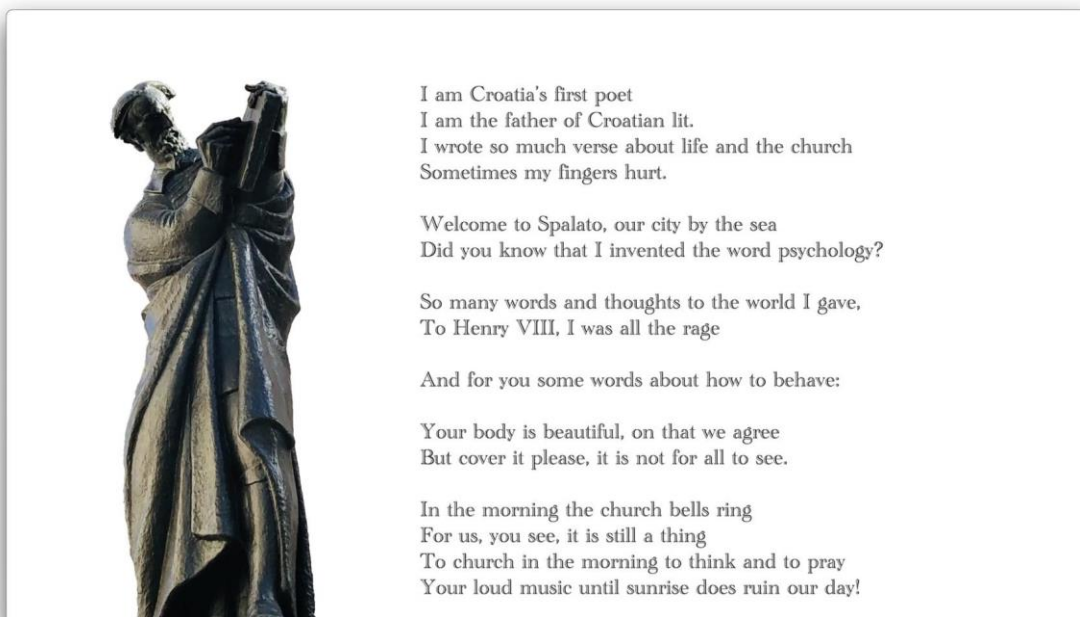
Source: done by author Allen, Rebecca. August 2021.

Image 2. Gregory of Nin



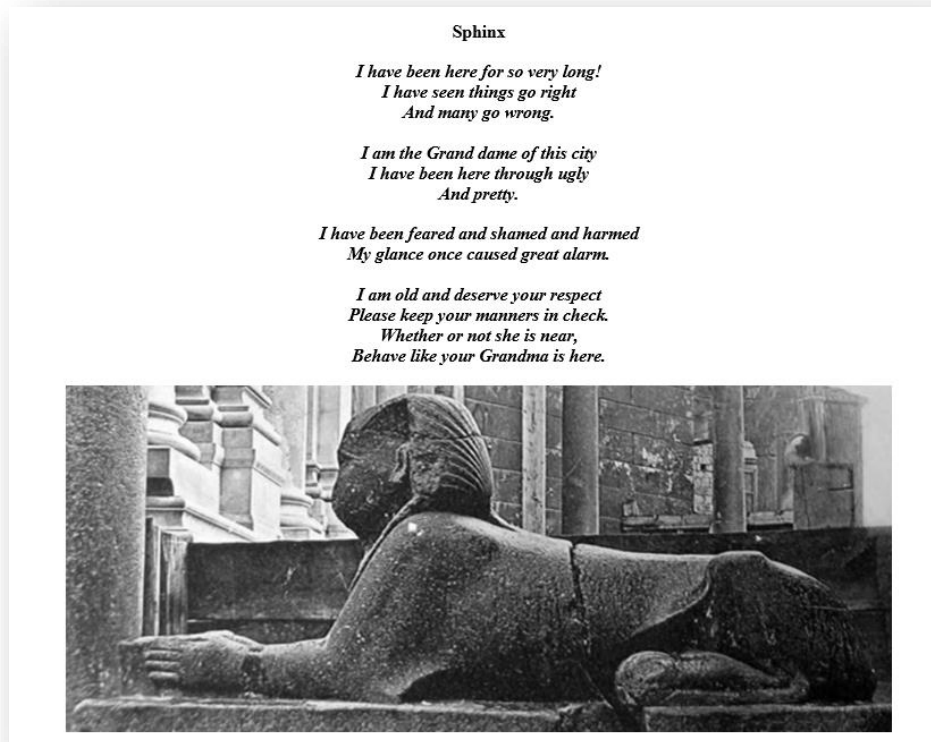
Source: done by author Allen, Rebecca. August 2021.

Image 3. Marko Marulic – Marko Marulus



Source: done by author Allen, Rebecca. August 2021.

Image 4. Sphinx



Source: done by author Allen, Rebecca. August 2021

## 6. Delivery of Messaging and Conclusion

Monumental Messages could be an excellent way to address some of the problems associated with over tourism and cultural degradation in Split, Croatia. The core concept can be expanded creatively and marketed expansively. For example, some buildings in the center are notoriously over filled with twenty somethings on inexpensive beach vacations, also the primary liquid consumed by the groups is alcoholic and one primary food source is potato chips. If the Monumental Messages could be applied in concert with beer labeling and food labeling the message could have wide distribution. Market research and a culturally supportive marketing campaign for the 2022 Summer Tourist Season in Split may help to improve the circumstances of the citizens who live and work in the city.

## References

1. Goodwin, H. (2019). *Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment*, *Tourismus Wissen – quarterly*. The Institute of Place Management at Manchester Metropolitan University, page 110-114.
2. Hrvatski Sabor NN 55/2013 (2013). *Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020*. Zagreb.
3. Marusic, F. (7. 5. 2020.). UNESCO Heritage of Croatia: Historical Complex of Split with Palace of Diocletian. *Total Croatia News*. Retrieved from: <https://www.total-croatia-news.com/travel/43448-palace-of-diocletian> (10. 9. 2021.)
4. Perković, I. (29. 7. 2021.). Civilna zaštita i policija mladima sinoć onemogućili ulaz na Bačvice. Ivošević: Split je u sezoni glavni grad Hrvatske i trebaju nam policajci iz drugih uprava. *Slobodna Dalmacija*. Retrieved from: <https://slobodnadalmacija.hr/split/civilna-zastita-i-policija-mladima-sinoc-onemogucili-ulaz-na-bacvice-ivosevic-split-je-u-sezoni-glavni-grad-hrvatske-i-trebaju-nam-policajci-iz-drugih-uprava-1116202> (10. 9. 2021.)
5. Simmonds, L. (15. 8. 2018.). Property Prices in Croatia Continue to Grow. *Total Croatia News*. Retrieved from: <https://www.total-croatia-news.com/lifestyle/30400-property-prices-in-croatia-continue-to-grow> (4. 8. 2021.)
6. Van Antwerp Fine, J., V. A. Fine, Jr. (1991). *The Early Medieval Balkans: A Critical Survey from the Sixth to the Late Twelfth Century*. University of Michigan Press, page 12-42.
7. Žubrinic, D. (1995). *Croatian Humanists, Ecumenists, Latinists, and Encyclopaedists*. Retrieved from: <http://www.croatianhistory.net/etf/lat.html> (10. 8. 2021.)

## Web sources

1. *Diocletian's Palace Sphinx – Split, Croatia*. Retrieved from: [https://www.waymarking.com/waymarks/WMMD44\\_Diocletians\\_Palace\\_Sphinx\\_Split\\_Croatia](https://www.waymarking.com/waymarks/WMMD44_Diocletians_Palace_Sphinx_Split_Croatia) (10. 8. 2021.)
2. Numbeo. *Cost of Living in Split*. Retrieved from: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Split> (10. 9. 2021.)
3. IES (2021). *The Cultural Atlas*. Retrieved from: <https://culturalatlas.sbs.com.au/>. (4. 9. 2021.)

## Sažetak

### Baština govori – kulturni bonton predložen kroz povijesne i kulturne simbole

Split je grad smješten na Jadranskom moru, bogat materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom. Posjetitelji starog grada mogu razgledati drevnu arhitekturu i spomenike te saznati više o povijesti grada kroz povijesne priče i legende. Suvremena splitska kultura, skrivena od neposrednog pogleda turista, uključuje konzervativne vrijednosti i snažnu vezu s obitelji i crkvom. Turisti koji miješaju mjesto uz more s određeništem na plaži, ponekad se ponašaju izvan očekivanih kulturnih normi grada. Ovo se upitno ponašanje nastavlja povećavati dok se Split bori sa stvarnošću, tj. odjecima masovnog turizma. Projekt Monumental Messages – Baština govori projekt je koji oživljava najpopularnije splitske spomenike i kombinirajući stvarne priče iz povijesti i vedre, ali poučne poruke za turiste. Ideja projekta je da se poruke plasiraju putem papirnatih medija u formi plakata i razglednicama postavljenih na ključna mjesta u cijelom gradu, adresirajući pritom problem turističkog bontona na mjestima kulture, na neprijeteći i veseo način.

Ključne riječi: kulturni bonton, masovni turizma, kultura grada Splita

Scientific paper  
Submitted: October 1<sup>st</sup>, 2021  
Accepted: December 28<sup>th</sup>, 2021  
UDK: 339.13:338.483.12(497.584Dubrovnik)

**Lorena Bašan<sup>1</sup>**

**Jelena Kapeš<sup>2</sup>**

**Lea Brolich<sup>3</sup>**

# **Identifying priorities for the cultural tourism offering using importance-performance analysis: The case of Dubrovnik**

## **Abstract**

Culture is one of the most important and ubiquitous elements of tourist activities, but cultural offering evaluation still represents a challenge due to a lack of theoretical consensus. This paper focuses on the evaluation of the main cultural tourism attributes of Dubrovnik. Like many other Mediterranean destinations, Dubrovnik struggles between cultural tourism and mass sun-and-sea tourism. This research emphasizes the tourists' perspective of tangible cultural heritage (TCH) and intangible cultural heritage (ICH) as core resources for cultural tourism. Therefore, the paper aims to: (1) identify priorities for the cultural tourism offering, (2) determine the influence of TCH and ICH on the overall tourist experience. Empirical research was conducted in 2020 in Dubrovnik using the survey method on a sample of 98 domestic tourists. To examine the gaps between attributes' importance and quality, importance-performance analysis (IPA), descriptive statistics, and the paired-sample t-test were used. The influence of cultural heritage on the overall tourist experience was tested using multiple linear regression analysis. The results show negative and statistically significant gaps between almost all considered attributes. The highest gap is detected for service and accessibility attributes, thus making them the priority for future improvements. The findings show that TCH significantly and positively influences the overall tourist experience. On the other hand, ICT has a statistically significant impact but does not enhance tourists' experience satisfaction. Despite the variety of ICT in Dubrovnik, the results indicate that it has not been fully implemented in the cultural offering and requires more detailed research. This study contributes to practice by providing helpful information for the possible reallocation of funds to more prosperous areas. The scientific contribution of this study is that it offers new insights into the tourist perspective regarding the influence of TCH and ICH on the overall tourist experience.

Keywords: cultural tourism, cultural heritage, Importance-Performance analysis, tourist experience

---

<sup>1</sup> Lorena Bašan, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija; lorenab@fthm.hr

<sup>2</sup> Jelena Kapeš, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija; jelena.kapes@fthm.hr

<sup>3</sup> Lea Brolich, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija; lea.brolich710@gmail.com

## 1. Introduction

Considering that cultural tourism is of great importance but insufficiently understood, this paper addresses the issue of identifying priorities for the destination's cultural offering and the position of cultural heritage. The research was conducted in Dubrovnik, Croatia, one of the most prominent Mediterranean tourist destinations of its natural resources and cultural heritage protected by UNESCO. With 4.3 million tourist nights in 2019, Dubrovnik had the highest number of tourist nights in Croatia.<sup>4</sup> According to the TOMAS survey (Institute for Tourism, 2018), tourists' primary motivation for visiting is rest and relaxation; however, 44 % of surveyed tourists stated they were motivated by cultural attractions or events.

On the other hand, the survey has shown medium to low satisfaction with some cultural attributes, indicating a need for more detailed research of the cultural offerings. Therefore, this paper applies importance-performance analysis (IPA) to examine the gaps between the importance and performance of cultural attributes. Since tangible cultural heritage (TCH) and intangible cultural heritage (ICH) are the core resources in cultural tourism (World Tourism Organization, 2018), special attention is given to their contribution to the overall tourist experience. Accordingly, the paper aims to: (1) identify priorities for the cultural tourism offering and (2) determine the influence of TCH and ICH on the overall tourist experience.

The paper is structured into four main sections. A literature review is provided in the second section after the introduction. The third section of empirical research contains hypothesis development, sample and methodology design, followed by research results and discussion, and conclusion and limitations.

## 2. Literature review

Cultural tourism has become one of the most important and fastest-growing tourism segments worldwide (Richards, 2018), thus making it the subject of interest of many scholars and practitioners (Dolnicar, 2002; Sigala and Leslie, 2005; Huh, Uysal, and McCleary, 2006; Esu and Arrey, 2009; Figini and Vici, 2012; Özel and Kozak, 2012; Nguyen and Cheung, 2016; Sukanthasirikul and Trongpanich, 2016; Mo and Fu, 2017; Domínguez-Quintero, González-Rodríguez, and Paddison, 2018; Filipović, 2018; Artal-Tur, Briones-Peñalver, and Villena-Navarro, 2018; Kim, Whitford, and Arcodia, 2019; Petrei, Cavallo, and Santoro, 2019; Su, et al. 2019; Du Cros and McKercher, 2020). According to Europa Nostra, cultural tourism accounts for approximately 40 % of all European tourism<sup>5</sup>, and it is estimated that 4 out of 10 tourists choose their destination based on its cultural offering (World Tourism Organization, 2018). Although cultural tourism is one of the oldest special forms of tourism, it remains one of the most understudied ones (Du Cros and McKercher, 2020).

Despite continuous measurement, cultural tourists' exact share and impacts cannot be determined. One reason for that can be seen in the absence of a unique definition (Petrei, Cavallo, and Santoro, 2019)

---

<sup>4</sup> Croatian Bureau of Statistics. *Tourist arrivals and nights in 2019*. Retrieved from [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm) (25. 5. 2021)

<sup>5</sup> Europa Nostra. *Europa Nostra supports the #Tourism4Recovery campaign*. Retrieved from: <https://www.europanostra.org/europa-nostra-supports-the-tourism4recovery-campaign/> (21. 5. 2021)

since defining cultural tourism is a continuing debate. McKercher and Du Cros (2002) researched a range of cultural tourism definitions from different aspects and extracted four main elements cultural tourism includes, namely, tourism, cultural assets, experience and product consumption, and the tourist itself. Therefore, cultural tourism can be seen as an umbrella term referring to a form of tourism in which destinations' cultural heritage assets are offered as products that can be consumed by tourists (Du Cros and McKercher, 2020).

The second obstacle to cultural tourism measurement represents determining travel motivation (Petrei, Cavallo, and Santoro, 2019). Tourists' motivation is often unclear, and a significant number of tourists are not directly motivated by culture or are unaware of their cultural motivation. Numerous researches have addressed that issue, resulting in several different categorizations depending on the various aspects of cultural motivation (Bond and Falk, 2013; Du Cros and McKercher, 2020; Galí-Espelt, 2012; Özel and Kozak, 2012). However, it has been estimated that between 50% and 80% of all domestic and international travel include some element of cultural motivation, such as visiting museums or historical sites, engaging in local culture, or enjoying music and arts (Timothy, 2011). Artal-Tur, Briones-Peñalver, and Villena-Navarro (2018) have found that tourists visiting a destination for cultural activities usually stay for a longer time and, on average, spend more than other tourists. Due to their higher consumption, relatively stable visitor flow, and usefulness in smoothing seasonality (Figini and Vici, 2012), they are considered a highly valued tourism market (Dolnicar, 2002; Su, et al., 2019).

Although cultural attractions and events have always been an important motive for travel, for a long time, only physical assets such as sites and monuments were seen as cultural attractions (Artal-Tur, Briones-Peñalver, and Villena-Navarro, 2018). However, the notion of cultural attraction has gradually changed, and nowadays, it implies a range of tangible and intangible cultural resources. According to the World Tourism Organization (2017, as cited in Richards, 2018, p. 3), cultural products relate to a set of "distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs, and traditions".

The variety of cultural attractions can be seen in the range of emerging typologies (Richards, 2001). However, the cultural basis is seen in cultural heritage (Timothy, 2014), namely, tangible and intangible cultural heritage (World Tourism Organization, 2018; Richards, 2018). Timothy (2011) defines heritage as a wide range of resources, including built patrimony, living lifestyles, ancient artefacts, and modern art and culture that have been inherited from the past and is used in the present. According to Richards (2018), there is little distinction between the meaning of cultural tourism and heritage tourism. Although these two terms usually are differently defined by scholars, some researchers (Sigala and Leslie, 2005; Timothy 2011) state that, due to significant overlap, they could often be used interchangeably.

Built and tangible cultural heritage has been a fundamental part of cultural tourism from the earliest years (Richards, 2018). It represents physical artifacts produced, maintained, and transmitted intergenerationally in a society<sup>6</sup>, such as monuments, paintings, archaeological sites, sculptures, etc.

---

<sup>6</sup> UNESCO. *Convention for the safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* [Press release]. Retrieved from: <https://ich.unesco.org/en/convention> (25. 5. 2021)

Unlike TCH, ICH has been overlooked by researchers and practitioners for a long time (Vecco, 2010; Kim, Whitford and Arcodia, 2019). ICH refers to oral traditions, performing arts, rituals, and festive events transmitted over generations and thereby recognized by communities as part of their cultural heritage.<sup>7</sup> Previous research shows that, as factors influencing tourist satisfaction, cultural heritage attributes are more important than other attributes not directly related to cultural heritage (Huh, Uysal and McCleary, 2006).

Despite the differences in cultural resources, a common goal for all destinations is achieving tourist satisfaction and thereby increasing competitiveness. Since cultural tourism is characterized by growing synergy between culture and tourism (Richards, 2018), it cannot rely only on cultural assets as main tourist attractions but also depends on secondary tourism products, complementary services, and tourism infrastructure (Russo and Borg, 2002; Sukanthasirikul and Trongpanich, 2016). In addition, Sigala and Leslie (2005) warn that, although cultural products are very important, the tourist experience while interacting with the product is a vital factor. When consuming a cultural tourism service, a tourist does not receive any material benefits for their purchase but rather psychological benefits in terms of feelings experienced by tourism product consumption (Kozak, 2001). Therefore, the quality of the cultural experience appears as an important dimension when observing a cultural offering (Sigala and Leslie, 2005; Domínguez-Quintero, Gonzáles-Rodríguez and Paddison, 2018).

Service quality is vital in determining tourist satisfaction (Sukanthasirikul and Trongpanich, 2016; Esu and Arrey, 2009), thus making it the center of interest for many researchers (Sigala and Leslie, 2005). However, to successfully identify priorities for satisfying tourist needs and the quality of the attributes mentioned above, destination managers have to understand how important those attributes are to visitors (Baker and Draper, 2013).

To identify priorities for tourism offering improvement, importance-performance analysis (IPA) has often been used (Bagri and Kala, 2015; Djeri, et al., 2018; Dwyer, et al., 2016). It was developed by Martilla and James (1977) as a management tool that can visually identify gaps between tourists' perceptions of the importance and performance of a specific attribute (Boley, McGehee and Hammett, 2017). As a result, IPA provides a two-dimensional grid divided into four quadrants. Each quadrant proposes a different managerial strategy based on specific attributes' importance and performance levels, thus helping managers identify areas of concern (Sever, 2015). Therefore, through IPA, a more efficient allocation of limited resources can be achieved, transferring them from low to high-impact areas and consequently improving tourist satisfaction and destination competitiveness (Sever, 2015; Singh and Tanwar 2018). Therefore, studying tourists' attitudes regarding the destination attributes has become a key to understanding how to meet their needs (Queiroz Neto, et al. 2019).

### **3. Empirical research**

#### **3.1. Hypotheses development**

Following the purpose of this study, based on the above-mentioned previous research results, the

---

<sup>7</sup> *ibid.* 3



following research hypotheses have been formulated:

H1: There is a significant difference between Dubrovnik's cultural tourism attributes' importance and perceived quality.

H2: Tangible cultural heritage significantly influences the quality of the overall tourist experience in Dubrovnik.

H3: Intangible cultural heritage significantly influences the quality of the overall tourist experience in Dubrovnik.

### **3.2. Sample and methodology design**

A quantitative approach was used based on the objectives set out in the introduction. Empirical research was conducted using the survey method, combining a personal and online survey through Facebook. We applied a structured questionnaire consisting of seven groups of questions. The first part was designed to capture the respondents' socio-demographic characteristics (gender, age, level of education, employment status, and income). In the following part, we defined five groups of items to measure tourists' perceived importance and performance of cultural attributes in Dubrovnik. Perceived importance and performance of 10 TCH and 8 ICH attractions of Dubrovnik were measured. For that purpose, we used a modified and adopted scale from Nyaupane and Andereck (2014) and Tomljenović, et al. (2009a). The next three groups of items measured perceived importance and performance for seven attraction or event accessibility attributes, six cultural experience attributes, and five service attributes. For these item groups, we used the instrument developed by Tomljenović, et al. (2009b). Each statement was rated using a 5-point Likert scale, from "extremely unimportant (1) to "extremely important (5)" for importance and from "extremely low (1)" to "extremely high (5)" for performance.

The questionnaire was designed to gather empirical data from tourists. Data collection was carried out during June and July 2020. After the survey was conducted, data analysis was carried out using the statistical software SPSS 23. Importance-Performance Analysis (IPA), Paired-Sample t-test, Multiple Linear Regression, and descriptive statistics were implemented in the data analysis.

Given the situation caused by the COVID-19 pandemic, the tourism demand generated by domestic tourists is emphasized. Therefore, the research population consisted of adult Croatian citizens. By implementing judgmental sampling, the survey was conducted on a sample of domestic tourists who have visited Dubrovnik at least once. From 2019 until 2021, domestic tourists are among the top 10 markets for Dubrovnik.<sup>8</sup> In 2020, domestic tourists accounted for 22.14 % of arrivals and 18.26 % of overnight stays, compared to 2019, when the share of domestic tourists in arrivals was 6.08 % and 6.17 % of overnight stays.<sup>9</sup> Additionally, Mo and Fu (2017) point out that cultural heritage may vary across people from different cultural backgrounds. A total of 98 questionnaires were collected and included in the analysis. Most of the respondents were female (59 %), aged 36-45 (34 %), holding a university

---

<sup>8</sup> Dubrovnik Tourist Board. (27. 9. 2021). *Statistics*. Retrieved from: <https://tzdubrovnik.hr/get/nesvrstano/79411/statistika.html> (28. 9. 2021)

<sup>9</sup> Dubrovnik Neretva County Tourist Board. *Statistics*. Retrieved from: <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/> (15. 9. 2021)

degree (73 %), employed (91 %), and with an income between 5,000 and 10,000 HRK (66 %).

### 3.3. Research results and discussion

The reliability of research instruments was examined. Cronbach's alpha coefficients were used to test the internal consistency of attributes (Table 1).

Table 1: Attribute reliability

No.	Dimensions of the cultural tourism offering	Cronbach's alpha	
		Importance	Performance
		(I)	(P)
1.	Tangible cultural heritage	0.929	0.927
2.	Intangible cultural heritage	0.890	0.914
3.	Access to attraction/event	0.900	0.913
4.	Tourists' experience	0.896	0.919
5.	Services	0.793	0.860

Source: authors' calculations

All factors' internal consistency indicators are above the recommended minimum level of 0.70 (Hair et al., 2014).

### 3.4. Gap analysis

Descriptive statistics were applied to identify tourists' priorities in choosing Dubrovnik and managers' priorities in making cultural attribute quality improvements. The means and standard deviations of importance and perceived quality of cultural attributes were calculated. In addition, a gap analysis was performed between the importance of cultural attributes for tourists and the perceived quality of cultural attributes (Table 2).

Table 2: Importance-performance scores for cultural attributes in Dubrovnik

Dimensions/Attributes		Importance (I)		Performance (P)		GAP means	Paired Sample t-test	Sig (2-tailed)
		M	SD	M	SD	(P-I)	t value	
<b>Tangible cultural heritage</b>		<b>4.15</b>	<b>0.98905</b>	<b>3.891</b>	<b>0.97163</b>	<b>-0.259</b>		
1.	The historical core surrounded by walls and fortresses	4.6837	.79427	4.3469	.85074	-0.3368	4.472	.000

2.	Cultural landscape of the region	4.2857	.90815	3.8673	.85720	-0.4184	4.812	.000
3.	Historical sites	4.5612	.76071	4.0204	.88492	-0.5408	6.474	.000
4.	Archaeological sites	4.0000	.90815	3.6020	.84634	-0.398	4.870	.000
5.	Monuments	4.0408	.89579	3.8571	.94159	-0.1837	2.045	.044
6.	Museums and galleries	3.9898	.98958	3.8469	.95628	-0.1429	1.769	.080
7.	Theatre	3.8469	1.04883	3.7959	.99441	-0.051	.583	.561
8.	Summer residences	3.8878	1.07341	3.6735	1.05298	-0.2143	2.488	.015
9.	Palaces	4.2245	.98996	4.0102	.99995	-0.2143	2.524	.013
10.	Churches and monasteries	3.9796	1.04516	3.9898	.99995	0.0102	-.145	.885
<b>Intangible cultural heritage</b>		<b>3.96051</b>	<b>1.06772</b>	<b>3.775</b>	<b>1.02990</b>	<b>-0.1901</b>		
11.	Musical and stage events and performances	4.2347	.96111	3.9898	1.02036	-0.2449	2.851	.005
12.	Traditional festivals	4.2245	.92537	4.0714	.97653	-0.1531	1.885	.062
13.	Thematic routes and paths	3.8367	1.03240	3.5918	.93980	-0.2449	2.982	.004
14.	Religious celebrations	3.1939	1.30549	3.3980	1.17306	0.2041	-2.172	.032
15.	Indigenous cuisine	4.1429	1.03545	3.8776	1.01804	-0.2653	2.652	.009
16.	Folk customs and lifestyles	4.0204	.93035	3.7857	.96591	-0.2347	2.598	.011
17.	Local art and crafts	3.9592	.90723	3.7143	.98441	-0.2449	2.737	.007
18.	Historical persons	4.0612	1.04355	3.8469	.93447	-0.2143	2.105	.038
<b>Access to attraction/event</b>		<b>4.06734</b>	<b>0.88961</b>	<b>3.59</b>	<b>1.01667</b>	<b>-0.4773</b>		
19.	Working hours	4.1327	.83280	3.7653	1.01332	-0.3674	3.314	.001
20.	Organisation of ticket sales	4.0102	.96852	3.5612	.95320	-0.449	4.096	.000
21.	Ticket price	3.8776	1.05777	2.9898	1.17091	-0.8878	6.351	.000
22.	Availability of information on attraction/event	4.2143	.77659	3.7449	.86527	-0.4694	5.702	.000
23.	Availability of information materials (brochures, maps) at the entrance of attraction/event	4.0408	.81124	3.6735	.95005	-0.3473	4.383	.000
24.	Availability of information on attraction/event before departure	4.0918	.85055	3.8265	.82519	-0.2653	3.309	.001
25.	Marking of attraction/event on roads	3.9388	.91737	3.5306	.88753	-0.5306	3.733	.000

<b>Experience</b>		<b>4.04441</b>	<b>0.90402</b>	<b>3.65286</b>	<b>0.92389</b>	<b>-0.3916</b>		
26.	Interesting attraction/event	4.4082	.75760	3.8776	.87656	-0.5306	6.888	.000
27.	Tidiness and cleanliness of attraction/event	4.3163	.74053	3.8980	.81847	-0.4153	5.027	.000
28.	Setup or event programme	4.1224	.81564	3.7959	.88468	-0.3265	4.058	.000
29.	The possibility of learning something	4.0714	.94433	3.7755	.92537	-0.2959	3.652	.000
30.	The possibility of participation in activities	3.6327	1.01928	3.2551	.99805	-0.3776	3.192	.002
31.	Diversity of activities within the attraction/event	3.9082	.81338	3.5000	.82799	-0.4082	4.575	.000
<b>Services</b>		<b>4.22</b>	<b>0.91064</b>	<b>3.594</b>	<b>0.94177</b>	<b>-0.626</b>		
32.	Staff courtesy	4.3776	.89114	3.6429	.99742	-0.7347	5.752	.000
33.	Professionalism and staff knowledge	4.2959	.92178	3.6837	.94811	-0.6122	5.171	.000
34.	"Value for money" of overall visit to an attraction/event	4.3878	.79473	3.3367	.96264	-1.0511	9.031	.000
35.	Restaurants and catering services	4.2245	.84378	3.6735	.82206	-0.551	5.924	.000
36.	Souvenir offering	3.8980	.91370	3.6429	.86454	-0.2551	2.505	.014

- $p < 0.05$

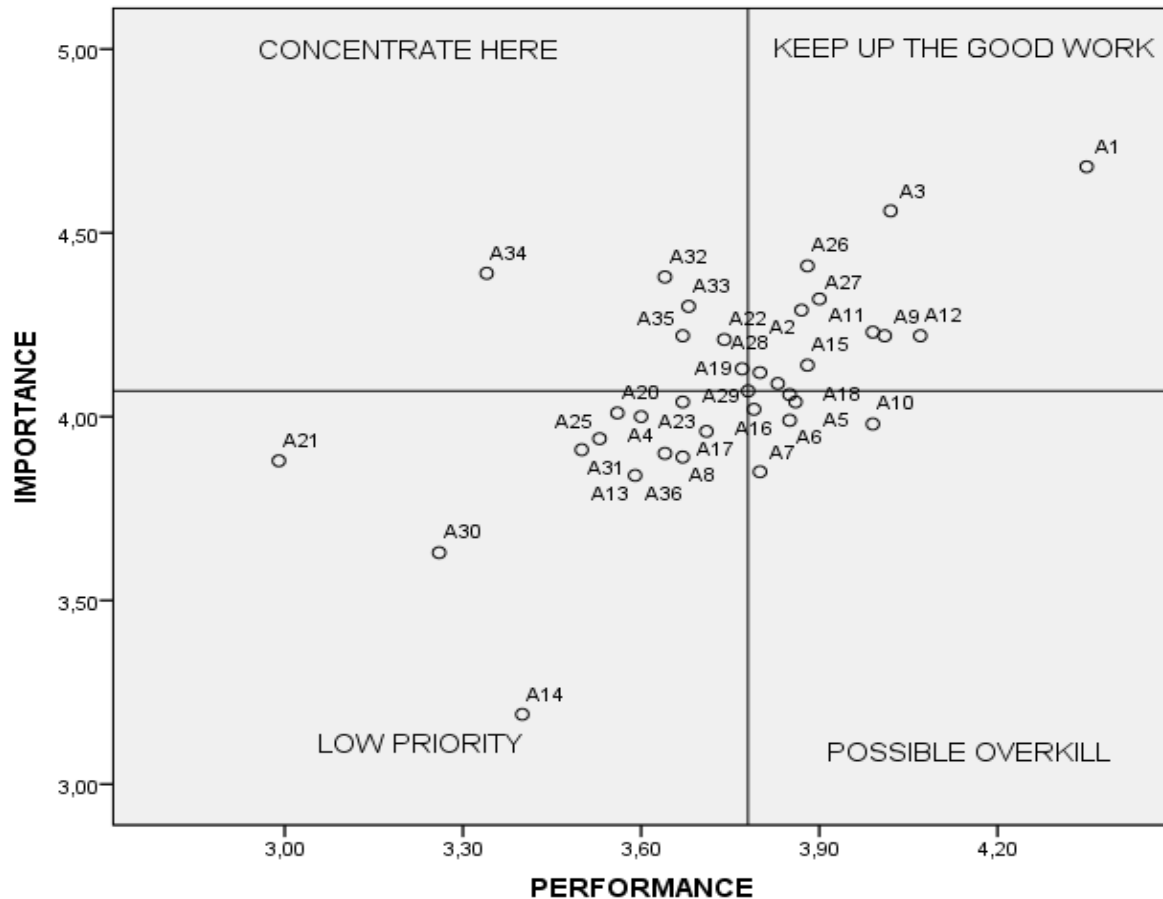
Source: authors' calculations

The highest total negative gap exists in "Services" (-0.626), where all attributes have a significant gap. "Value for money of overall visit to an attraction or event" has the largest (-1.0511) and statistically significant gap ( $t=9.031$ ,  $p=0.000$ ) and is also the attribute with the highest negative gap of all considered attributes. Concerning the level of a total negative gap, "Services" are followed by "Access to attraction or event" (-0.4773). Here "Ticket price" has the largest (-0.8878) and statistically significant gap ( $t=6.351$ ,  $p=0.000$ ), but all other attributes also have statistically significant differences.

TCH and ICH and experience have a lower but negative total gap. In TCH, 3 out of 10 analyzed attributes do not have significant differences at  $p < 0.05$  (Museums and galleries, Theatre, and Churches and Monasteries). In ICH, only Traditional festivals do not have significant differences at  $p < 0.05$ , and in "Experience," all considered attributes have significant differences.

The results of IPA are plotted onto the IPA grid (Graph 1).

Graph 1: IPA grid for cultural tourism attributes in Dubrovnik



1. TCH attributes (A1 - A10)
2. ICH (A11 - A18)
3. Access to attraction or event attributes (A19 – A25)
4. Experience attributes (A26 – A31)
5. Services attributes (A32 – A36)

Source: Table 1.

It is evident in Graph 1 that all "Service" attributes, except "Souvenir offering", which are in the Concentrate Here quadrant and present the main weaknesses in the cultural tourism offering of Dubrovnik. The most attention should be paid to "Value for money of overall visit to attraction or event", followed by "Staff courtesy", "Professionalism and staff knowledge", and "Restaurants and catering services". Also in this quadrant are "Availability of information on attraction/event" (as an "Access to attraction" attribute) and "Setup or event program" (as an "Experience" attribute).

The results of the t-test confirmed the first hypothesis (H1), which indicated that for the majority of considered cultural tourism attributes in Dubrovnik there are significant differences between their importance for tourists in choosing the destination and their perceived quality as a result of their consumption.

### 3.5. Results of regression analysis for the cultural heritage

Multiple linear regression was applied to determine the impact of the five dimensions of the cultural tourism offering on the overall tourist experience. In the multiple linear regression analysis, five cultural offering factors and perceived quality were taken as independent variables, and satisfaction with overall tourist experience was the dependent variable. Satisfaction with overall tourist experience was measured with the item "I was satisfied with the overall experience in Dubrovnik" (M=4.39, SD=0.698). The results are shown in Table 3.

Table 3: Multiple regression analysis of cultural offering variables affecting the overall tourist experience in Dubrovnik

INDEPENDENT VARIABLES	Beta	T	Sig.
(Constant)		2.310	.023
Tangible cultural heritage	.411	3.336	.001
Intangible cultural heritage	-.283	-.2.236	.028
Access to attraction or event	.195	1.798	.075
Experience	-.310	1.972	.052
Services	.196	1.665	.099
	R <sup>2</sup> = 0.553 Adjusted R <sup>2</sup> = 0.529 Std.Error. = 0.479 F ratio = 22.767 Significance = 0.000		

Source: authors' calculations

The regression analysis results indicate that the cultural offering significantly impacts satisfaction with the overall tourist experience in Dubrovnik and explains 55.3 % of the variance in the overall tourist experience (R<sup>2</sup>=0.553). TCH has the most significant impact on the overall tourist experience ( $\beta$ =.411, p=.001). This result confirms hypothesis H2. The present study's findings support the results of Huh and Uysal (2004), indicating that Cultural attractions (museums, galleries, culture villages, historic buildings, and monuments) significantly and positively influence the overall level of tourists' satisfaction. Karunanithy (2013) also found strong positive correlations between tourist satisfaction and heritage attributes such as historical building style and cultural village.

ICH significantly impacts the overall tourist experience ( $\beta$ = -.283, p=.028), thus confirming hypothesis H3. However, the negative  $\beta$  coefficient indicates that ICH does not enhance the overall experience of domestic tourists in Dubrovnik. Regarding ICH in the literature, there are differences in research results. Huh and Uysal (2004) indicate Heritage attractions (handcrafts, architecture, traditional scenery, and music/dance) as a factor with the heaviest weight for overall satisfaction. Filipović (2018) found that intangible heritage to visit does not significantly impact the satisfaction of tourists. Mo and Fu (2017) point out that cultural heritage may vary across people from different cultural backgrounds. They highlighted the cross-cultural differences between foreign and domestic tourists in China.

#### 4. Conclusion and limitations

Existing conditions in the tourism market have emphasized the need for research on domestic tourists. Given the pandemic conditions caused by COVID-19, domestic tourists account for a significant part of tourism demand in Croatian tourist destinations. This study provides practical recommendations for destination management and stakeholders in Dubrovnik's cultural tourism. In general, the research results indicate the need to improve the performance of cultural tourism attributes to meet tourist expectations. Besides having implications for the Tourist Board of Dubrovnik, the research contributes to other destinations with similar characteristics by providing new insights into the influence of tangible and intangible heritage on the tourist experience.

Destination management and stakeholders in the cultural tourism of Dubrovnik should focus on improving the quality of attributes within the "Services" dimension. In general, the regression results for "Intangible cultural heritage" indicate that intangible heritage is under-utilized in creating a tourist experience, suggesting that attention should be focused on finding new ways of presenting intangible cultural heritage in the tourism market in the future.

This study has some limitations. As research was conducted during the COVID-19 pandemic, the research sample is relatively small. The sample in the future should be expanded on foreign tourists by considering cross-cultural differences between tourists from different markets. The cultural tourism factors affecting the tourist experience in cultural tourism could also be extended in future research.

#### References

1. Artal-Tur, A., Briones-Peñalver, A. J., and Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14 (1), pp. 7-18.
2. Bagri, S. C., and Kala, D. (2015). Tourists' satisfaction at Trijugarayan, India: an importance-performance analysis. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 3 (2), pp. 89-115.
3. Baker, K. L., and Draper, J. (2013). Importance-Performance Analysis of the Attributes of a Cultural Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14 (2), pp. 104-123.
4. Boley, B. B., McGehee, N. G., and Hammett, A. T. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, pp. 66-77.
5. Bond, N., and Falk, J. (2013). Tourism and identity-related motivations: why am I here (and not there)? *International Journal of Tourism Research*, 15 (5), pp. 430-442.
6. Djeri, L. et al. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. *Economic Research-Ekonomska istraživanja*, 31 (1), pp. 811-826.
7. Dolnicar, S. (2002). Activity-based market sub-segmentation of cultural tourists. *Research online*. Retrieved from <https://ro.uow.edu.au/commpapers/266/>
8. Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., and Paddison, B. (2018). The mediating role of experience quality on authenticity and satisfaction in the context of cultural-heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 23 (2), pp. 248-260.
9. Du Cros, H., and McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. London: Routledge.

10. Dwyer, L. et al. (2016). Achieving destination competitiveness: an importance–performance analysis of Serbia. *Current Issues in Tourism*, 19 (13), pp. 1309-1336.
11. Esu, B. B., and Arrey, V. M. E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4 (3), pp. 116-125.
12. Figini, P., and Vici, L. (2012). Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini. *Tourism Management*, 33 (4), pp. 825-839.
13. Filipović, N. (2018). Intangible cultural heritage as a motive for choosing the tourist destination Arandelovac. *Hotel and Tourism management*, 6 (1), pp.53-62.
14. Galí-Espelt, N. (2012). Identifying cultural tourism: a theoretical methodological proposal. *Journal of Heritage Tourism*, 7 (1), pp. 45-58.
15. Hair, J. F. Jr. et al. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed). Harlow: Pearson Education Limited.
16. Huh, j. & Uysal, M. (2004). Satisfaction with Cultural/Heritage Sites, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4 (3-4), pp. 177-194.
17. Huh, J., Uysal, M., and McCleary, K. (2006). Cultural/heritage destinations: Tourist satisfaction and market segmentation. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14 (3), pp. 81-99.
18. Institute for tourism (2019). *TOMAS Dubrovnik 2018: Stavovi i potrošnja turista i jednodnevnih posjetitelja u Dubrovniku u 2018. godini*. Zagreb: Institute for tourism
19. Karunanithy, M. (2013). The Impact of Heritage Attributes on the Satisfaction of Tourism in Sri Lanka, *European Journal of Business and Management*, 5 (27), pp. 76-81.
20. Kim, S., Whitford, M., and Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14 (5-6), pp. 422-435.
21. Kozak, M. (2001). Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism Management*, 22 (4), pp. 391-401.
22. Martilla, J. A., and James, J. C. (1977). Importance–performance analysis. *Journal of Marketing*, 41 (1), pp. 77–99.
23. McKercher, B. and Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. London: Routledge.
24. Mo, J. and Fu, Y. (2017). A Comparisonal Study on Satisfaction of Chinese and Foreign Visitors about Performance Arts of Intangible Cultural heritage – Taking Impression of Liu Sanjie as Example, *Journal of Service Science and Management*, 10, pp. 376-387.
25. Nguyen, T. H. H., and Cheung, C. (2016). Chinese heritage tourists to heritage sites: what are the effects of heritage motivation and perceived authenticity on satisfaction?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (11), pp. 1155-1168.
26. Nyaupane, G. K, and Andereck, K. L. (2014). Visitors to cultural heritage attractions: An activity-based integrated typology; *Tourism, Culture & Communication*, 14, pp. 17–26.
27. Özel, Ç. H., and Kozak, N. (2012). Motive based segmentation of the cultural tourism market: A study of Turkish domestic tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13 (3), pp. 165-186.
28. Petrei, F., Cavallo, L., & Santoro, M. T. (2019). Cultural tourism: an integrated analysis based on official data. *Quality & Quantity*, 54, pp. 1705-17024.
29. Queiroz Neto, A. et al. (2019). Destination competitiveness: how does travel experience influence choice? *Current Issues in Tourism*, 23 (13), pp. 1673-1687.
30. Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European Tourism*. Wallingford: CABI Publishing.



31. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, pp. 12-21.
32. Russo, A. P., and Van Der Borg, J. (2002). Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism management*, 23 (6), pp. 631-637.
33. Sever, I. (2015). Importance-performance analysis: A valid management tool?. *Tourism Management*, 48, pp. 43-53.
34. Sigala, M. and Leslie, D. (2005). *International cultural tourism: Management, implications and cases*. London: Routledge.
35. Singh, S. V., and Tanwar, N. (2018). An Analysis of Tourist Satisfaction in Varanasi as Destination Perspective through Important Performance Analysis. *Avahan: A Journal on Hospitality and Tourism*, 5(1), pp. 1-15.
36. Su, Z., et al. (2019). Sustainable Synergies between the Cultural and Tourism Industries: An Efficiency Evaluation Perspective. *Sustainability*, 11 (23), pp. 6607.
37. Sukanthasirikul, K., and Trongpanich, W. (2016). Cultural tourism experience on customer satisfaction: Evidence from Thailand. *Journal of Economic and Social Development*, 3 (1), pp. 17-25.
38. Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol: Channel View Publications.
39. Timothy, D. J. (2014). Contemporary Cultural Heritage and Tourism: Development Issues and Emerging Trends. *Public Archaeology*, 13 (1-3), pp. 30–47.
40. Tomljenović, R. et al. (2009a). *Cultural tourism development plan of Split-Dalmatia County: The starting point for development-situation analysis*, Zagreb: Institute of Tourism.
41. Tomljenović, R. et al. (2009b). *Attitudes and expenditure of visitors of cultural attractions and events in Croatia – TOMAS cultural tourism 2008*, Zagreb: Institute of Tourism.
42. Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of cultural heritage*, 11 (3), pp. 321-324.
43. World Tourism Organization (2018). *Tourism and Culture Synergies*, Madrid: UNWTO.

## Web sources

1. Croatian Bureau of Statistics (28. 2. 2020). *Tourist arrivals and nights in 2019*. Retrieved from [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm) (25. 5. 2021)
2. Dubrovnik Neretva County Tourist Board. (14. 1. 2021). *Statistics*. Retrieved from: <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/> (15. 9. 2021)
3. Dubrovnik Tourist Board. (27. 9. 2021). *Statistics*. Retrieved from: <https://tzdubrovnik.hr/get/nesvrstano/79411/statistika.html> (28. 9. 2021)
4. Europa Nostra (4. 3. 2021). *Europa Nostra supports the #Tourism4Recovery campaign*. Retrieved from: <https://www.europeanostra.org/europa-nostra-supports-the-tourism4recovery-campaign/> (21. 5. 2021)
5. UNESCO. (17. 10. 2003). *Convention for the safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Retrieved from: <https://ich.unesco.org/en/convention> (25. 5. 2021)

## Sažetak

### Identificiranje prioriteta za ponudu kulturnog turizma pomoću analize važnosti i performansi: Slučaj Dubrovnik

Kultura je jedan od najvažnijih i sveprisutnih elemenata turističkih aktivnosti, no vrednovanje kulturne ponude još uvijek predstavlja izazov zbog nedostatka teorijskog konsenzusa. Ovaj se rad usredotočuje na procjenu glavnih kulturno-turističkih atributa Dubrovnik. Kao i mnoge druge mediteranske destinacije, Dubrovnik se bori između kulturnog turizma i masovnog turizma sunca i mora. Ovo istraživanje naglašava turističku perspektivu materijalne kulturne baštine (TCH) i nematerijalne kulturne baštine (ICH) kao temeljnih resursa za kulturni turizam. Stoga je cilj rada: (1) identificirati prioritete za ponudu kulturnog turizma, (2) utvrditi utjecaj TCH i ICH na cjelokupno turističko iskustvo. Empirijsko istraživanje provedeno je 2020. godine u Dubrovniku metodom anketiranja na uzorku od 98 domaćih turista. Kako bi se ispitali jazovi između važnosti i kvalitete atributa, korišteni su analiza važnosti i performansi (IPA), deskriptivna statistika i t-test uparenog uzorka. Utjecaj kulturne baštine na cjelokupno turističko iskustvo testiran je višestrukom linearnom regresijskom analizom. Rezultati pokazuju negativne i statistički značajne razlike između gotovo svih razmatranih atributa. Najveći jaz otkriven je za atribute usluge i pristupačnosti, što ih čini prioritetom za buduća poboljšanja. Nalazi pokazuju da TCH značajno i pozitivno utječe na cjelokupno turističko iskustvo. S druge strane, ICT ima statistički značajan utjecaj, ali ne povećava zadovoljstvo doživljajem turista. Unatoč raznolikosti ICT-a u Dubrovniku, rezultati pokazuju da nije u potpunosti implementiran u kulturnu ponudu te zahtijeva detaljnije istraživanje. Ova studija doprinosi praksi pružanjem korisnih informacija za moguću preraspodjelu sredstava u naprednija područja. Znanstveni doprinos ove studije je u tome što nudi nove uvide u turističku perspektivu o utjecaju TCH i ICH na cjelokupno turističko iskustvo.

Ključne riječi: kulturni turizam, kulturna baština, analiza važnosti i učinka, turističko iskustvo

Scientific paper  
Submitted: September 30<sup>th</sup>, 2021  
Accepted: December 28<sup>th</sup>, 2021  
UDK: 338.483.12:726(497.583Gornja Brela)

**Silvia Bekavac<sup>1</sup>**

**Željko Miletić<sup>2</sup>**

## **Live, reign, rule – revitalization of the Church of Our Lady of Health in Gornja Brela**

### **Abstract**

The Church of Our Lady of Health in Gornja Brela was built in the devastated area between the Ottoman Empire and the Venetian Republic, after the borders were moved to the Mocenigo Line in 1721. For the needs of the new population, a single-nave vaulted church was erected in 1731. After its cessation of use in 1939, it continuously decayed, a third of the vault and roof remained, the statics of the load-bearing walls were disturbed, the paving was partially destroyed and the altar was broken. The church was built on the road from the Makarska coast to Zagora, modernized during the French rule. Today, it is located within "Biokovo Nature Park", at the beginning of the educational trail "Paths of Ancient Berulia", which leads from the Park Presentation Centre to the Church of St. Nicholas in the heart of the mountain. Due to its cultural and environmental importance, the project for the protection and revitalization of the church was renewed in 2019. The first phase was the preparation of the Report on the current condition of the building, which was much worse than at the time of the previous Conservation study from 1993. In the second phase, archaeological excavations were carried out in two campaigns. The third phase referred to the preparation of a Static study with guidelines for restoration, which envisages the renovation of walls and facades, roof reconstruction and horticultural landscaping. Institutions involved in the project (University of Zadar, Biokovo Nature Park, Brolanenses Society, Municipality and Tourist Board of Brela and the Directorate for the Protection of Cultural Heritage) show the range of tasks, interests and goals set in this project.<sup>3</sup> The final is to present the edifice in the cultural landscape and exceptional ambience of the mountain Biokovo.

Keywords: Our Lady of Health, French road, Brela, conservation, presentation

---

<sup>1</sup> Assistant Professor Silvia Bekavac, Department of Art History, University of Zadar; sbekavac@unizd.hr

<sup>2</sup> Associate Professor Željko Miletić, Department of Archaeology, University of Zadar; zmiletic@unizd.hr

<sup>3</sup> This work was co-financed by the University of Zadar through the institutional project no. IP-UNIZD 2021 – DisKont – Podglogovik na Biokovu: Graditeljski diskontinuiteti, devastacije i reciklaže [Podglogovik on Biokovo: Constructional Discontinuities, Devastations and Recycling] (project leader: Željko Miletić).

## 1. Introduction

The Church of Our Lady of Health in Gornja Brela was built in the devastated area between the Ottoman Empire and the Venetian Republic, after the borders were moved to the Mocenigo Line in 1721. (Roksandić, 2003, map 7). For the new population immigrated mainly from today's Bosnia at that time under the Ottomans, within their economic powers and religious needs a modest single-nave vaulted church was soon built in 1731 (Bebić, 1985, p. 82).<sup>4</sup> On the lintel of portal today stands the year 1711 as the time of its erection, but evidently the figure was subsequently erroneously engraved above the original date.

During archaeological research in 2020 and 2021, we diagnosed the condition of the building. The church without an apse is vaulted with a barrel-shaped masonry vault made of wedge-shaped stones, covered with stone slabs. Subsequent renovations almost completely destroyed the stone slab roof instead of which was poured a concrete screed with a ridge of half round tiles. The walls of the church are made of blocks of domestic limestone of unequal dimensions and rough surfaces. The interior walls are finished with blue plaster painted inside geometric fields bordered with red and black stripes. The plaster was also restored and repainted as a result of church visitations and orders to repair the poor condition of the church (Bebić, 1985, p. 83).<sup>5</sup> The floor was paved with stone slabs that lay on a packed gravel. The presbytery, raised by one pillar, is made of stone elements with a semi-circular profile. The simple altar consisted of a stone slab on a stone pillar and was leaning against the back wall of the church. From the remains of two consoles, we can assume that an altarpiece was placed on them.

Image 1. The Church of Our Lady of Health in Gornja Brela before archaeological research



<sup>4</sup> Since this sacral building is also mentioned in the report of Bishop Stjepan Blašković from 1735 under the name of Our Lady of the Rosary, the year of construction can by no means be 1761.

<sup>5</sup> Since on April 16, 1886, Bishop Marko Kalodera ordered the pastor to repair the condition of the church so that it would look decent for God's service, certain changes may have already been made at that time. If we take into account the subsequent concrete repair of the roof, it is easily possible that some of the most endangered parts of the church were repaired on these occasions.

Image 2. Floor paved with stone slabs, remains of the altar in the presbytery



The main decoration of the façade is the cross, the only stone element in the whole church with a polished surface. On it is engraved a Latin inscription interrupted in the middle by three Glagolitic letters Ž C V. We consider them the initial letters of the words "live, reign, government" which are transcribed into the ending of the Latin inscription live, reign, government.

Image 3. The cross on the façade, with inscription.



Image 4. Interior of the church with burial on the left side.



After finding several fragments with *sigla* of letters in the archaeological layers we resolve the inscription as a whole with *ISU[S] [KRIS]T BOG [MOJ?]/ Ž(IVE) C(ARUJE) V(LADA) / ŽIVE / KRALJUJE / VLADA*, (*Jesus Christ, my God, lives, reigns, rules*) thus correcting and supplementing the earlier reading suggestions. Above the inscription is a rosette with the motif of a cross inscribed in a circle. The space between the arms was hollowed out, causing an effective optical illusion in the darkened interior of the church. On the ridge of the roof, above the façade, there is a stone baroque bell tower, whose bell and yoke have not been preserved. After the construction of the new parish church of the same name, in 1939 the liturgy in the now old church of Our Lady of Health ceased, which resulted in a serious deterioration of the architecture (Bebić, 1985, p. 83).

Although the building was built in the period when the ruling European style was Baroque, it is almost meaningless to use that term for the Church of Our Lady of Health, which was built in a retarding floor plan and style of simple non-urban churches built in Dalmatia for centuries. Modest dimensions, building limestone obtained from immediate vicinity, minimal decoration and stone furniture reduced to a simple altar are an expression of the design of local masters and are proportional to the modest economic possibilities of the area, with arable land that allowed existence only with hard work on karst terrain. Gornja Brela is demographically deserted because the population moved to the coast due to the tourist boom after the construction of the Adriatic Highway in the early 1960s (Franić, 1983; Franić, 2006; Vukonić. 2005).

Image 5. Church of St. Nicholas at the end of the educational trail *Paths of Ancient Berulia*



Today, the cultivated plots are overgrown with lush vegetation. Traces of the former life of the settlement are less and less visible, but they have been reconstructed and explained as part of the educational trail *Paths of Ancient Berulia*. Visitors can read on the information boards about threshing grain, quarrying stone in the Klešići quarry, cherry orchards, bitter almonds and vines, building wells as well as other aspects of life in Gornja Brela in the past.

The title of Church is common in the period of growth of the Marian devotion after the Council of Trent, because within the program of counter-reformation moves, catholic Mariology is opposed to Protestant, and worship is further strengthened by emphasizing the importance of art decoration in churches (Laurentin, 1963). The Battle of Lepanto in 1571, a turning point in the naval military balance with the Ottomans, brought victory to the Catholic Alliance under the leadership of Mary, which has since been celebrated as the feast of Our Lady of Victory / Rosary (Diedo, 1863; Braudel, 1986, pp. 1088-1142). The battle is remembered in the domestic collective consciousness because Croatian sailors and Dalmatian galleys from Cres, Krk, Hvar, Rab, Šibenik, Trogir and Kotor took part in it (*Lepantska bitka*, 1974; Kružić, 2011, pp. 111-115).

The Battle of Sinj, in which the Turks were defeated in 1715 (Čoralić and Markulin, 2016) according to the people with the help of Our Lady of Miracles, left a huge mark in strengthening Marian devotion, and votive churches were built throughout Dalmatia in honour of the victory of the Christian army (Katalinić, 1976, p. 278). One of them is Our Lady of Health in Gornja Brela, and the other erected immediately after the Battle is the votive church of Our Lady of Mount Carmel in Donja Brela (Bebić, 1985). The new geopolitical situation has led to communication changes and the return of intensive trade and transit between Zagora and the Makarska littoral. The old horse trails and the remains of Roman roads that passed by Dvare were modernized towards the end of Venetian rule, but the first modern road was traced during the French administration, across the Poletnica pass (Belamarić, 2017). Our church is located in its immediate vicinity, today on the north western edge of the Biokovo Nature Park, at the beginning of the educational trail "Paths of ancient Berulia", which leads from the Presentation Centre of the Park in Gornja Brela to the church of St. Nicholas in the heart of the mountain.

Image 6. A section of *Francuska cesta* (French road) with the abandoned hamlet of *Subotišće* in the background



Image 7. Students of archaeology and art history renovated a segment of the French road above Brela



## 2. Renewal of the Project of Research, Protection and Revitalization

Due to the cultural and environmental importance, in 2019 the project of research, protection and revitalization of the church was renewed. At the time, it was a ruin on which a third of the vault and roof remained, with disturbed statics of the load-bearing walls, partially destroyed paving, and a broken altar. A few months ago, almost the entire rest of the vault collapsed. The first phase of revitalization was the preparation of the Report on the current condition of the building, much worse than at the time of the previous conservation study from 1995.<sup>1</sup>

In the second phase, archaeological excavations were carried out inside and outside the building in two campaigns, during which the foundations of the walls were defined, layers were dug under the floor and small artefacts were discovered that enriched the knowledge about the life of the edifice. A big surprise was the discovery of a child's burial in the corner of the church, beneath a thick layer of plaster that was accurately dated to 1925 using a coin found. That date made it possible to decipher Sherlock's detective story hidden between the lines of the two novels *Majstori duša – Master of Souls* (1931) and *Picukare – Nuns of the Third Order* (2010). Through the character of the protagonist Lovro Veslarić, a priest in a fictitious coastal parish Banje, the author Đuro Vilović, a native of Brela, evidently confesses his own biography. Further analysis of the material found will reinforce these assumptions.

<sup>1</sup> The Study on the current situation from 1995 was prepared by Anita Gamulin and Joško Belamarić from the State Administration for the Protection of Cultural and Natural Heritage in Split.



Image 8. Meticulous work on the child's burial inside the church



Stratigraphic and forensic archaeology was followed by the third phase of the project, the preparation of a static study with detailed guidelines for restoration, which envisages the preparation of walls and facades, reconstruction of vaults and roofs and horticultural landscaping.<sup>1</sup> The profile of institutions involved in the project (University of Zadar, Biokovo Nature Park, Brolanenses Society, Municipality and Tourist Board of Brela and the Directorate for the Protection of Cultural Heritage in Split) shows the range of jobs, interests and goals set in this project. The ultimate goal is to present to the cultural public, tourists and visitors to the park the church in the cultural landscape and the exceptional ambience of the mountain Biokovo.

### 3. A Symbol in the Landscape

Although we have argued that the Church of Our Lady of Health does not have a special architectural quality, it possesses two essential features that give it great significance. Namely, the building is an integral part of the magnificent ambience, also an outstanding landmark and symbol in the landscape. It is in the foreground of the scenography of today's ruined hamlet of Subotiče (Bebić, 1985, p. 83). Its name says that they used to hold a fair there on Saturdays (Saturday means Subota on Croatian), no doubt because it is located along the mentioned French road, which descends from the Poletnica pass with a rocky slope (Detelić, 2007, p. 412). The road built on high stone walls of expressive artistic quality should be treated as a unique Upper Brela heritage package with Subotiče and Our Lady of Health. The church is located at the foot of a valley that rises between two long rocky ridges to a pass that is

---

<sup>1</sup> Guidelines and cost estimates for construction and conservation works for the constructive renovation of the Church of Our Lady of Health, Gornja Brela was prepared by Darko Kulić.

the intersection of several other such radially placed ridges. In their meeting point is the church of St. Nicholas erected on an elevated position in the pre-Turkish period on the extreme edge of the visible horizon when viewed from Our Lady of Health (Bebić, 1985). Hikers and pilgrims, due to the specific radiant relief in the centre of which it is located, can access it not only by the educational trail *Paths of ancient Berulia* but also by other hiking trails, with the church always visible from a great distance.

Image 9. The church of St. Elijah on a large flattened prehistoric tumulus

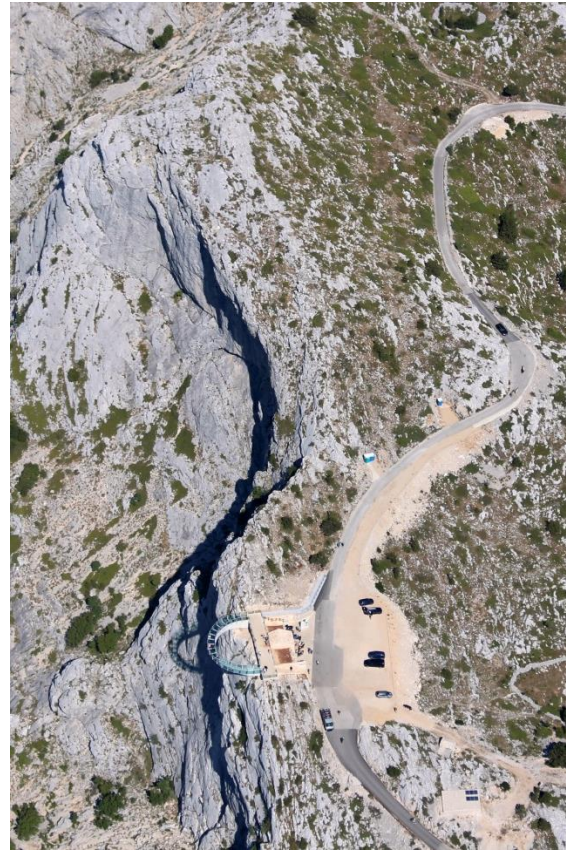


Such dominant accommodation is also possessed by other churches on the mountain Biokovo, some built after the Battle of Sinj, which changed geostrategic relations in Dalmatia and thus included the entire conquered area in the Christian ecumenism of the Venetian Republic (Čoralić and Markulin, 2016). The modest medieval church of St. George (Sv. Jure) used to stand on the highest peak of the same name, Biokovo. Due to the construction of the Biokovo television transmitter, it was destroyed, and a completely new church was built in 1968 on a slightly lower position, in the shadow of a new installation.

Image 10. Church of St. George on the peak of the Biokovo



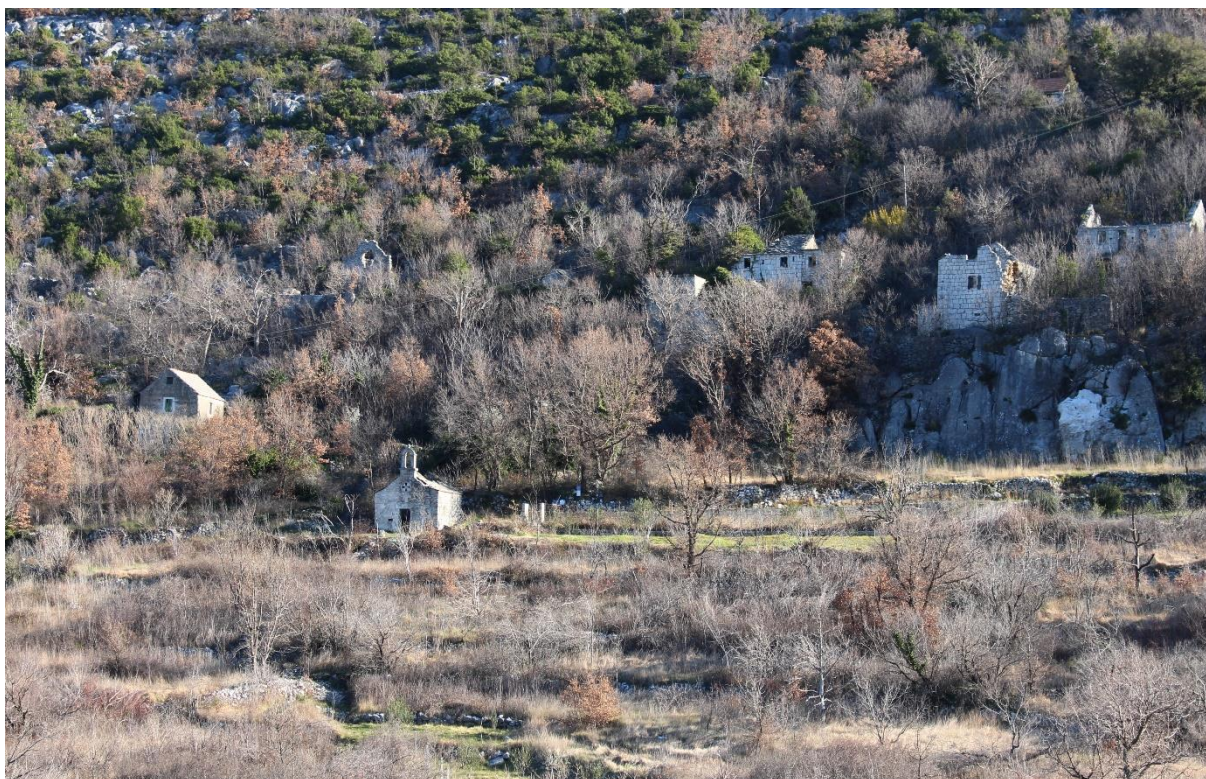
Image 11. Biokovo road to St. George next to Skywalk on the edge of a cliff



On the second highest peak of Prophet Elijah (Sv. Ilija) has a church of the same name, which is noticeable from many points of the Dalmatian Zagora when there is good visibility. By comparison with other examples, we can assume that the older pagan Slavic titular (Perun, Slavic god of tunder and lightning) was overlaid by the new Christian (Pleterski, 2015; Katičić, 2008, pp. 285-299). Another church whose titular is St. Ilija is located at the Staza pass in the southern part of the mountain, at the place where the intersection of the Austrian Rodičeva road, which connected Vrgorac and Makarska, with the Biokovo road that leads to the top of Sv. Jure and was built during the construction of the said television transmitter (Belamarić, 2017, p. 263). The exceptional position on the very edge of the rocks that collapse towards the banks of the Makarska Riviera is further emphasized because it is raised on a large flattened prehistoric tumulus – a tomb mound. The church was half destroyed during World War II and was rebuilt in 2005 as part of the Nature Park project. Miniature rustic chapel of Pope Caius (Sv. Kajo) looks like an organic part of the rock on which it was built, but it is well visible because it is also located along Francuska cesta (French road), on the coastal side above hamlet Gornji Kričak (Bebić, 1985).

All churches are the starting point or goals of hiking, tourist-educational and pilgrimage trails, they are field markings and spatial landmarks. Although on the edge or very far from populated areas, they are an integral part of these communities and the domicile population is interested in their fate in itself, not only as part of the tourist offer that is the dominant economic branch of the Makarska Riviera.

Image 12. Ruined Subotišće with Church of Our Lady of Health in foreground



Biokovo Nature Park has a double dichotomy in its work program. Part of the landscape, namely, is not virgin nature but has been artificially created, so care should also be taken of cultural heritage, prehistoric tumuli, shepherds' dwellings, stone shelters (known as "trim" or "bunja"), churches and old roads. Also, the protection of natural and cultural assets in modern society implies that they be available and displayed to those interested, which are often conflicting goals (Dumbović Bilušić, 2012). Recently, a striking example is the installation Skywalk, which during construction barely caught the view and relief of Biokovo, because it is connected by an old road to the top of St. S. Jure (Bogdan, 2020). However, the excessive growth of car traffic leads to gas and noise pollution as well as the disappearance of the calm atmosphere on the mountain. The lookout provides a spectacular dizzying view of the mountain, coast and islands and has provided a large influx of guests that ensure the financial stability of the Park and more diverse offer to guests in tourist centres. It seems to us that it is necessary and inevitable to extract economic profit from the natural and cultural heritage, which can be recycled again for the primary purpose of the Park, so a plan has already been prepared to reorganize and reduce traffic to Skywalk.

We from the University of Zadar joined the Park, the Municipality of Brela and the Tourist Board, primarily for professional and scientific interests. Aware, however, of the fact that archaeological sites such as the Church of Our Lady of Health, the French Road and the tangible cultural heritage in general should be actively involved in the economic offer for their self-sustainability, we focused part of our activities on the tourist-cultural offer.

Image 13. A spectacular dizzying view from Skywalk



Image 14. Amphorae from Jakiruša bay



The key activity in the next period initiated by the municipality of Brela is the creation of a regional archaeological collection within which the material found in the seabed of the bay Jakiruša will be presented (*Katalog Brela-Jakiruša 2000*). The material that was found two decades ago and was stored in the Makarska City Museum will thus become visible. The concept of the exhibition is already being prepared, in which the emphasis will be on several closed exhibition units, such as the Roman pottery kiln and the cargo of a ship with amphorae. Students from the Department of Art History and the Department of Archaeology of the University of Zadar are also involved in the entire action of presenting cultural material, in order to valorise the cultural heritage of Podbiokovlje. Such an interdisciplinary approach should result in the creation of a recognizable brand that will arouse the interest of a diverse audience, scientific to tourist.

#### 4. Conclusion

We will conclude that the purpose of the restoration and presentation of the Church of Our Lady of Health, the French Road, prehistoric tumuli and other monuments is precisely to re-emphasize their fundamental historical, symbolic and ambient features and values. It is necessary to sensitize the public and attract visitors to monuments in situ, in the mountain landscape. Care should be taken to ensure that visitors have the least invasive influence on nature with their number, itinerary and behaviour. One way is to revitalize ancient, neglected roads, trails and dwellings, and the other is to present heritage in

collections in tourist centres. Such an ambitious concept and program requires the synergy of a number of institutions and individuals.

## References

1. Bebić, J. (1985). *Brela*. Split.
2. Belamarić, J. (2017). „Francuska cesta“ na Biokovu poviše Brela. *Ars Adriatica*, 7, pp. 251-268.
3. Bogdan, A. (2020). Izgradnja nebeske šetnice Skywalk Ravna Vlaška. Adrenalinski doživljaj na vrhu Biokova. *Građevinar*, 72, pp. 533-539.
4. Božek, S. and Ivanac Braić A., eds. (2000). *Brela-Jakiruša, podmorsko arheološko nalazište*. Katalog Brela-Jakiruša, exhibition catalog. Brela.
5. Braudel, F. (1986). *The Mediterranean and the Mediterranean World in the Age of Philip II*. Berkeley - Los Angeles - London: University of California Press, 1996.
6. Čoralić, L. i Markulin, N. (2016). *Bitka za Sinj 1715. godine*. Zbornik Odsjeka za povijesne znanosti Zavoda za povijesne i društvene znanosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, 34, pp. 147-180.
7. Detelić, M. (2007). *Ēpski gradovi – leksikon*. Beograd: SANU, Balkanološki institut.
8. Diedo, G. (1863). *La Battaglia di Lepanto. La dispersione della invincibile armata di Filippo II illustrata da documenti sincroni*, Milano: G. Daeli e Comp. editori.
9. Dumbović Bilušić, B. (2012). *Krajolik kao kulturno naslijeđe – Metode prepoznavanja, vrjednovanja i zaštite kulturnih krajolika Hrvatske*. PhD thesis, Zagreb: Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
10. Franić, M. (1983). Kretanje stanovništva i neke migracije pod utjecajem turizma na području općine Makarska, *Acta Biokovica*, 2, pp. 393-400.
11. Franić, M. (2006). *Razvoj turizma u Makarskoj: 1906. – 2006*. Split: Turistička zajednica grada Makarske.
12. Katalinić, A. (1976). Dinamičko-ritmički uspon hrvatskoga marijanskog kulta. *Crkva u svijetu*, Split XI/1976. no. 3, 270-279.
13. Katičić, R. (2008). *Božanski boj. Tragovima svetih pjesama naše pretkršćanske starine*. Zagreb – Mošćenička draga: Ibis grafika.
14. Kružić, K. (2011). „Tog sretnog dana...“– uz 440. obljetnicu Lepantske bitke, *Radovi Zavoda za povijesne znanosti HAZU u Zadru*, 53, pp. 101-134.
15. Laurentin, R. (1963). *La question mariale*. Paris: Ed. du Seuil.
16. Novak, G. and Maštrović, V., eds. (1974). *Udio hrvatskih pomoraca u Lepantskoj bitki 1571. godine*. Lepantska bitka. Zadar.
17. Pleterski, A. (2015). *Tko je Perun?* Starohrvatska prosvjeta, III<sup>d</sup> s., 42, pp. 59-80.
18. Roksandić, D. (2003). *Triplex Confinium ili o granicama i regijama hrvatske povijesti 1500 – 1800*. Zagreb: Barbat.
19. Vilović, Đ. (1931). *Majstor duša*. Zagreb: Binoza.
20. Vilović, Đ. (2010). *Picukare*. Zagreb: V.B.Z.
21. Vukonić, B. (2005). *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb: Prometej.

## Sažetak

### **Živi, kraljuj, vladaj – revitalizacija crkve Gospe od Zdravlja u Gornjim Brelima**

Crkva Gospe od Zdravlja u Gornjim Brelima sagrađena je na opustošenom području između Osmanskog Carstva i Metlačke Republike, nakon pomicanja granica do Mocenigove linije 1721. Za potrebe novog stanovništva izgrađena je jednobrodna presvođena crkva. Crkva je podignuta 1731. godine. Nakon prestanka uporabe 1939. kontinuirano je propadala, ostala je trećina svoda i krova, narušena je statika nosivih zidova, djelomično uništeno popločenje i razbijen oltar. Crkva je sagrađena na putu od makarskog primorja prema Zagori, modernizirana za vrijeme francuske vladavine. Danas se nalazi unutar Parka prirode Biokovo, na početku poučne staze „Stazama antičke Berulije“ koja vodi od Prezentacijskog centra Parka do crkve sv. Nikole u srcu planine. Zbog kulturne i ekološke važnosti, projekt zaštite i revitalizacije crkve obnovljen je 2019. godine. Prva faza bila je izrada izvješća o zatečenom stanju objekta koje je bilo znatno lošije nego u vrijeme kada prethodni Konzervatorski elaborat iz 1993. U drugoj fazi arheološka su istraživanja obavljena u dvije faze. Treća faza odnosila se na izradu Statičke studije sa smjernicama obnove, koja predviđa obnovu zidova i pročelja, rekonstrukciju krovništva i hortikulturno uređenje. Institucije uključene u projekt (Sveučilište u Zadru, Park prirode Biokovo, Društvo Brolanenses, Općina i Turistička zajednica Brele te Uprava za zaštitu kulturne baštine) pokazuju raspon zadataka, interesa i ciljeva postavljenih u ovom projektu.<sup>1</sup> Finale predstavlja zdanje u kulturnom krajoliku i iznimnom ambijentu planine Biokovo.

Ključne riječi: Gospa od Zdravlja, Francuska cesta, Brele, zaštita, prezentacija

---

<sup>1</sup> Ovaj rad sufinanciralo je Sveučilište u Zadru kroz institucionalni projekt br. IP–UNIZD 2021 – DisKont – Podglogovik na Biokovu: Graditeljski diskontinuiteti, devastacije i reciklaže (voditelj projekta: Željko Miletić).

Stručni rad

Primljeno: 13. rujna 2021.

Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.

UDK: 338.483.12:904(398Sikuli)

Santa Duvnjak<sup>1</sup>

Nera Janković<sup>2</sup>

# Idejna prezentacija arheološkog lokaliteta Resnik s ciljem popularizacije arheološke baštine i turističke valorizacije<sup>3</sup>

## Sažetak

Arheološki lokalitet Resnik u svom nazivu krije antičko naselje Sikuli (*Siculi*) čije se ime sačuvalo u nekolicini povijesnih izvora. Smješten na ušću potoka Resnik u Kaštelanskom zaljevu lokalitet predstavlja jedino poznato antičko naselje u Kaštelanskom polju izvan salonitanskog agera. Resnik se danas nalazi na području istoimenog hotelskog kompleksa što uvelike otežava njegovo daljnje istraživanje, konzervaciju i prezentaciju. Cilj je ovoga rada *benchmark* metodom istaknuti potencijal prezentacije navedenog arheološkog nalazišta u smjeru popularizacije arheološke znanosti i baštine, ali i isticanja njegove turističke vrijednosti. *Ambrussum* je primjer atraktivno prezentiranog antičkog naselja na području nekadašnje Narbonske Galije, danas u blizini gradića Villettele u južnoj Francuskoj. Pomoću *storytellinga*, lokalitet je interpretiran i približen javnosti, s velikom ponudom prezentacija, aktivnosti i događanja. Usporedbom dvaju lokaliteta i hipotetskom primjenom metoda prezentacije i interpretacije francuskog nalazišta na dalmatinsko, nastojat će se prepoznati prednosti daljnjeg arheološkog istraživanja, konzerviranja i prezentiranja Resnika. Također će se analizirati potencijal arheološkog lokaliteta u pogledu turističke valorizacije. Prilikom analize potrebno je uzeti u obzir specifičnosti lokaliteta i njegova smještaja kako bi se spomenuti resursi što bolje mogli uklopiti u turistički razvoj. Prioritet je rada prikazati primjenjivost konverzijske funkcije turizma koja kroz proces turističke valorizacije atraktivnim resursima, poput kulturno-povijesnih atrakcija, pridodaje uporabnu vrijednost koja se ogleda kroz stvaranje dohotka i drugih ekonomskih učinaka, u ovom slučaju, za Grad Kaštela i hotelski kompleks Resnik.

Ključne riječi: Sikuli, Resnik, arheološka baština, valorizacija

<sup>1</sup> Santa Duvnjak, studentica, Filozofski fakultet u Zagrebu, prapovijesni smjer Odsjeka za arheologiju; santa.mv26@gmail.com

<sup>2</sup> Nera Janković, studentica, Filozofski fakultet u Zagrebu, antički smjer Odsjeka za arheologiju; nera.jankovic@gmail.com

<sup>3</sup> Mentor studentica za ovaj rad je dr. sc. Dino Demicheli, Filozofski fakultet u Zagrebu, Odsjek za arheologiju; ddemiche@ffzg.hr



## 1. Povijesno-arheološki kontekst Resnika

„*Siculi quem locum divus Claudius veteranos misit*“ (N.h., III 141). Tako glasi prvi pisani spomen antičkih Sikula u Plinijevom dijelu *Naturalis Historia* – mjesto gdje car Klaudije naseljava svoje vojne veterane (Zaninović, 2015, str. 136). Slijedeći dokaz koji govori o povijesnoj važnosti Sikula, na području Kaštelanskog zaljeva je *Tabula Peutingeriana* koja prikazuje naselje ucrtano na obali mora u blizini antičke Salone (Kamenjarin, Šuta, 2011, str.10 i 22). Naselje Sikuli, odnosno lokalitet Resnik, smješteno je na prirodno pogodnom položaju koji je već u paleolitik bio privlačan za naseljavanje, o čemu svjedoče nalazi pronađeni podvodnim istraživanjima lokaliteta, u kojima su potvrđeni paleolitik i neolitik (Kamenjarin, Šuta, 2011, str.12).

Pretpostavlja se da je helenističko naselje Sikuli osnovala Isa (*Issa*) oko polovice 2. st. pr. Kr., na što upućuje pronađeni pokretni materijal, način gradnje i organizacija naselja (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 21-22) te sama blizina potvrđene isejske kolonije Tragurij koji je od Sikula udaljen pet rimskih milja, a od Salone devet rimskih milja. Područje je iznimno povoljno za naseljavanje zbog brojnih komunikacijskih putova koji povezuju zaleđe i obalu Dalmacije te poljoprivrednog potencijala Kaštelanskog polja. To je prvenstveno uzgoj vinove loze i proizvodnja vina što je Isejcima bila jedna od primarnih gospodarskih i ekonomskih grana (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 22). Neposredno uz naselje teče vodom bogat eponimni potok Resnik. Naselje je imalo luku u svojoj helenističkoj i rimskoj fazi, što navodi na zaključak da su Sikuli vjerojatno bili važan trgovački punkt koji je spajao unutrašnjost Dalmacije s obalom (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 25).

Za prvu fazu naselja – helenističku, pretpostavlja se da je zauzimala oko 3,6 ha. Iako je ova faza sačuvana nešto bolje u vidu nalaza arhitektonskih elemenata od kasnije faze, i dalje nisu potvrđeni nalazi koji se mogu povezati s arhitekturom javnih građevina i javnog prostora (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 31). Naselje je bilo organizirano u obliku jednolikih blokova što ukazuje na plansku izgradnju čitavog naselja (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 32). Zahvaljujući morskom mulju pronađen je velik broj organskih nalaza koji je potvrdio korištenje drva u arhitekturi (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 35). Naselje nije smješteno na prirodno zaštićenom položaju osim mora na jugu i potoka na zapadu (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 36) stoga je sjeverna granica naselja bila zaštićena bedemom koji je pronađen u dužini od oko 80 metara (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 37, 38). Prva faza naselja završava u drugoj polovici 1. st. pr. Kr., a istraživanja pokazuju da se život u naselju naglo prekinuo, na što upućuju ostatci urušenih građevina i paleži. Unatoč povoljnom položaju naselja, nakon završetka prve faze naseljavanja proći će nekoliko desetljeća prije nego što se izgradi i nasele Sikuli, tzv. druge faze (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 31).

Druga faza naselja započinje u 1 st. po. Kr. kada car Klaudije šalje svoje vojne veterane da nasele Sikule, a s njima dolazi i priljev ostalog stanovništva. Život u naselju traje sve do 5. st. po. Kr. ili najkasnije 6. st. po.Kr. (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 23 i 39). O dolasku i životu vojnih veterana na kaštelanskom području svjedoče brojni gospodarski objekti (*villae rusticae*) i veteranski natpisi, pronađeni ne samo na užem području Sikula već na širem području Kaštelanskog polja i obale (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 23). Druga faza naseljavanja lošije je sačuvana u pogledu arhitekture čemu je najveći uzrok krčenje i odnošenje kamena tijekom stoljeća (Kamenjarin i Šuta, 2011, str. 39). Iako je arhitektura slabo

sačuvana, iz temelja je jasno vidljivo da raspored građevina kao i čitav raster ne prate raspored i raster prethodne faze, osim jedne komunikacije koja prolazi kroz naselje. U ovoj fazi naselje buja te se počinje širiti izvan granica bedema i izvan prirodne zapadne granice koju čini potok. Izgrađena je i nova luka stotinjak metara istočnije od helenističke te je nasipan i dio morske obale (Kamenjarin i Šuta, 2011, str. 39).

Drugoj fazi naselja pripadaju dvije pronađene skupine grobova koje se u literaturi nazivaju zapadna i istočna nekropola (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 55). Pronađeni grobovi nisu uniformni, kako orijentacijom i redom, tako ni načinom ukapanja. Potvrđeni su grobovi u amforama, zidani grobovi (*a pozzeto*) i obiteljske grobnice. Nekropole koje se mogu vezati uz naselje prve faze još nisu pronađene što je posljedica trenutačne nemogućnosti istraživanja šireg prostora lokaliteta Resnik. To je iznimno važno jer su se nekropole iz navedenog ranijeg razdoblja smještale izvan naselja, često uz putove koji vode prema naselju (Kamenjarin i Šuta, 2011, str. 55).

Prvi aktivni pokušaji spašavanja lokaliteta Resnik od devastacije i priznavanje njegovog arheološkog potencijala javljaju se prilikom proširivanja hotelskog kompleksa Resnik, 80-ih godina prošloga stoljeća. Tada su pronađeni ulomci amfora, antički novac te staklene posude, odnosno indikatori postojanja grobova. Zavod za zaštitu spomenika i kulture Split tada je predložio obustavu radova, ali je ta odluka zanemarena i radovi su nastavljeni. Arheološki je materijal na tom području i ranije primijećen. Usmene predaje govore o metalnim i keramičkim nalazima pronađenima prilikom obrade zemlje te, iako nema pisanih tragova o arheološkim nalazima pri prvotnoj izgradnji hotela 60-ih, malo je vjerojatno da ih uistinu nije bilo (Kamenjarin i Šuta, 2011, str. 9).

Prvo arheološko istraživanje započelo je 1991. godine na slobodnom prostoru hotelskog kompleksa. Nalazi su se sastojali od mnoštva ulomaka keramike, pedeset komada novca i kasnoantičkog groba u amfori. Na temelju nalaza zaključeno je da se na tom području nalazio stambeno-skladišni prostor u sklopu luke. Razdoblje Domovinskog rata prekinulo je mogućnost kopnenih istraživanja, ali se tada otvorila mogućnost za provođenje podvodnih istraživanja koja su donijela nova saznanja o vrijednosti Resnika kao arheološkog lokaliteta. Iduća su velika istraživanja bila zaštitnog tipa prilikom izgradnje kanalizacije na području Resnika. Trasa kolektora prolazila je preko područja lokaliteta te je postignut dogovor kojim je omogućeno zaštitno istraživanje istočno od ušća potoka Resnik. Prilikom iskopavanja otkriveni su pravilni zidovi, pokretni arheološki materijal i organski ostatci očuvani u mulju. Zaštitna istraživanja na čitavom području Kaštela započela su 2007. godine. Pronađeni su arhitektonski elementi te jedan reljef s prikazom dupina koji upućuju na moguće postojanje hrama na području naselja. Godine 2008. dolazi do konzervacije dijelova nalazišta te ono biva trajno zaštićeno i registrirano kao nepokretni spomenik kulture Republike Hrvatske. Ovim činom lokalitet se zakonski zaštitio od daljnje devastacije te su otvorene mogućnosti za buduća istraživanja i prezentaciju lokaliteta (Kamenjarin, Šuta, 2011, str. 12-18).

## 2. Povijesno-arheološki kontekst Ambrusa

Ambrus (*Ambrussum*) je arheološki lokalitet smješten u blizini današnjeg naselja Villetelle u južnoj Francuskoj (Bromwich, 1993, str. 74). Najstariji arheološki slojevi ukazuju na tragove naseljavanja već

u neolitiku te datiraju oko 3000. godine pr. Kr. Krajem 4. st. pr. Kr. na tom se području naseljava galsko pleme Volki (*Volcae*) koji osnivaju naselje opasano bedemima, odnosno *oppidum*, na brežuljku uz rijeku Vidourle. *Oppidum* je imao bedeme s kulama te je pokrivao područje od 5.6 ha.

Oko 120. godine pr. Kr. Rimljani prelaze rijeku Ronu te u Galiji grade ceste za svoje vojne pohode. Tada Gnej Domicije Ahenobarb (*Cn. Domitius Ahenobarbus*) daje izgraditi cestu zvanu *Via Domitia* koja je prolazila uz samo galsko naselje.<sup>4</sup> Danas je cesta vidljiva u obliku tri metra široke površine popločane oblicima, čije granice obilježava pravilno rubno kamenje, a na središnjem su dijelu vidljivi i kolotraci (spurile) (Bromwich, 1993, str. 74). *Via Domitia* prelazila je rijeku Vidourle putem kamenog mosta danas poznatog kao *Pont Ambroix*. Vjeruje se da je 175 m dugačak most činilo jedanaest lukova, od kojih jedan još i danas stoji. Dolaskom Rimljana, njihov način života u naselju dobio je svoj zamah – izgrađene su rimske kuće s unutarnjim dvorištima, a ulice su popločane. Arheološka istraživanja pokazala su da je *oppidum* napušten krajem 1. st. po. Kr. (Bromwich, 1993, str. 74).

Novo je naselje osnovano na zaravni između brežuljka i rijeke Vidourle, a zahvaljujući Domicijevoj cesti, ono je postalo putna postaja. Arheološkim istraživanjima pronađene su građevine koje su interpretirane kao svojevrsna svratišta gdje su se putnici mogli okrijepiti. Pronađeni su brojni pokretni nalazi poput fibula, narukvica, ukosnica, novca i potkova, a posebno se ističe nalaz vrećice s dragim kamenjem i srebrnim novcem te kožna sandala i drvena šalica. Život u naselju počeo je opadati već nakon 2. st. po. Kr., a naselje je potpuno napušteno u ranom 5. st. po. Kr.<sup>5</sup>

### 3. Turistička ponuda Ambrusa

Ambrus je danas atraktivan i inspirativan arheološki park koji je svojom ponudom orijentiran obiteljskim edukativnim sadržajima. Lokalitet nije identičan lokalitetu Resnik, ali svojom bogatom ponudom nudi nadahnuće za potencijalne turističke usluge koje se mogu prilagoditi i primijeniti i na lokalitet Resnik odnosno na ponudu potencijalnog arheološkog parka Sikuli.

Arheološki park *Ambrussum* u sklopu lokaliteta sadrži muzejski prostor u kojemu je izložen stalni postav nalaza s lokaliteta, ali i povremene gostujuće izložbe. U muzeju su također prikazane i rekonstrukcije arheoloških nalaza i građevina vidljivih na lokalitetu. Arheološki park čine šetnice s popratnim informativnim tablama te pripadajućim fiktivnim vodičem na info letku. Vrijedna je atrakcija parka oživljavanje povijesti na samom lokalitetu. Demonstracijom rimsko-galskih borba, na zabavan se način posjetitelje educira o umijeću rimskog ratovanja, oružju i ratnim običajima, ali i omogućava promatranje te sudjelovanje u svakodnevnim aktivnostima rimskog vojnika. Park uz to nudi i aktivnosti kao što su detektivski *booklet* za tinejdžere i odrasle, igru za djecu „lov na blago“ te izradu i igranje rimskih društvenih igara. U vidu popularizacije znanosti na lokalitetu se prikazuje i demonstracija arheološkog istraživanja koja potiče realniju percepciju posjetitelja u pogledu arheologije kao znanstvene discipline.

Arheološki je park otvoren i dostupan posjetiteljima svakodnevno tijekom cijele godine, a ulaz je besplatan. Muzej *Ambrussum* ima sezonski prilagođeno radno vrijeme, primjerice, zimi je otvoren u poslijepodnevni satima, dok se u jesenskim i ljetnim mjesecima može posjetiti u jutarnjem ili

<sup>4</sup> Ambrussum. Balade romaine. *History and territory*. Preuzeto s: <http://www.ambrussum.com> (28. 8. 2021.)

<sup>5</sup> Ibid 4

poslijepodnevnom terminu. Ulaz u muzej, baš kao i na sam lokalitet, ne naplaćuje se. Naplaćuje se ponuda muzejskog vodstva, dostupna svaku subotu, ali samo na francuskom jeziku. Cijena vodstva je 5 €, s prilagođenom cijenom od 4 € za školarce, studente, nezaposlene te grupe veće od deset ljudi.<sup>6</sup>

Iz priloženog vidimo da se ekonomska vrijednost arheološkog parka temelji na metodi *storytellinga*, kroz koju je lokalitet interpretiran i približen javnosti. *Storytelling* se kao metoda turističkog marketinga oslanja na prodaju dobro ispričane priče umjesto samog proizvoda.<sup>7</sup> Proizvod koji *storytelling* ustvari nudi jest autentičan, jedinstven i interaktivan doživljaj koji će stvoriti nezaboravno iskustvo (Latin, Parabić, Paulišić, 2020). Metoda je vrlo uspješno primijenjena na arheološki park *Ambrussum* kroz posjete s vodstvom te brojne ranije navedene aktivnosti.

#### 4. Idejna turistička ponuda arheološkog parka Sikuli

U prethodnom poglavlju istaknute su turistički i ekonomski vrijedne ponude i atrakcije arheološkog parka *Ambrussum* koje nedvojbeno privlače velik broj turističkih posjetitelja. Kako bi se dočarao potencijal arheološkog lokaliteta Resnik, primijenit ćemo *benchmarking*. *Benchmark* metoda predstavlja proces usporedbe vlastitih poslovnih planova, produkata i funkcija s onima konkurenata ili drugih ustanova u istom polju, s ciljem poboljšanja vlastitih pristupa, tehnologija i procesa. Prilikom primjene metode, važno je definirati s kojim se problemima susrećemo u planiranju i provedbi vlastitih projekata, a zatim se usmjeriti prema implementaciji boljih rješenja.<sup>8</sup>

Idejom o zaštiti i popularizaciji lokaliteta Resnik već su se intenzivno bavili djelatnici Muzeja grada Kaštela, pogotovo voditeljica istraživanja, muzejska savjetnica Ivanka Kamenjarin. Nažalost, ovi projekti nisu zaživjeli u svom punom potencijalu zbog manjka sredstava i birokratskih problema s kojima se voditeljica terena susretala. To je spriječilo da se ovaj bogati lokalitet do kraja istraži i popularizira te da se osvijesti njegova važnost, ne samo u svijetu već i među građanima grada Kaštela.

Lokalitet ima iznimno atraktivan položaj u pogledu turističke ponude – u blizini je splitske zračne luke kao i marine te gradova Splita i Trogira koji su jedni od najposjećenijih turističkih odredišta u Hrvatskoj. Sam je lokalitet smješten neposredno uz plažu hotelskog kompleksa te je lako pristupačan. Turisti koji borave na prostoru hotelskog kompleksa doslovno spavaju na arheološkom i povijesnom bogatstvu, dok oni koji se odluče za boravak u bungalovima, imaju priliku provesti svoj odmor obitavajući usred arheološkog parka. Čitav jedan dio ponude hotela mogao bi se prilagoditi posjetiteljima koji imaju afinitet i želju da istraže i dožive rimsku povijest Kaštela u njezinoj punini, od edukativno-zabavnih aktivnosti za djecu tako i onih za nešto stariju publiku.

Hotel u suradnji s Gradom Kaštela te ostalim gradskim kulturno-turističkim ustanovama može osmisliti „Rimske pakete“ koji mogu biti obiteljski (u koji su uključene dječje radionice) ili obični (koji su namijenjeni zrelijoj publici). Namijenjeni posjetiteljima hotela, paketi bi uključivali sve aktivnosti, ulaznice za Muzej grada Kaštela kao i kartu za plovidbu brodom koji bi ih odveo do muzejskih postava gdje bi ih čekali

<sup>6</sup> Cjenik preuzet s mrežne stranice: <http://www.ambrussum.com> (28. 8. 2021.)

<sup>7</sup> Rihelj, I. (12. 10. 2019.). Storytelling u turizmu: Prodaj mi priču, a ne proizvod. *hrturizam.hr*. Preuzeto s: <https://hrturizam.hr/storytelling-u-turizmu-prodaj-mi-pricu-a-ne-proizvod/> (29. 8. 2021.)

<sup>8</sup> Svijet Kvalitete. *Benchmarking*. Preuzeto s: <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/upravljanje-kvalitetom/2004-benchmarking> (28. 8. 2021.)

kvalificirani vodiči. Osim paketa, sudjelovanje u svim aktivnostima moglo bi se platiti i zasebno, s nešto pristupačnijim cijenama za djecu, studente, umirovljenike i nezaposlene. U sklopu hotela mogu se održavati Rimske večeri, koje bi bile atraktivan događaj koji će zainteresirati i lokalno stanovništvo. Za vrijeme Rimskih večeri posluživala bi se tipična i jednostavna jela antičkog Rima te bi se posluživalo i promoviralo vino i ulje lokalnih manjih proizvođača. To bi ujedno mogla biti prilika i za stvaranje lokalne udruge koja bi potakla ciljanu proizvodnju za ovakav tip turističke ponude. Mogli bi postojati punktovi s rimskim igrama i suvenirima u obliku replika nalaza pronađenih na lokalitetu. Večeri bi se idealno održavale na, za sada, neuređenom betoniranom parkingu koji se nalazi uz otvorenu sondu.

S istočne strane parkinga nalaze se dvije manje zgrade s nekadašnjim hotelskim apartmanima koji trenutno nisu u funkciji. Uz nevelika sredstva, obje zgrade ili barem jedna od njih mogu se urediti te bi taj prostor mogao poslužiti kao skladišni prostor za materijale, dekoracije, namještaj i kostime koji bi se koristili u arheološkom parku, za vrijeme svih aktivnosti koje park može ponuditi. Također se dio prostorija može prenamijeniti u prostor za dječje radionice i druge aktivnosti koje bi se održavale za vrijeme velikih ljetnih vrućina kada boravak na otvorenom i nije toliko ugodan. Tada hotel dobiva ne samo atraktivnu ponudu za ljubitelje povijesti već i program za djecu, gdje roditelji mogu ostaviti mališane uz adekvatan nadzor i edukativno zabavne aktivnosti. Trošak bi, u ovom izoliranom slučaju, za hotel bio takoreći nepostojeći jer bi dali na korištenje prostore koji su trenutno neiskorišteni, dok bi se sredstva za obnovu mogla dobiti iz raznih izvora financiranja (EU fondovi, državna, županijska, gradska uprava...).

U ovome slučaju, kada je velik dio arheološke arhitekture nakon istraživanja zaštićen i zatrpan, prezentacija lokaliteta često može biti nezgodan zadatak. Uz sve veći i brži napredak i razvoj tehnologije, čak i za ovakve prepreke nalaze se rješenja u obliku virtualnih prezentacija arheoloških lokaliteta. Takve prezentacije atraktivno su i relativno jednostavno rješenje. Na lokalitetu Resnik bila bi praktična primjena AR-a (*Augmented reality*), odnosno proširene stvarnosti uz pomoć aplikacije koja bi se ulaskom u park i skeniranjem QR (*Quick Response*) koda na informativnom panou besplatno instalirala na željeni pametni uređaj.

Aplikacija bi imala dvije opcije: vodstvo prilagođeno za djecu, koje je ujedno i igra lova na blago, i opciju za zreliju publiku. Aplikacija s vodstvom za zreliju publiku sastojala bi se od fiktivnog vodiča, vojnog veterana – mještana Sikula koji bi korisnike proveo kroz lokalitet i njegove povijesne faze. Pomoću AR-a korisnici bi vidjeli rekonstrukcije naselja, fotografije faza arheoloških istraživanja kao i sve atraktivne informacije vezane uz lokalitet i proces istraživanja. Dječji bi vodič svojim informacijama bio prilagođen djeci predškolske i školske dobi (do 12 godina), a kroz tekst bi ih provodio fiktivni lik kćeri/sina vojnog veterana iz Sikula. Djeca bi AR pregledom okoline tražila blago koje bi ujedno predstavljalo stvarne artefakte pronađene na lokalitetu, a prilikom njihova pronalaska pojavile bi se i kratke informacije o predmetima. Na kraju lova na blago dobili bi certifikat počasnog arheologa (sa svojim imenom) u aplikaciji koji mogu poslati na adresu e-pošte i ispisati.

Slična aktivnost realizirana je u obliku radne bilježnice pod nazivom „Plovidba u prošlost; Mala škola baštine kaštelanskog zaljeva“ u izdanju Muzeja grada Kaštela i Hrvatskog pomorskog muzeja Split. Radna bilježnica sadrži informacije o arheološkim nalazima na području kaštelanskog zaljeva, a pitanja

i zadatci unutar bilježnice omogućavaju i olakšavaju usvajanje novih pojmova, povijesnih informacija kao i jednostavnije arheološke vještine. Sadržaj ove radne bilježnice mogao bi se pretvoriti u digitalni oblik i postati dio aplikacije arheološkog parka Sikuli.

U svrhu popularizacije arheologije, u njezinom realnom svjetlu i vrijednosti kao istraživačke multidisciplinarnе znanosti, bilo bi zgodno u sklopu parka organizirati demonstracije arheoloških aktivnosti. Tako bi opća javnost, iz prve ruke, mogla spoznati izazove s kojima se arheolozi svakodnevno susreću na terenu, koji su temeljni principi istraživanja i kako je to primjenjivo na ovaj lokalitet. Nakon demonstracija, mlađa i starija publika mogla bi sama iskušati kako je to biti arheolog. To bi se ostvarilo pješčanicom podijeljenim na kvadrante koji u sebi krije replike nalaza s lokaliteta. Također bi se mogla organizirati i mala arheološka škola u kojoj bi djeca učila o povijesti Kaštelanskog zaljeva i osnovne arheološke vještine koje bi primjenjivali kroz igru, edukativno-kreativne zadatke te jednostavnije oblike eksperimentalne arheologije. Po završetku arheološke škole, djeca bi dobila personalizirani certifikat malog arheologa.

Kao još jedna primjenjiva atrakcija, nameće se obrazovna turistička tura. Muzej grada Kaštela već ima atraktivnu rutu, koja za sada još nije ustaljena, ali uz priljev gostiju iz hotela Resnik kao i samom popularizacijom ture, ona može vrlo lako postati dio stalne ponude muzeja. „Plovidba u prošlost“ zajednički je projekt Muzeja grada Kaštela i Hrvatskog pomorskog muzeja Split. Turistička se tura trenutno sastoji od vožnje brodom koja kreće iz Splita te joj je prvo stajalište nadbiskupska palača u kojoj se nalazi dio stalnog postava Muzeja grada Kaštela. Sljedeća je postaja dvorac Vitturi koji je sjedište Muzeja grada Kaštela te sadrži drugi dio stalnog postava muzeja kao i prostor za povremene izložbe. Krajnje je pristanište na Resniku gdje se posjećuje otvorena arheološka sonda na lokalitetu. Ova je tura iznimno atraktivna te bi se relativno lako mogla ostvariti privatno-javna suradnja između hotela Resnik, Muzeja grada Kaštela i Turističke zajednice grada Kaštela kako bi ponuda ove ture bila pristupačnija, bogatija sadržajima te kako bi postala dio stalne turističke ponude.

## 5. Potencijal u pogledu turističke valorizacije

Arheološki turizam predstavlja zanimljiv i važan resurs. Unatoč tome, on u Republici Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno razvijen niti valoriziran (Mihelić, 2011, str. 8). Da bi arheološka baština postala iskoristivim resursom, prvenstveno je važno lokalitete istražiti, očuvati i zaštititi, potom stručno i atraktivno prezentirati, a tek onda uključiti u turističku ponudu. Posjetiteljima je kulturni značaj lokaliteta važan, ali je upečatljiva i živopisna prezentacija neophodna.<sup>9</sup>

Nastavkom istraživanja lokaliteta Resnik i kvalitetnom prezentacijom kreirao bi se ekonomski vrijedan resurs koji bi omogućio stvaranje nove dobiti, dok bi istodobno djelovao pozitivno na očuvanje kulturnog nasljeđa. Suradnjom Hotela Resnik, Grada Kaštela, Splitsko-dalmatinske županije, Turističke zajednice grada Kaštela, Muzeja grada Kaštela, Ministarstva turizma i sporta, Ministarstva kulture i medija te pomoću sredstava EU fondova, ulaganje u istraživanje lokaliteta i investiranje u arheološki park

<sup>9</sup> Ministarstvo turizma i sporta. *Arheološki turizam: Izazov za Hrvatsku*. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/vijesti/arheoloski-turizam-izazov-za-hrvatsku/15495> (27. 8. 2021.)

generiralo bi pozitivne ekonomske učinke poput novih prihoda i mogućnosti zaposlenja lokalnog stanovništva.

Dobit bi se očitovala u prihodima od turističkih vodstava, prodaje suvenira i proizvoda lokalnih proizvođača vina i ulja, ali prvenstveno u priljevu novih gostiju Hotela Resnik, u sklopu kojega bi se prodavali „Rimski paketi“ s različitim atrakcijama, radionicama i gastronomskim ponudama, ali i ulaznice za Muzej grada Kaštela i plovidbu brodom. Time bi na arheološki lokalitet Resnik implementirali konverzijsku funkciju turizma, koja resurse bez primjetnog ekonomskog učinka, uključivanjem u turističku ponudu, konvertira u ekonomski vrijedne resurse (Vojković, 2017, str. 16).

## **6. Važnost valorizacije i popularizacije arheologije**

Ulaganjem u arheološki turizam i njegovim promoviranjem ujedno se kreira i autohtoni identitet cijelog područja Grada Kaštela. Dobro izgrađen i promoviran identitet grada svojom valorizacijom postaje široko prepoznatljiv brend koji povijesnom pričom oživljenom kroz ponude arheološkog parka i njegovih partnerskih ustanova privlači velik broj ljudi koji žele iskusiti i doživjeti kulturne atrakcije dalmatinske obale.

Valoriziranjem arheoloških nalazišta i njima nadležnih ustanova, odnosno muzeja, smanjuje se financijski pritisak na državne i druge upravne proračune koji većinom snose troškove istraživanja, konzerviranja, a zatim i održavanja lokaliteta. Valorizacijom arheološka nalazišta postaju samoodrživa čak i profitabilna, što potiče daljnja ulaganja u istraživanja i zaštitu ostale arheološke baštine.

Popularizacijom arheologije i edukacijom najmlađih širi se opća svijest o vrijednosti kulturne baštine, a samim tim i svijest o potrebi njezinog očuvanja. Time se umanjuje daljnja devastacija nalazišta i devastacija potencijalnih arheoloških nalazišta. Također se povećava angažiranost šire javnosti pri očuvanju kulturne baštine te se smanjuje broj vandalizama na kulturnim dobrima. Kulturna je baština dio grada kao i dio samih građana te ona pripada njima i njihovu identitetu. Na građanima je da tu baštinu prepoznaju i očuvaju uz pomoć nadležnih muzejskih i konzervatorskih ustanova. Promjena odnosa prema kulturnim dobrima dolazi prvenstveno iz vlastite lokalne zajednice, a tek onda dolazi prepoznavanje vrijednosti od strane ostalih. Bez prepoznavanja vrijednosti od strane lokalnog stanovništva i ulaganja u očuvanje i prezentaciju ne može se krenuti u potpunu turističku valorizaciju tih dobara.

## **7. Zaključak**

Arheološki turizam postaje sve popularniji oblik turizma, on valorizira resurse koji do sada nisu imali primjetnog ekonomskog učinka te ih uključuje u turističku ponudu. Hrvatska, zemlja s bogatom kulturnom baštinom i prirodnim ljepotama, privlači velik broj turista koji su motivirani kulturom. Priljevom turista raste multiplikativna funkcija, funkcija zapošljavanja kao i induktivna funkcija odnosno potreba za stvaranjem novih i brojnijih turističkih ponuda, usluga i dobara. Sve to stvara mogućnost i potrebu za valoriziranjem i drugih arheoloških nalazišta poput lokaliteta Resnik (Budimir-Bekan, 2019, str. 3-7).

## Literatura

1. Bromwich, J. (1996). *The Roman Remains of Southern France. A guidebook*. Digitalno izdanje (2005). London i New York: Routledge.
2. Budimir-Bekan, A. (2019). *Makroekonomski značaj turizma RH* (završni rad). Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski Fakultet.
3. Kamenjarin, I., Šuta, I. (2011). *ANTIČKI SIKULI: Katalog izložbe*. Kaštel Lukšić: Muzej grada Kaštela.
4. Latin, J., Parabić, M., Paušalić, M. (2020). *Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Preuzeto s: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA\\_2020\\_ABC/c\\_dokumenti/200128\\_prirucnik\\_PT\\_hrv.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf) (29. 8. 2021.)
5. Mihelić, S., ur. (2011). *Arheologija i turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Hedone d. o. o.
6. Jan, L., Mayhoff, K. F. T. i Lipsiae, B. G. T., ur. (1875). *Plinius, Secundi Naturalis historiae libri XXXVII*. Preuzeto s: [https://openlibrary.org/books/OL18125354M/C.\\_Plini\\_Secundi\\_Naturalis\\_historiae\\_libri\\_XXXVII](https://openlibrary.org/books/OL18125354M/C._Plini_Secundi_Naturalis_historiae_libri_XXXVII) (28. 8. 2021.)
7. Vojković, E. (2017). *Turistički prihodi u funkciji razvoja Republike Hrvatske* (završni rad). Split: Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet.
8. Zaninović, M. (2015). *Ilirski ratovi*. Zagreb: Školska knjiga.

## Internetski izvori

1. *Ambrussum. Balade romaine. History and territory*. Preuzeto s: <http://www.ambrussum.com> (28. 8. 2021.)
2. John Reh, F. (26. 6. 2019.). *The Importance of Benchmarking in Improving Business Operations. the balance careers*. Preuzeto s: <https://www.thebalancecareers.com/overview-and-examples-of-benchmarking-in-business-2275114> (29. 8. 2021.)
3. Rihelj, I. (12. 10. 2019.). Storytelling u turizmu: Prodaj mi priču, a ne proizvod. *hrturizam.hr*. Preuzeto s: <https://hrturizam.hr/storytelling-u-turizmu-prodaj-mi-pricu-a-ne-proizvod/> (29. 8. 2021.)
4. Svijet Kvalitete. *Benchmarking*. Preuzeto s: <https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/upravljanje-kvalitetom/2004-benchmarking> (28. 8. 2021.)

## Abstract

### **Conceptual presentation of the archaeological site Resnik with the aim of popularizing the archaeological heritage and tourist valorization**

The archaeological site of Resnik hides behind its name the ancient settlement of Siculi, whose name has been preserved in several historical sources. Located at the mouth of the creek Resnik in the Kastela Bay, the site is the only known ancient settlement in the Kaštela area outside the Salonitan ager. Today, Resnik is located in the vicinity of an eponymous hotel complex, which greatly complicates its further archaeological research, conservation and presentation. The aim of this paper is to use the benchmark method to highlight the potential value of the archaeological presentation of the site, in purpose of popularizing archaeological science and heritage, as well as emphasizing its tourist value. Ambrussum is a great example of an attractively presented ancient settlement in the former Narbonne Gaul, today near the small town of Villetelle in southern France. Using the method of storytelling, the site was interpreted and brought closer to the public, with a wide range of presentations, activities, and events. By comparing the two sites and hypothetically applying the methods of presentation and interpretation of the French site to the Dalmatian one, we will try to recognize the advantages of further archaeological research, conservation, and presentation of Resnik. Additionally, the potential of the archaeological site in terms of tourist valorization will



be analysed. In the analysis, it is necessary to consider the specifics of the site and its location for easier implementation of these resources in tourism development. The priority of the paper is to show the applicability of the conversion function of tourism, which through the process of tourist valorization adds value to attractive resources, such as cultural and historical attractions, which is reflected in income generation and other economic effects, in this case, for Kaštela and Resnik hotel complex.

Key words: Siculi, Resnik, archaeological heritage, valorization

Stručni rad

Primljeno: 15. rujna 2021.

Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.

UDK: 338.483.12: 338.48-6:7/8(497.581.2Šibenik)

Toni Guberina<sup>1</sup>

## Uloga kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma na primjeru grada Šibenika<sup>2</sup>

### Sažetak

Kulturno-povijesna baština uključuje prirodna, kulturna i povijesna nasljeđa koja su preci ostavili sadašnjim i budućim generacijama. Valorizacija baštine treba se temeljiti na održivom razvoju što podrazumijeva očuvanje materijalnog i nematerijalnog nasljeđa turističke destinacije. Cilj je ovoga rada istražiti ulogu kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma u Šibeniku te istaknuti potencijal baštine u svrhu razvoja turističke ponude. Problem istraživanja bio je utvrditi utjecaj i značaj baštine na razvoj turizma u gradu. Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka. Za prikupljanje podataka korištena je znanstvena i stručna literatura kao što su knjige, članci i internetski izvori. Kod istraživačkog dijela korištena je metoda anketnog upitnika koja uključuju dihotomna pitanja, pitanja s jednostrukim i višestrukim izborom odgovora, Likertovu mjernu ljestvicu te statističke metode obrade i zaključivanje iz rezultata na koji upućuju tako dobiveni podatci i pokazatelji. Anketiranje je provedeno na uzorku od 130 stanovnika grada Šibenika. U skladu s dobivenim rezultatima, prihvaćene su tri postavljene hipoteze. Nadalje, predstavljena je baština Šibenika s bogatim opisom fortifikacijskih i sakralnih objekata. Osim kulturnih resursa grada i turističkoj valorizaciji baštine grada prikazan je i utjecaj pandemije COVID-19 na turističku sliku Šibenika danas. Kulturna i prirodna baština predstavljaju komparativnu prednost u odnosu na druge gradove, a selektivni oblici turizma omogućuju produljenje turističke sezone i porast zaposlenosti lokalnog stanovništva u Šibeniku.

Ključne riječi: kulturni turizam, turistički razvoj, Šibenik, valorizacija baštine

---

<sup>1</sup> Toni Guberina, student, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu; guberinatoni@gmail.com

<sup>2</sup> Mentorica studenta za ovaj rad je mag. educ. hist. art Petra Mandac, pred.; petra.mandac@aspira.hr

## 1. Obrazloženje teme

Kulturno naslijeđe ima važnu ulogu pri formiranju identiteta pojedinca ili naroda kako na nacionalnoj tako i na globalnoj razini, ali i za čovječanstvo u cjelini. Kulturno povijesna-baština osnovni je element kulturnog turizma, a sam kulturni turizam spada u selektivni oblik turizma, čija ciljana skupina su turisti koji dolaze u turističku destinaciju zbog njezinog povijesnog, kulturnog i umjetničkog bogatstva te običaja ili stila života ljudi u toj destinaciji.

Šibenik je grad koji obiluje mnogim kulturnim i povijesnim ljepotama kao što su povijesna jezgra, sakralne građevine, memorijalni spomenici, fortifikacijske građevine te mnoge kulturno-zabavne manifestacije koje čine veliki dio resursno privlačne ponude. Gradovi poput Šibenika spadaju u skupinu s bogatom povijesnom-kulturnom baštinom koja omogućava stvaranje prepoznatljivog identiteta na lokalnoj i nacionalnoj razini te formiranje turističkog branda prepoznatog u cijelom svijetu. Pojavom novih destinacija na turističkom tržištu jača konkurentsko nadmetanje i povećava se potražnja te je potrebno provesti prilagođavanje zahtjevima potražnje. Šibenik je grad koji obiluje mnogim kulturnim i povijesnim ljepotama kao što su povijesna jezgra, sakralne građevine, memorijalni spomenici, fortifikacijske građevine te mnoge kulturno-zabavne manifestacije koja čine veliki dio resursno privlačne ponude.

### 1.2. Postavljanje ciljeva i problema istraživanja

Cilj je ovoga rada razložiti ulogu kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma grada Šibenika te istaknuti potencijal utilizacije baštine u svrhu razvoja turizma i turističke ponude kao i potrebu za očuvanjem i zaštitom kulturno-povijesnih subjekata. Nužno je prikazati potrebu za turističkom valorizacijom kulturno-povijesne baštine grada Šibenika kao vrlo važnog faktora za očuvanje i zaštitu te iste baštine. Valorizacijom kulturno-povijesne baštine grada Šibenika omogućavamo razvoj kompleksnijeg turističkog proizvoda koji mora biti u skladu s načelima održivog razvoja. Problem istraživanja je utvrditi utjecaj kulturno-povijesne baštine na razvoj turizma u gradu Šibeniku. Povezivanje kulture i turizma predstavlja temelj kvalitetnog i kontinuiranog razvoja turizma grada. Anketnim upitnikom analizira se značaj kulturno-povijesne baštine za razvoj turizma u Šibeniku.

### 1.3. Istraživačka hipoteza

Istraživanje koje se radi kroz ovaj završni rad iziskuje postavljanje istraživačkih hipoteza. Postavljene su hipoteze koje će se provedenim istraživanjem dokazati ili opovrgnuti.

H1: Komparativne prednosti grada Šibenika za turiste u odnosu na druge gradove su kulturna i prirodna baština.

H2: Obnova kulturno-povijesne baštine značajna je za porast zaposlenosti u gradu Šibeniku.

H3: Selektivni oblici turizma omogućuju produljenje turističke sezone u gradu Šibeniku.

Cilj postavljenih hipoteza je ispitati da li su kulturna i prirodna baština komparativne prednosti Šibenika u odnosu na druge gradove te obnovom kulturno-povijesne baštine može li se povećati broj zaposlenih i utvrditi mogućnost produljenje turističke sezone s razvojem selektivnih oblika turizma.

## 1.4. Metodologija

Prilikom izrade rada korištene su opće i znanstvene metode kao što su: metoda indukcije i dedukcije, metoda deskripcije, metoda sinteze i analize. S tim je omogućen postupak obrade teorijskih i empirijskih rezultata istraživanja u svrhu potvrđivanja ili pak odbacivanja postavljenih hipoteza. Za potrebe provođenja sekundarnih istraživanja koristit će se metoda *desk research*.

Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka. Za prikupljanje podataka korištena je znanstvena i stručna literatura kao što su knjige, članci te internet koji se bave kulturno-povijesnom baštinom. Kod istraživačkoga dijela koristit će se metoda anketnog upitnika gdje bi se koristila dihotomna pitanja, pitanja s jednostrukim i višestrukim izborom odgovora, Likertova mjerna ljestvica te statističke metode obrade i zaključivanje iz rezultata na koji upućuju tako dobiveni podatci i pokazatelji. Anketno ispitivanje provedeno je nad 130 ispitanika iz grada Šibenika, a predočava nam sliku o „Značaju kulturne baštine za razvoj turizma grada Šibenika“.

## 2. Kulturni turizam

Kulturni turizam spada u selektivni oblik turizma, „u kojem prevladava interes i potražnja za objektima i sadržajima kulturnog karaktera, tj. opipljivom–materijalnom (kulturno-povijesni spomenici, muzeji i galerije) i neopipljivom-nematerijalnom (kulturne priredbe i manifestacije) kulturnom baštinom.“ (Geić, 2011, str. 315). Termin kulturni turizam uvodi se 1969. godine na kongresu ICOMOS-a (International Council on Monuments and Sites, Međunarodni savjet za spomenike i cjeline) u Oxfordu, kada se prvi put odredio odnos između kulture i turizma.

### 2.1. Definiranje pojma kulturnog turizma

Problem koji se javlja pri definiranju kulturnog turizma je što u sebi objedinjuje kulturu i turizam koji se kao dinamične pojave kontinuirano mijenjaju. Na skupu Svjetske turističke organizacije (UNWTO – United Nations World Tourism Organization) održanoj 28. lipnja 1985. godine u Sofiji usvojena je Deklaracija o zaštiti i promociji prirodne, kulturne i povijesne baštine radi korištenja u turističke svrhe, a kulturni je turizam definiran kao, putovanja motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća (Mikulić, 2012, str. 84). Međutim, ova je definicija nepotpuna budući da izostavlja sekundarnu kulturnu motivaciju kada kultura nije osnovna motivacija putovanja.

U Strategiji razvoja kulturnog turizma do 2020. godine, krovnom dokumentu za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj, kulturni turizam označava posjete turista određenoj destinaciji izvan mjesta stalnog boravka, motivirane u cjelosti ili djelomičnim interesom za posjete turista određenoj destinaciji izvan mjesta stalnog boravka, motivirane u cjelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili stil života lokaliteta, regije i zemlje.

## 2.2. Pojmovno određivanje kulturno-povijesne baštine i njezina podjela

Baštini su vrijedne i svjetski važne spomenike, koji svjedoče o kontinuitetu i bogastvu kulture hrvatskog naroda kao i drugih kultura koje su nastale i nastaju na području današnje Hrvatske. Upravljanje kulturnom baštinom (eng. *Cultural heritage management – CHM*) odnosi se na sustavna nastajanja da se sačuvaju vrijednosti dobara kulturne baštine kako bi u njima mogle uživati sadašnje i buduće generacije (Valačić, 2018, str. 248).

Važnost očuvanja baštine u svjetskim i međunarodnim odnosima rezultiralo je osnivanjem Organizacije Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu – UNESCO. Na zasjedanju Opće skupštine UNESCO-a u Parizu 1972. godine donesena je Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine. Tada je na popisu navedena samo materijalna kulturna baština, fizički opipljiva.<sup>3</sup> Konvencijom za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 2003. godine UNESCO uvodi u kulturnu baštinu i nematerijalnu kulturnu baštinu, tzv. živuću kulturnu baštinu.

## 3. Kulturno-povijesna baština grada Šibenika

### 3.1. Povijest razvoja Šibenika

Šibenik se razvio na prostoru sjeverne Dalmacije, na ušću rijeke Krke u Jadransko more. Prvi put se spominje 1066. godine u povelji kralja Petra Krešimira IV., zbog čega se često naziva i Krešimirovim gradom. Danas je Šibenik upravno, kulturno, gospodarsko i obrazovno središte Šibensko-kninske županije.<sup>4</sup> Gradsko naselje broji 34 302 stanovnika, dok općina Šibenik broji 46 332 stanovnika. Šibenik je jedini grad u Hrvatskoj te jedan od rijetkih gradova u svijetu s dva spomenika upisana na UNESCO-v popis zaštićene kulturne baštine. Najpoznatiji šibenski spomenik poznat u europskom graditeljstvu i uvršten u svjetsku baštinu UNESCO-a katedrala je sv. Jakova iz 15. i 16. stoljeća. Drugi šibenski spomenik na Popisu svjetske baštine UNESCO-a tvrđava je Sv. Nikole koja je upisana u sklopu multinacionalne nominacije „Obrambeni sustavi Republike Venecije u razdoblju od 15. do 17. stoljeća. Šibenik je grad s 24 crkve, šest samostana i četiri tvrđave (Sv. Mihovil, Barone, Sv. Ivan i Sv. Nikola).<sup>5</sup>

### 3.2. Kulturno-povijesna baština

Sam postanak Šibenika vezan je za utvrdu (*castrum*) sv. Mihovila koja je imala važnu vojno geografsku važnost – kontrolirala je ulaz i izlaz iz šibenskog zaljeva i kanjona rijeke Krke, te je samim time već u svojim počecima dala važnost budućem razvoju obrambenog sustava grada. Razvojem i širenjem grada kroz povijest, gradske zidine i tvrđave širile su se i podizale na obližnjim brežuljcima i moru zbog lakše kontrole morskih i kopnenih puteva te lakše obrane od mogućih neprijatelja. Kroz povijest šibenske tvrđave i bedemi su u ratnim sukobima bili oštećeni ili većim dijelom razrušeni, te su ponovo obnavljani, a neki su prilagođavani novim vojnim doktrinama.

<sup>3</sup> UNESCO (1972): *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, Definition of the Cultural and Natural Heritage*, Article 1. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext> (8. 9. 2020.)

<sup>4</sup> Šibenik – Turistička zajednica Šibensko-kninske županije. *Zemljopisni i povijesni položaj*. Preuzeto s: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/istrazi/obala/sibenik/> (8. 9. 2020.)

<sup>5</sup> Veleučilište u Šibeniku. *O Šibeniku*. Preuzeto s: <http://www.vus.hr/?stranice=o-sibeniku&id=73> (8. 9. 2020.)

Gradski bedemi i kule većim su dijelom srušeni u 19. st. zbog širenja grada i prestanka njihove važnosti za obranu grada. Šibenik ima četiri tvrđave: Sv. Mihovil, Sv. Ivan, Barone i Sv. Nikola koja se nalazi na moru. Mora se naglasiti da je Šibenik često bio napadan od strane različitih neprijatelja, a veliku sigurnost su davali bedemi, kule i tvrđave koji su činile važnu okosnicu obrane grada. U novije vrijeme obnovljene su tvrđave Sv. Mihovil i Barone, a trenutno su u procesu obnove i tvrđave Sv. Ivan i Sv. Nikola.

Šibenik ima 24 crkve i šest samostana što predstavlja veliko bogatstvo sakralnih objekata. Najpoznatije šibenske crkve su: sv. Barbara, sv. Kerševan, sv. Ivan, sv. Križ, sv. Duh, Gospa van grada, sv. Nikola, sv. Elizabeta, Nova crkva, Uspenje Bogomateri, sv. Grgura, sv. Dominika, sv. Luce i druge.

Hrvatsko nacionalno svetište sv. Nikole Tavelića u Šibeniku jedno je od najpopularnijih svetišta na dalmatinskoj obali. Samostan i crkva u sklopu svetišta posvećeni su svetom Frani. Crkva sv. Frane podignuta je u drugoj polovici 15. stoljeća na krajnjem jugoistočnom dijelu povijesne gradske jezgre u neposrednoj blizini mora.<sup>6</sup> Osim brojnim sakralnim građevinama poput katedrale sv. Jakova, palačama i kućama plemića i pučana, portalima, butama i drugim znamenitostima, stara se gradska jezgra ističe ljepotom svog središnjeg gradskog Trga Republike Hrvatske, Trga s četiri bunara, Velike lože (Gradska vijećnica), Kneževe palače i Biskupske palače.<sup>7</sup>

## **4. Turističko vrednovanje (valorizacija) kulturno povijesne baštine grada Šibenika**

### **4.1. Šibenik kao kulturno-povijesna destinacija**

Tijekom prošlog stoljeća gospodarski se razvijao kao industrijski grad sa snažno razvijenom metalnom industrijom i pratećim sadržajima, dok se u okolnim priobalnim mjestima razvijao turizam, uglavnom kupališni. Trend deindustrijalizacije započinje devedesetih godina 20. stoljeća, postupnim gašenjem nekadašnjih tvorničkih giganata. Početkom 21. stoljeća, turizam postupno dobiva status najperspektivnije privredne djelatnosti, ali uglavnom samo na papiru. Šibenik, kao nekadašnji industrijski grad, nije razvio turističku infrastrukturu. U gradu praktički nema smještajnih kapaciteta niti rekreacijskih sadržaja, a kulturno-povijesna baština nije turistički valorizirana i predstavlja „mrtvi kapital“.<sup>8</sup>

Prema Karađoli (2013) Šibenik je u turističkom smislu desetljećima egzistirao kao:

- Izletišta za turiste smještene u obližnjim turističkim mjestima,
- Mjesto poludnevnog zadržavanja gostima s kruzera,
- „Onaj grad“ kraj kojeg se prolazi na putu do NP Krka,
- Katedrala sv. Jakova bila je jedina atrakcija kulturne baštine u funkciji turizma.

<sup>6</sup> Kanal sv. Ante. *Informacije o posjetu tvrđavi sv. Nikole*. Preuzeto s: <https://www.kanal-svetog-ante.com/hr/posjet-tvrdavi-sv-nikole/informacije-o-tvrdavi> (16. 9. 2020.)

<sup>7</sup> Turistička zajednica grada Šibenika. *Stara gradska jezgra*. Preuzeto s: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/stara-gradska-jezgra/3.html> (16. 9. 2020.)

<sup>8</sup> Bogdan, Z., Grubić, K. (2013). Projekt: Revitalizacije tvrđave sv. Mihovil. Razvoj branda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma, Šibenik: kreator (atk), (str. 19.), Preuzeto s: <https://tvrdjavakulture.hr/media/27653/kulturnibrandgradaibenika.pdf> (19. 2. 2021.)

U gradu je postojao samo jedan hotel, hotel Jadran (Rivijera d. d.) i nekoliko privatnih iznajmljivača. Jedini 'ozbiljan vid' turizma odvijao se u hotelskom naselju Solaris (današnji Amadria Park), koji se nalazi na širem području grada, a koji je funkcionirao kao samostalni turistički resort.

Šibenik je preskočio etapu razvoja hrvatskog turizma koja se orijentirala na masovni turizam i sačuvao sve bitne značajke kulturnog identiteta jednog mediteranskog grada. Grad se u aktivniji razvoj uključio tek nedavno kada se počela razvijati svijest o potrebi razvoja održivih, selektivnih oblika turizma poput poslovnog, enološko-gastronomskog, avanturističkog i kulturnog. Nedostatak turističke infrastrukture tako se od nedostatka pretvorio u svojevrsnu prednost. Zahvaljujući bogastvu povijesno-kulturnih vrijednosti, ljudskim resursima odgojenima na radionicama i pozornicama međunarodnog dječjeg festivala, položaju uz obalu te bogatom prirodnom okruženju nacionalnih parkova, grad postaje svjestan svojih vrijednosti i potencijala za razvoj kulturnog turizma.

#### **4.2. Utjecaj razvoja turizma na kulturno-povijesnu baštinu Šibenika**

Dobra strategija razvoja turizma može pomoći pri prepoznavanju i očuvanju kulturno-povijesne i prirodne baštine. Gradovi s bogatom kulturnom baštinom lakše postaju odredišna točka putovanja mnogim turistima iz cijelog svijeta. Šibenik postaje ciljano odredište mnogih turista zbog orijentiranosti na turizam, orijentiranosti na očuvanje i uređenje kulturne baštine, otvaranjem novih smještajnih kapaciteta, te brojnim festivalima i kulturnim događajima. Utjecaj turizma na grad Šibenik od velike je važnosti, međutim, turizam sa sobom donosi posljedice, kako pozitivne tako i negativne. Kao što je već navedeno, turizam ima značajan ekonomski, društveni i kulturni utjecaj na stanovništva koji su u direktnom ili indirektnom doticaju s njim. S rastom posjećenosti, grad Šibenik počinje sve više ulagati u infrastrukturu. Sve aktivnosti su usmjerene na proširenje turističke ponude koja je doprinijela i poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva. Svake turističke sezone povećava se broj privatnih iznajmljivača, što je vidljivo i iz porasta broja ležajeva i noćenja.

Osim rasta broja privatnih iznajmljivača, također je vidljiv rast broja poduzetnika koji se žele baviti turizmom kao i sama ulaganja istih. Iz navedenog proizlazi činjenica da se otvara sve više radnih mjesta u turističkom sektoru te ujedno rastu i plaće zaposlenih u turističkim djelatnostima. Razvojem kulturnog turizma u Šibeniku kulturna baština i njena neposredna okolina u kojoj se nalazi dobila je na važnosti obnove i zaštite. Unazad nekoliko godina veliki broj kulturnih spomenika, ugostiteljskih, smještajnih, poslovnih i drugih objekata koji se nalaze u staroj jezgri obnovio se zbog kulturne i turističke važnosti. Kulturni i društveni identitet Šibenika čini splet kulturnih, duhovnih vrijednosti materijalne i nematerijalne prirode. Za kulturni turizam posebnu važnost imaju djela domaćih umjetnika, a važne su i duhovne vrijednosti poput običaja, folklor, jezika i slično.

#### **4.3. Turistička valorizacija (vrednovanje) kulturno-povijesne baštine grada Šibenika**

Turistička valorizacija predstavlja najbitniju fazu u planiranju razvoja turizma destinacije budući da ima za cilj objektivno vrednovati vrijednost svih turističkih resursa. Ona obuhvaća tržišnu evaluaciju i stvaranje financijske dobiti preko prodaje ulaznica, izleta, prezentacija, priredbi, koncerata, sajмова i sličnih sadržaja. Turistička valorizacija osim komercijalne strane predstavlja promociju destinacije, uključivanje u turističke itinerare, prezentaciju turističkih proizvoda, kreiranje različitih događaja,

stvaranje popratnih sadržaja, izradu usluga i proizvoda temeljenih na kulturnoj baštini. Da bi se kulturna dobra mogla turistički valorizirati, moraju prvenstveno biti dostupna.

Primjer ograničavanja turističke valorizacije crkva je sv. Nikole u Šibeniku koja ima bogatu zbirku maketa brodova koje su donirali pomorci iz grada i njegove šire okolice, a problem valorizacije je što je crkva otvorena za posjetitelje svega nekoliko puta godišnje. Zanimljiv primjer kako kulturna baština može postati turističkom ponudom crkvice je sv. Ante u istoimenom kanalu za koju veći dio lokalnog stanovništva nije znalo da postoji, niti gdje se nalazi. Uređenjem šetnice u Kanalu sv. Ante crkvice je postala nezaobilazno mjesto posjete lokalnog stanovništva, turista i nautičara.

Razvojem kulturnog turizma razvija se promocija grada kao kulturne destinacije. Lokalno stanovništvo također ima korist budući da se razvijanjem kulturnih resursa obogaćuje lokalna kultura grada, postiže gospodarska dobit i stimuliraju se turisti da ostanu duže i troše više. Kulturna baština nije samo potvrda našeg identiteta, već predstavlja značajan poticaj gospodarskog i društvenog razvoja grada.

U današnje vrijeme ističu se nekoliko primjera kako se kulturna baština može turistički valorizirati. Osim tvrđava koje predstavljaju primjer kvalitetne turističke valorizacije, treba istaknuti Civitas Sacra (temelji se na valorizaciji katedrale sv. Jakova i palače Galbiani) i staru gradsku jezgru. Kvalitetno osmišljena valorizacija kulturnih dobara obogatit će turističku ponudu. Aktivnim planiranjem, upravljanjem te turističkom valorizacijom Šibenik postaje sve više prepoznatljiv u očima turista.

## **5. Istraživanje o značaju kulturne baštine na turizam u gradu Šibeniku**

### **5.1. Formiranje anketnog upitnika**

Istraživanje je rađeno od prosinca 2020. godine do veljače 2021. godine u Šibeniku. Uključeno je 130 ispitanika iz grada Šibenika različitih demografskih skupina. Kao mjerni instrument istraživanja korišten je anketni upitnik, izrađen od strane autora isključivo za potrebe ovog istraživanja. Anketni upitnik sastavljen je od 17 zatvorenih i kombiniranih tipova pitanja i u potpunosti je anonimna.

Anketni upitnik sadržava:

- opće demografske podatke ispitanika (dob, spol, stupanj obrazovanja)
- čimbenike koje privlače turiste kao što su kulturna i prirodna baština, povijesna razdoblja i povijesne osobe Šibenika
- čimbenike koji utječu na zaposlenost lokalnog stanovništva, problem revitalizacije stare jezgre i mogućnosti produženja turističke sezone.

U upitniku dio je pitanja formuliran tako da ispitanici imaju mogućnost jednog ili višestrukog odabira, dok kod jednog pitanja imaju mogućnost ocjenama od 1 (apsolutno se ne slažem) do 5 (apsolutno se slažem) ocijeniti određena obilježja. Ispitanicima je usmeno objašnjena svrha provođenja istraživanja koje je autor provodio osobno na terenu u fizičkom obliku. Svi sudionici ispitivanja potpisali su suglasnost o sudjelovanju u studiji (informirani pristanak).

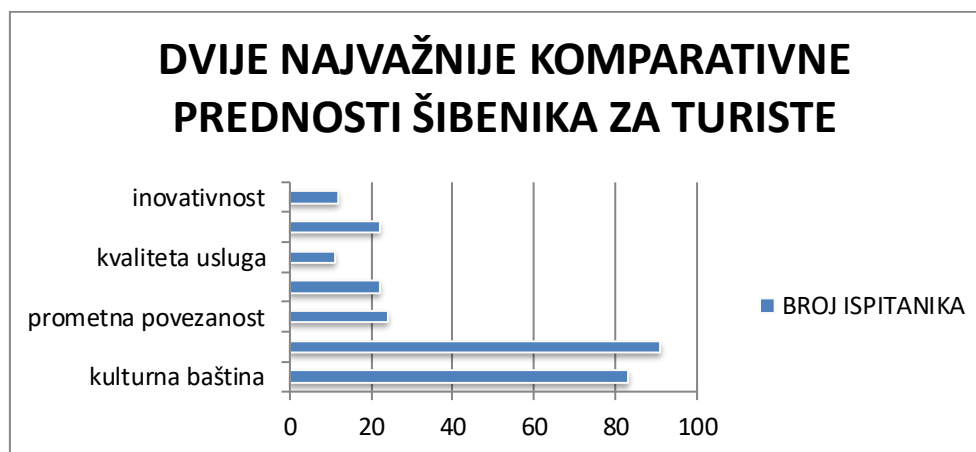


## 5.2. Rezultati Istraživanja

Provedeno istraživanje pruža uvid u ulogu kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma u gradu Šibeniku, te istaknuti potencijal utilizacije baštine u svrhu razvoja turizma i turističke ponude kao i potrebu za očuvanjem i zaštitom kulturno-povijesnih subjekata. Problem istraživanja je utvrditi utjecaj kulturno-povijesne baštine na razvoj turizma u gradu Šibeniku. Anketnim upitnikom analizira se značaj kulturno-povijesne baštine za razvoj turizma u Šibeniku.

Istraživanje provedeno nad 130 ispitanika potvrdilo je postavljene istraživačke hipoteze, što znači da su rezultati usklađeni s teorijskim aspektima. Kroz rezultate istraživanja potvrđene su sve tri postavljene hipoteze (glavna hipoteza H1 i podteze H2 i H3). Rezultati istraživanja ukazuju na potrebu provedbe daljnjih istraživanja na tu temu. Potrebno je naglasiti da su rezultati ovog istraživanja zbog veličine i strukture uzorka isključivo indikativne prirode i ne mogu se generalizirati.

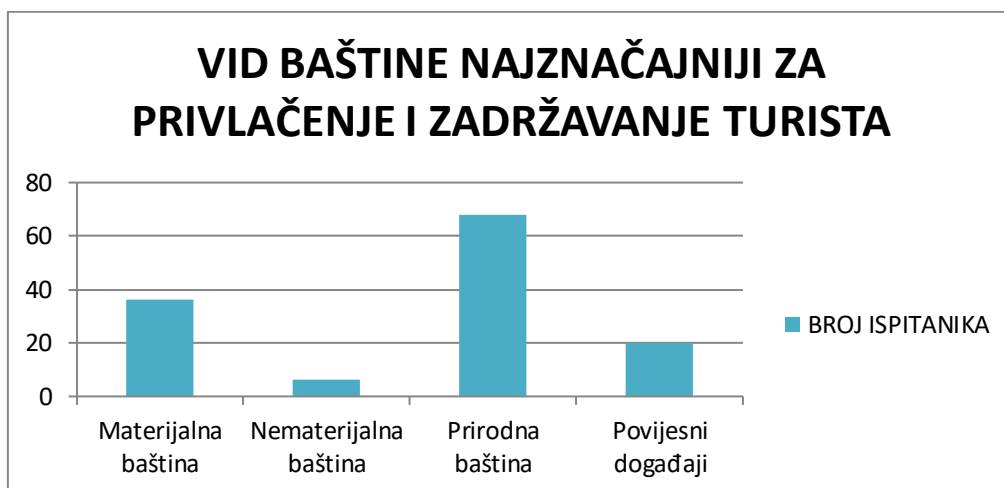
Grafikon 1. Dvije najvažnije komparativne prednosti grada Šibenika za turiste u odnosu na druge gradove



Izvor: izrada autora

Da su komparativne prednosti grada Šibenika za turiste u odnosu na druge gradove su kulturna i prirodna baština potvrdili su rezultati u kojima je najveći broj ispitanika odgovorio da kao dvije najvažnije komparativne prednosti grada Šibenika za turiste u odnosu na druge gradove smatra kulturnu i prirodnu baštinu. Na grafikonu 1. vidljivo je da je najveći broj ispitanika, njih 91 dao odgovor za prirodnu i 83 za kulturnu baštinu. Podjednakim prednostima ispitanici vide prometnu povezanost (24 ispitanika), cijenu usluga (22 ispitanika) i gostoljubivost (21 ispitanika). Kvaliteta usluga (11 ispitanika) i inovativnost (12 ispitanika) su komparativne prednosti koje je odabrao najmanji broj ispitanika.

Grafikon 2. Vid baštine najznačajniji za privlačenje i zadržavanje turista



Izvor: izrada autora

Potvrdu daje grafikon 2. koji prikazuje da najveći broj ispitanika, njih 68 (52 %) smatra, prirodnu baštinu najznačajnijim vidom baštine za privlačenje i zadržavanje turista. Potom je to materijalna baština, 36 (28 %) ispitanika, povijesni događaji 20 (15 %) ispitanika te nematerijalna baština kao najmanje značajan vid baštine za privlačenje i zadržavanje turista kojeg je odabralo samo 6 (5 %) ispitanika.

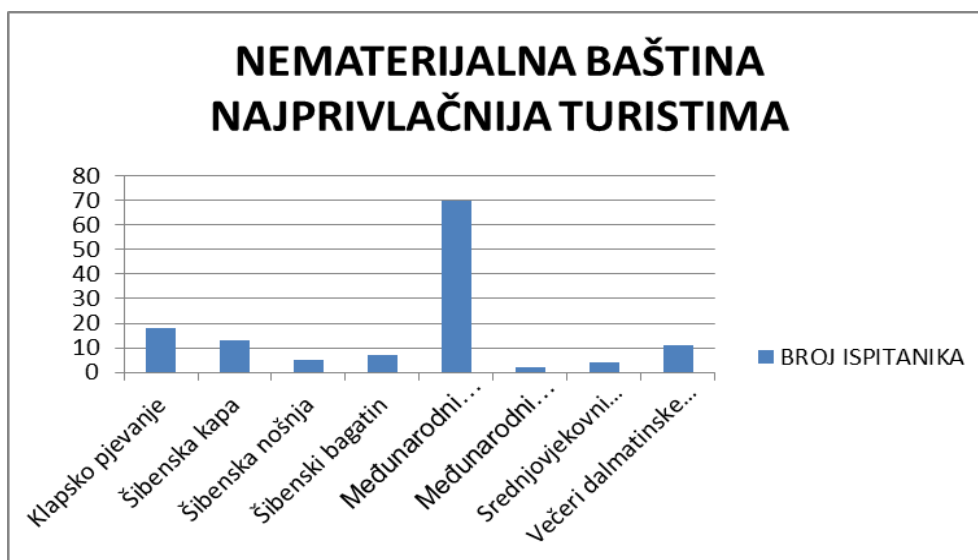
Grafikon 3. Materijalna baština najprivlačnija turistima



Izvor: izrada autora

Nadalje, u grafikonu 3. najveći broj ispitanika, njih 106 (81 %) kao najprivlačniju materijalnu baštinu vidi katedralu sv. Jakova. Staru gradsku jezgru odabralo je 15 ispitanika (12 %), njih 7 (6 %) tvrđavu Sv. Nikole, a tvrđavu Sv. Mihovila njih 2 (1 %).

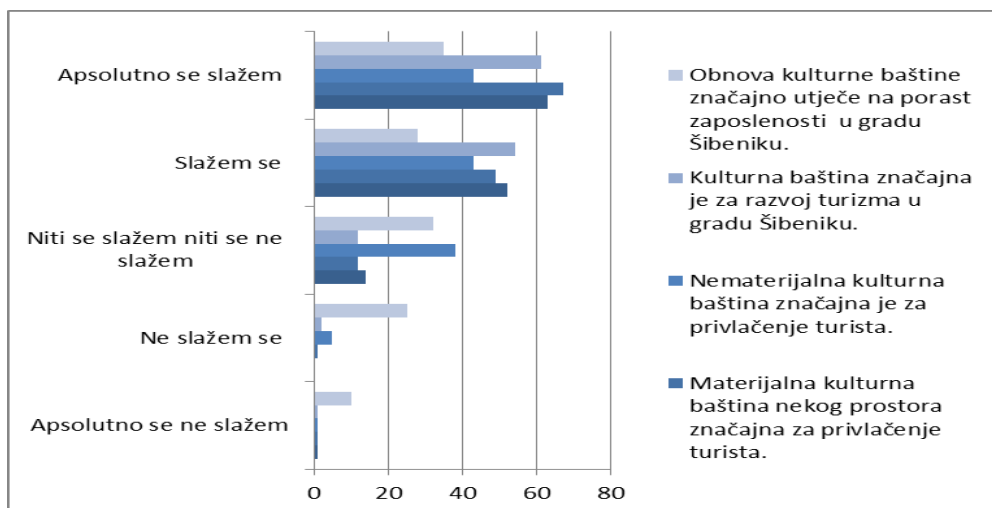
Grafikon 4. Materijalna baština najprivlačnija turistima



Izvor: izrada autora

Grafikon 4. prikazuje da najveći broj ispitanika, njih 70 (54 %), kao najprivlačniju nematerijalnu baštinu smatra Međunarodni dječji festival. Potom je to klapsko pjevanje kojeg je odabalo 18 (14 %) ispitanika. Šibensku kapu je odabralo 13 (10 %) ispitanika, a njih 11 (9 %) Večeri dalmatinske šansone. Manji broj ispitanika odabrao je Šibenski bagatin, Šibensku nošnju i srednjovjekovni sajam i Međunarodni festival „Okusi Mediterana“.

Grafikon 5. Utjecaj povijesti, povijesnih osoba i kulturne baštine (materijalne i nematerijalne) na privlačenje turista te mjera u kojoj kulturna baština utječe na razvoj i zaposlenost u gradu Šibeniku



Izvor: izrada autora

Druga postavljena hipoteza 'Obnova kulturno-povijesne baštine značajna je za porast zaposlenosti u gradu Šibeniku' potvrđena je rezultatima u grafikonu 5. koji ukazuju da od 130 ispitanika, njih 108 (83 %) slaže se s tvrdnjom da je zaposlenost u gradu Šibeniku povezana s godišnjim dobom, a njih 22 (17 %) s tom se tvrdnjom ne slaže što ukazuje da postoji problem sezonalnosti kod zapošljavanja u gradu.

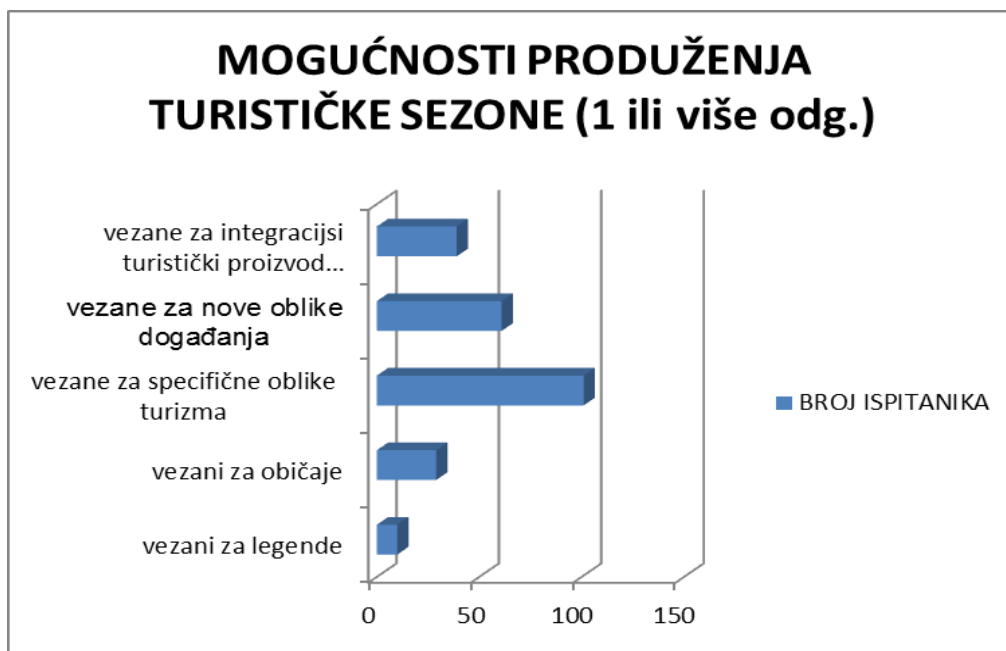
Grafikon 6. Povezanost zaposlenosti s godišnjim dobima



Izvor: izrada autora

Iz grafikona 6. vidljivo je da bi se s obnovom kulturno-povijesne baštine pružile dodatne mogućnosti zapošljavanja tijekom sezone, ali i tokom cijele godine s ciljem produženja turističke sezone.

Grafikon 7. Mogućnosti produženja turističke sezone grada Šibenika



Izvor: izrada autora

S grafikonom 7. prikazano je da najveći broj ispitanika vidi specifične oblike turizma (poslovni, sportsko-rekreacijski, seosko/ruralni, zdravstveni, robinzonski turizam...) kao najveću mogućnost produženja turističke sezone, 101 ispitanik. Nove oblike događaja kao mogućnost produženja turističke sezone vidi 61 ispitanik. Integracijski turistički proizvod mletačke obrambene arhitekture u Dalmaciji odabralo je 39 ispitanika, a 29 ispitanika vidi običaje kao mogućnost produženja turističke sezone. Tim pitanjem potvrđena je i posljednja, treća istraživačka hipoteza.

## 6. Utjecaj COVID-19 na turizam u gradu Šibeniku

Pandemija je u 2020. godini ostavila veliki trag i na turizam grada Šibenika. Grad je u 2019. godini ostvario dobar turistički promet, a restorani, barovi, trgovine i druge uslužne djelatnosti usko vezane uz turizam radili su punom parom. Sukadno situaciji za vrijeme pandemije predsezone u 2020. godini zapravo nije niti bilo, a u srpnju i kolovozu ostvario se dobar turistički promet. U drugoj polovici kolovoza i rujnu kad je Šibensko-kninska županija došla na crvenu listu<sup>9</sup>, došlo je do naglog odlaska gostiju te su gotovo sve rezervacije bile otkazane.

U nastavku je prikazana tablica koja prikazuje odnos turističke sezone 2019. i 2020. godine gledano po broju dolazaka i noćenja turista na području grada Šibenika.

Tablica 1. Prikaz odnosa turističke sezone u Šibeniku za 2019. i 2020. godinu

	Dolasci.			Noćenja.		
	Ukupno	Domaćih turista	Stranih turista	Ukupno	Domaćih turista	Stranih turista
2019.	370 276	62 248	308 028	1 638 595	201 449	1 437 146
2020.	115 620	23 521	92 099	620 786	134 389	486 397

Izvor: Turistička zajednica grada Šibenika

Iz tablice je vidljivo da je turistička sezona u 2019. godine bila znatno bolja od sezone u 2020. godini. Kad se promatra ukupan broj dolazaka domaćih i stranih turista u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu vidljiv je pad od 69 %. Također je vidljiv pad od 62 % u ukupnom broju noćenja domaćih i stranih turista u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu.

Hotelski kompleks Amadria park, koji je postao najpoznatiji kongresni centar bio je najteže pogođen zbog nemogućnosti održavanja kongresa i sličnih događanja. Osim Amadria parka, nekoliko gradskih hotela, turističke agencije, turistički vodiči, prijevoznici na kopnu i moru te svi koji su organizirano radili na prihvatu i servisiranju turističkih grupa imali su povećane financijske gubitke. Relativno dobre prihode ostvarili su privatni iznajmljivači apartmana, soba i kuća za odmor te pojedini ugostiteljski objekti prvenstveno zbog malog broja gostiju i lakše provedbe epidemioloških mjera.<sup>10</sup>

Svjetska turistička organizacija prognozira da će se turizam u svijetu oporaviti između 2023. i 2024. godine, ali to sve ovisi o pandemiji i procijepljenosti svjetskog. Globalno iskustvo s pandemijom trajno će utjecati na naše vrijednosti i promijeniti aspekte naših života te u turizmu može rezultirati pomakom ka prostorno, okolišno i društveno odgovornijem ponašanju. Turizam će nakon doba korone biti drugačiji, mogao bi i trebao bi biti bolji.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Europski zajednički sustav mapiranja (zelena, narančasta, crvena i siva). Predstavlja zajednički kriterij država članica Europske unije o uvođenju ograničenja putovanja.

<sup>10</sup> Šibenski. *Šibenski turizam u izolaciji: Zbog korone 65 posto manje gostiju i prihoda; A što će tek biti dogodine?* Preuzeto s: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/sibenik/sibenski-turizam-u-izolaciji-zbog-korone-65-posto-manje-gostiju-i-prihoda-a-sto-ce-tek-biti-dogodine-1047948> (17. 4. 2021.)

<sup>11</sup> Telišman-Košuta, N. (2020). *Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?*, Institut za turizam, (10), str. 3. Preuzeto s: [http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N\\_2020.pdf](http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N_2020.pdf) (16. 4. 2021.)

## 7. Zaključak

Šibenik je prošao kroz različite faze razvoja tijekom svoje bogate povijesti. Nekoć je bio jedan od važnijih industrijskih središta i lučko-tranzitni centar, a danas proživljava svojevrsnu renesansu u smislu preorijentacije na turističku djelatnost. Sa svojim geografskim položajem, kulturnom baštinom, povijesnom znamenitošću, nacionalnim parkovima Krkom i Kornatima, parkom prirode Dinara i spomenicima pod zaštitom UNESCO-a sve se više ističe kao kulturno-turistički brend. Grad Šibenik može se pohvaliti kao jedan od uspješnijih gradova u Hrvatskoj što se tiče povlačenja financijskih sredstava iz Europskih fondova za razvoj i obnovu.

Šibenik postaje destinacija na turističkoj mapi Hrvatske koja iz godine u godinu bilježi rast posjećenosti ako izuzmemo 2019. godinu (pandemija COVID-19). Povećanim priljevom domaćih i stranih turista stvara se potreba za razvojem kvalitetne turističke ponude koja će zadovoljiti zahtjeve i potrebe posjetitelja. Turistička ponuda treba se temeljiti na sustavnom i planskom razvoju, što podrazumijeva razvoj selektivnih oblika turizma koji su usklađeni s fizičkim i kulturnim okruženjem grada. Kulturna baština i turizam mogu imati velike koristi ako na turističkom tržištu nastupe zajedno uz uvažavanje specifičnosti svakog sektora, a takva suradnja na korist je turističkoj destinaciji kao što je Šibenik. Kulturna baština predstavlja resurs turističkoj ponudi te je s turizmom povezana na niz načina i struktura. Valorizacijom kulturne baštine ostvaruje se niz pozitivnih učinaka, pa se shodno tome kulturni turizam profilirao kao jedan od najzastupljenijih posebnih oblika turizma. Suradnja između turizma i kulture pozitivno utječu na valorizaciju kulturnih resursa. Povezivanje ova dva sektora predstavlja temelj kvalitetnog i kontinuiranog razvoja turizma grada.

Rezultati anketnog istraživanja pružaju uvid o značaju kulturne baštine za razvoj turizma u gradu Šibeniku. Istraživanje je pokazalo da su tri najprepoznatljivija obilježja Šibenika katedrala sv. Jakova, tvrđava sv. Mihovila i stara gradska jezgra. Također je jedan od zanimljivih rezultata u istraživanju da je najzanimljivije razdoblje povijesti doba Mletačke vladavine. Osim pozitivnih rezultata istraživanje je pokazalo nekoliko negativnih rezultate gdje se veliki broj ispitanika složio s tvrdnjama da je veliki broj ljudi zaposlen na određeno vrijeme, da postoji trend velikog iseljavanja mlade radne snage iz Hrvatske kao i povezanosti zapošljavanja s godišnjim dobima.

Hipoteza koja predstavlja da su kulturna i prirodna baština komparativne prednosti grada Šibenika za turiste u odnosu na druge gradove je u potpunosti prihvaćena, dok je druga hipoteza kojom se pretpostavlja da je obnova kulturno-povijesne baštine značajna za porast zaposlenosti u gradu također prihvaćena. Treća hipoteza koja predstavlja da selektivni oblici turizma omogućuju produljenje turističke sezone u gradu Šibeniku u potpunosti je prihvaćena.

Kulturnu baštinu treba na adekvatan način valorizirati da bi mogla ispuniti svoj potencijal kroz turizam, a grad Šibenik upravo je projektima preuređenja tvrđava i njihovom revitalizacijom to postigao. Uspješno upravljanje brendom Šibenika kao kulturne turističke destinacije dugoročni je cilj koji će gradu omogućiti financijsku korist i podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Može se reći da su projekti preuređenja tvrđava i *Civitas Sacra* (valorizacija kulturne baštine katedrale sv. Jakova i palače Galbiani) bili pokretači orijentacije Šibenika na grad kulturnog turizma te svojevrsni simbol prepoznavanja vlastitog potencijala. Dovršenjem revitalizacija tvrđave Sv. Ivana i njeno stavljanje u funkciju zasigurno će dodatno pridonijeti razvoju brenda grada Šibenika kao kulturne turističke destinacije. Iz svega navedenoga možemo zaključiti kako je Šibeniku potrebna jasna strateška vizija turizma i participacija svih sudionika na svim razinama zbog ostvarenja zacrtanih ciljeva, a kao prioritet trebao bi biti održivi razvoj turizma koji se temelji na bogatoj kulturnoj i prirodnoj baštini.

## Literatura:

1. Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu.
2. Karađole, D. (2013). *Izravni učinci kulturnih događanja na rezultate turističke sezone u Šibeniku* (prezentacija). Šibenik.
3. Mikulić, D. (2012). *Međudnos kulture i turizma u procesima urbane regeneracije* (doktorska disertacija). Split: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu.
4. Valčić, M. (2018). *Turizam i kultura*. Zagreb: Naklada Jurčić d. o. o

## Internetski izvori:

1. Bogdan, Z., Grubić, K. (2013). *Revitalizacije tvrđave sv. Mihovil. Razvoj branda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma* (projekt). Šibenik: kreator (atk). Preuzeto s: <https://tvrđavakulture.hr/media/27653/kulturnibrandgradaibenika.pdf> (19. 2. 2021.)
2. Kanal sv. Ante. *Informacije o posjetu tvrđavi sv. Nikole*. Preuzeto s: <https://www.kanal-svetog-ante.com/hr/posjet-tvrđavi-sv-nikole/informacije-o-tvrđavi> (16. 9. 2020.)
3. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije. *Zemljopisni i povijesni položaj*. Preuzeto s: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/istrazi/obala/sibenik/> (8. 9. 2020.)
4. Turistička zajednica grada Šibenika. *Stara gradska jezgra*. Preuzeto s: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/stara-gradska-jezgra/3.html> (16. 9. 2020.)
5. UNESCO (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*, Definition of the Cultural and Natural Heritage, Article 1. Preuzeto s: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext> (8. 9. 2020.)
6. Veleučilište u Šibeniku. *O Šibeniku*. Preuzeto s: <http://www.vus.hr/?stranice=o-sibeniku&id=73> (8. 9. 2020.)

## Abstract

### **The role of cultural and historical heritage in the development of tourism on the example of the city of Šibenik**

The term Cultural heritage includes natural, cultural and historical heritage left by our ancestors to present and preserve for the future generations. Heritage valorization should be based on sustainable development, which means preserving the tangible and intangible heritage of the tourist destination. The aim of this paper is to

investigate the role of cultural and historical heritage in the development of tourism in Šibenik, and to highlight the potential of heritage for the purpose of developing the existing tourist offer. The aim of the research was to determine the impact and importance of heritage on the development of tourism in the city. Secondary data sources were used to create the paper. Scientific and professional literature, such as books, articles and Internet sources, were used to collect the data. The research part used the survey method in a form of a questionnaire, which includes dichotomous questions, questions with single and multiple choice of answers, Likert's measurement scale and statistical methods of processing and inference from the results, to which the data and indicators obtained. The survey was conducted on a sample of 130 inhabitants of the city of Šibenik. In accordance with the obtained results, three set hypotheses were accepted. Furthermore, the heritage of Šibenik is presented with a rich description of fortifications and sacral buildings. In addition to the cultural resources of the city and the tourist valorization of the city's heritage, the impact of the Covid 19 pandemic on the tourist image of Šibenik today is also shown. Cultural and natural heritage represent a comparative advantage compared to other cities and selective forms of tourism enable the extension of the tourist season and increase employment of the local population in Šibenik.

Key words: cultural tourism, tourist development, Šibenik, heritage valorization



Expert article

Submitted: September, 14<sup>th</sup>, 2021

Accepted: December 28<sup>th</sup>, 2021

UDC: 7.034.7:338.48-611(497.571)Poreč

**Ilija Horst Dugandžić<sup>1</sup>**

**Matea Hanžek<sup>2</sup>**

## **Co-creating baroque experiences: The case of Poreč historical festival Giostra**

### **Abstract**

Taking the case of the historic city of Poreč in Croatia, this research examines modes of interpretation of culture and heritage focusing on the historical festival Giostra. Firstly, it focuses on the theories of: (1) four realms of experiences; (2) museum theatre; (3) co-creation of experiences, and (4) staging a memorable experience. Secondly, it examines mentioned theories in relation to the existing historical festival Giostra in Poreč, especially looking at the role that the historical festival has in co-creating baroque experiences as a mode of cultural and heritage interpretation of the city of Poreč. Thirdly, it provides a solution to the modification and extension of the festival adding to the cultural and heritage tourism offers during the main tourist season. Furthermore, it introduces new ideas for the revitalization of certain areas of the city of Poreč and by that positively impacts issues of overtourism in the city centre. It does so through ideas of allocating certain parts of the event in areas that are forgotten and neglected. Finally, this research shows that the proper use of existing theories and available tools may have a positive effect on preserving culture and heritage of historical tourism destinations through historical festivals, placing special attention to crucial roles that stakeholders have in this process.

Keywords: cultural heritage, Poreč, interpretation, experience co-creation, Giostra

### **1. Introduction**

Recent developments in the field of experience design and management of cultural tourism have led to a renewed interest in relevant design and experience management theories, concepts, and evidence of their application in practice. This paper critically evaluates and reflects upon the process of the application of design and experience theories taking case of Poreč historical festival Giostra, based upon secondary and primary qualitative research approach.

This research is divided into the four parts. First part gives an overview of the design and experience management theories and concepts and their application to the consumed experience. Second part gives contextual information about the Poreč historical festival Giostra. Third part offers discussion of the critical understanding of how the core elements of the setting contributed effective and coherent design of historical festival Giostra in co-creating baroque experiences. It does so through looking at the

---

<sup>1</sup> Ilija Horst Dugandžić, student, Zagreb School of Economics and Management; idugandz@student.zsem.hr

<sup>2</sup> Matea Hanžek, MSc, MBA, Lecturer, Zagreb School of Economics and Management, mhanzek@zsem.hr

way that consumer experiences are being managed. Finally, this research presents findings on the given topic, elaborates theories that dominate the literature, reviews and critically appraises their application based on the lived experience with the aim to increase awareness of the wider issue of the given topic.

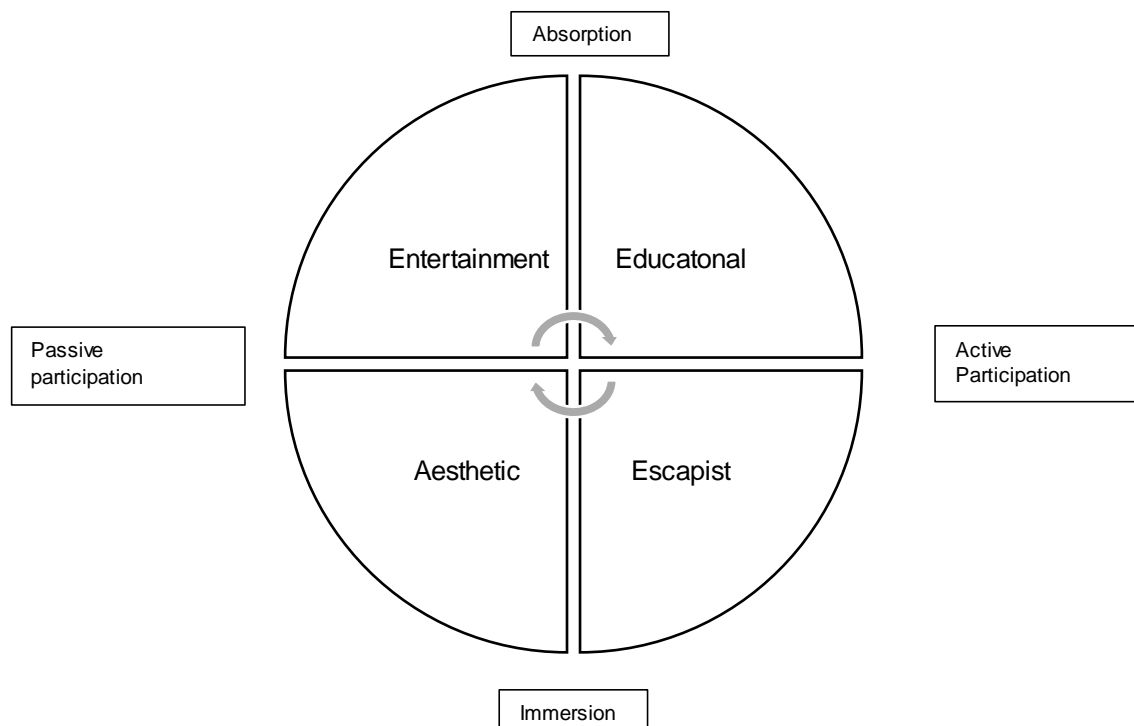
## 2. Literature Review

The use of the experience economy in the context of engaging customers with the experiences will be examined through several design and experience management theories. These are: (1) four realms of experiences, (2) museum theatre, and (3) co-creation of experiences. Each of the theories is explained in the paragraphs that follow.

### 2.1. Four Realms of Experiences

The four realms of experiences theory is based on the different types of experiences that can be provided to customers according to the level of activity and immersion in the provided experience presented in image 1 below. In certain experiences customer can be a passive observer or can become an active participant of that experience (Pine and Gilmore, 2011). When it is a low-level participation experience, customer has none or low influence on the course of the experience, while when there is a high level of participation, consumer can actively co-create experience (Caru and Cova, 2003). Furthermore, the degree of immersion refers to the link between the customer and the experience. Absorption is assumed to consist of only watching from a distance, while immersion means physical or virtual engagement in the offered experience (Pine and Gilmore, 2011).

Image 1. Four Realms of Experience



Pine and Gilmore (1998) Author's processing

Image 1 above also shows types of experiences which are entertainment, aesthetic, educational and escapist. Firstly, entertainment experience implies passive participation which is associated with absorption. This means that customers (i.e. participants) absorb the event through their senses, however they are not engaging in them (e.g. watching TV). For customers such experience offers good fun without requiring too much activity or commitment.

On contrary, in aesthetic experience customers are immersed in sensations but are not required to participate (eg. tourist's admiring sea panorama). This kind of experience offers escape and appreciation of what customer is seeing. The third type of experience is educational experience. This type of experience requires active participation where customers are let through the experience (e.g. sailing lesson) where the goal of such experience is learning. Lastly, escapist experience requires customers to both immerse themselves in the experience and at the same time actively influence its course (e.g. video games).

## **2.2. Museum Theatre**

The definition of museum theatre is a live interpretative presentation with skilled performers who engage museum and heritage sites visitors by portraying and conveying a story or dramatic narrative (AMTAL, 2012). Historical sites can benefit of using museum theatre for: (1) a long recall and memory of a visit; (2) human dimension and interaction enhance the engagement; (3) activation of visitor's affective and cognitive processing which leads to strong recall, comprehension, and learning (Huges, 2008).

In doing so, Pine and Gilmore (1999) wrote about five steps of staging a memorable experience. These steps are: (1) theme the experience; (2) harmonize impressions with positive cues (e.g. actors, staff behaviour, accessorise supporting the theme); (3) eliminate negative cues (e.g. ensure historical accuracy of the characters and stories); (4) mix of memorabilia (e.g. photograph in costume or digital as a tangible memory); and (5) engage the five senses (e.g. setting, decoration, sounds, stories, smells, stones).

## **2.3. Co-creation of Experiences**

Experience co-creation is another important theory in providing a unique experience for the event visitors. Dean et al. (2010) point out the significance in recognizing different expectations that various audiences might have, operating at several different social scales and scopes. Dean et al. (2010) further argue the importance of recognizing who the visitors are and how they relate to the event. Accordingly, they suggest the use of the new technologies in creating engagements that are not only inside or outside the even, but trans-local in their orientation. Who visitors are and how they can be reached will be summarized drawing upon the Rihova et al. (2013) social layers of customer-to-customer value co-creation theory.

Rihova et al. (2013) identified several groups of visitors and they are as follows: (1) detached customers (single travellers, couples and those interested in history); (2) social bubble (groups of friends, families and organized groups); (3) drama students and visitors involved in temporary shared group experience; and (4) members of local groups and community. How these groups allow better understanding of

customers in the case of Poreč historical festival Giostra will be explained later in research. It is therefore important to know how to engage each of them in co-creating experiences.

Finally, literature review section of this research offered an insight into different design and experience management theories (four realms of experiences, museum theatre, co-creation of experience and staging a memorable experience) that will now in detail be looked at in the context of co-creating baroque experiences on the case study of Poreč historical festival Giostra.

### **3. Co-creating baroque experiences: The case of Poreč historical festival Giostra**

#### **3.1. The History of Giostra**

The historic festival Giostra was launched in 2007 by Poreč's Native Museum in cooperation with the marketing and organizational services company Studio 053 from Poreč. Afterwards the Society of Friends of Giostra was founded in late 2008 as a part of Poreč's Native Museum. Importantly, the main goal of the association is to protect the intangible cultural heritage of Poreč. Additionally, it aims to complete the cultural and tourist offer in Poreč. In 2009 the Society of Friends of Giostra became a co-organiser of the festival Giostra. Following, in 2013 they became a citizen association due to the citizen's great interest in taking part in the success of the festival. Today the Society of Friends of Giostra includes a dance section, drama section, drum section and equestrian section. Furthermore, historical documents are the foundation of all activities regarding the society and its festival. The most of them are being kept in Poreč's Native Museum as well as in many domestic and foreign archives. Consequently, members of the society are being educated about the history of Poreč through thematic lectures, workshops, playrooms, and other educational activities (Zavičajni muzej Poreštine, 2021).

Giostra is one of the few manifestations of live interpreted history in Croatia focusing on the Baroque period. The festival lasts three to four days and includes international guests. The stakeholders involved in the organization of the festival are: The Society of Friends of Giostra, Poreč's Native Museum and Studio 053 with support of Poreč's tourist board and the city of Poreč, as well as other sponsors and donors. All programs of the festival are free of charge. The festival includes the following programs: dancing, music, entertainment, theater play, programs for children, face painting, photo corner, antiques fair and traditional fair.

In general, the festival takes place yearly in June and counts about two hundred costumed participants. The festival begins with the traditional fair Fiero Franco Triduan on either Thursday or Friday. There, exhibitors from Istria and the surrounding area offer a range of traditional products like honey, olive oil, marmalade, natural cosmetics and more. In the evening, parading participants on the streets of the city mark the official opening of the festival. The yearly themed programs then continue at the Main Square or Peškera bay, including fireworks. In 2014 the first day program included a play at the famous Villa Polesini called "Oštarija poli Franka" that was performed by members of the Society of Friends of Giostra, and was directed by Goran Prodan (Zavičajni muzej Poreštine, 2021).

During the three days of the festival, in the mornings and afternoons dancers, musicians, entertainers, swordsmen, horse riders and costumed guides entertain the guests of the festival. The main event of the festival is a reconstructed knight's tournament that takes place on Saturday. The tournament is historically accurate since it actually took place in Poreč and is being held according to the demanding rules from 1745 (Web Centar Hrvatske Kulture, 2021). The participants consist of 12 horse riders, mostly professionals from the Istrian horse riding clubs, and a few amateurs from the Society of Friends of Giostra. On Sunday, a program for children is being held which includes workshops, thematic face painting, a photo corner and a new play called "Graškolino".

To summarize, the performances during the festival precisely portray the life during the Baroque era. Participants are dressed in proper clothing, respect historical etiquette and manners, perform baroque dances, musical performances through taking care about the tradition. The sections below will look at the Giostra in the context of experience design theories.

### **3.2. Design and experience management theories: The case of Giostra**

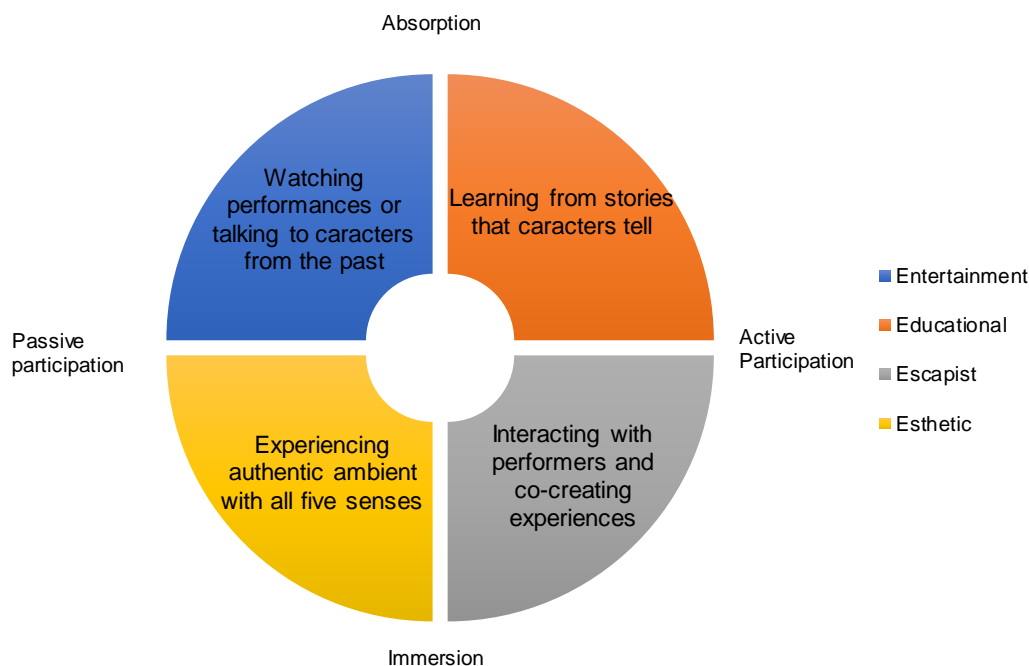
To gain a better understanding on how different performances create baroque experiences during the festival of Giostra, the authors took a qualitative approach to this research through participating in the festival as well as have collected additional information using the online questionnaire. The live participation took place from September 7<sup>th</sup> to 9<sup>th</sup> 2018, and online questionnaire was filled out by the principal of the Native Museum of Poreč and founder of the Giostra festival in August 2021. The questions were designed to analyse the different performances of the festival through the four experience design management theories discussed in section two of this paper. Both participation as well as online questionnaire gave authors great insights about Giostra, as well as ideas for the future improvements and recommendations.

#### **3.2.1. The Four Realms of Experience**

By looking at the four realms of experience theory, experiences offered during the festival of Giostra are heavily characterised as entertaining. This is due to the nature of the festival since it is a manifestation of live interpreted baroque history. Additionally, the festival is designed so that visitors gather experiences by walking through the city. As described in Pine and Gilmore's (1998) article and seen in the image 2 below, when faced with entertainment the festival's visitors adapt to the role of the passive observers and tend to absorb experiences from a distance. Importantly, most of the activities, performances and ambient of the festival are based on historical documents (as explained in the paragraph above).

Consequently, this characterises the festival with educational and aesthetic realms of experiences as well (see image 2 below). Due to the historical accuracy of the events, performances, and the ability to talk to characters from the past, visitors can learn from the experience and partly immerse themselves with help of the authentic ambient. Along with the visitor's low influence on the course of the experience, based on findings from Caru and Cova's (2003) article it is concluded that the festivals level of immersion is low.

Image 2. The Four Realms of Experience for Giostra



Pine and Gilmore (1998) Author's processing

### 3.2.2. Museum Theatre

As stated by Huges (2008), theatre plays are conveying a story or dramatic narrative that benefits the recallability of the festival. Since the plays are in line with the annual themes, they help create a memorable experience. Furthermore, the performances are based on historical events, stories and facts which harmonize with positive cues, the actor's appearance and props. As well as that, negative cues are being eliminated by educating the performers' through historical workshops and courses.

Therefore, the first three steps in staging a memorable experience, described by Pine and Gilmore (1999) are being met (themed experience, harmonized impressions, and elimination of negative cues). On the other hand, visitors don't have the opportunity to receive a tangible reminder of the experience (mix of memorabilia). Additionally, the plays don't engage all five senses as they should. While the setting, decoration and stories harmonize well with other positive cues, it is not possible to experience the performance using smell, touch, or taste.

### 3.2.3. Co-creation of Experiences

The festival of Giostra is one of the most visited events in Poreč. The festival used to be in September, however, is now organized in early June. This is due to the high number of tourists that visit Poreč during the summer. It should be noted that the festival welcomes many domestic and international tourists that belong to different social groups that have unequal expectations of the festival.

For example, the festival offers tours provided by costumed history experts to all festival visitors regardless of their background. While on tour, visitors are being introduced to the most important historical buildings, monuments, and places in city of Poreč. In the same way they are offering detailed studies of relevant historical buildings dedicated to visitors interested in history. Eventually, this leads to over complication or simplification and thus an inefficient tour, i.e., product for certain group of visitors.

Therefore, using Dean et al. (2010) findings, it is important to recognize different visitor expectations while providing unique experiences. For this reason, four groups of visitors were identified based on Rihova et al. (2013) paper as seen in Image 3 below.

Image 3. The Four groups of visitors: Giostra

Detached Customers	Social Bubble	Temporary Communitas	On-going Neo-tribes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Single travellers</li> <li>• Couples</li> <li>• Those interested in history</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groups of friends</li> <li>• Families</li> <li>• Organized groups</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drama students</li> <li>• History students</li> <li>• Tour participants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• School and kindergarden children of Poreč</li> <li>• Society of the disabled Poreč</li> <li>• Art school of Poreč students</li> <li>• Youth Association of Poreč (USB) members</li> <li>• Members of local community</li> </ul>

Rihova et al. (2013) Author's processing

Obviously, the festival of Giostra has a lot to offer to its visitors as it fulfils three out of the four realms of experience (except escapist). On the other hand, the majority of experiences are designed in a way to target multiple segments in the same way. Altogether, it is concluded that the festival currently doesn't offer experiences targeted at individual visitor groups which is of great importance for offering unique experiences.

### 3.3. Implementations and future recommendations of new ideas for co-creation of baroque experiences

The festival of Giostra would benefit from designing interactive and co-creating experiences where authors have recognized six main areas for the Giostra festival improvement, and these are:

(1) By gradually adding more interactive features into the festivals entertaining and educational experiences they could become more enjoyable and memorable. The cost of these changes would be minimal, since it is mostly just redesigning the way in which performers communicate and interact with the audience. For example, visitors of the traditional fair Fiero Franco Triduan could become salesman helpers (escapist experience) or craftsman apprentices (educational experience). Thus, the visitors would unconsciously, trough interactivity, become contributors to each of the four realms of experience. Along with this, it is recommended to redecorate the fairs booths and surroundings to create a historically accurate surrounding and improve the aesthetic realm of the experience.

(2) Visitors o Giostra should have the option to influence and become part of plays or street performances. Similar to interactive movies or video games, where the viewer picks a role and decides

the course of action. In this case, a volunteer could be picked from the audience and become a prisoner to save one of the characters of the play. Besides that, program changes can be small as well, like inviting visitors to walk along drummers carrying various props. Just like the dancers and street entertainers, all performers should be able to co-create experiences with the visitors. The main idea is to add interactive features to existing experiences to develop a sense of importance and memorabilia in the visitors' minds. In addition, it is recommended to think about ways to include all five senses of the visitors during performances.

(3) Visitors should receive small tangible reminders of participation like photographs, props from plays (flowers etc.), small participation gifts from fair salesman (lavender bags etc.), lucky coins from swordsmen, a notebook from tour guides and similar. Apart from this, there could be a yearly mystery riddle that sends visitors on a quest to find a hidden treasure.

(4) With regards to the revival of baroque aristocratic and regimental spaces, it is recommended to make use of historically relevant buildings. It would be a great addition to show the visitors examples of authentic baroque interior and use the five steps of museum theatre to stage a memorable experience. Additionally, visitors could be assigned different roles, dress up in costumes and interact with the performers. On the other hand, visitors could explore the locations on their own, by implementing reading material, video or audio recordings to gain a deeper understanding of the city's history.

(5) In spite of the festival's goal to offer all experiences free of charge, it is worth noting that the festival and the city's heritage sites could benefit from designing new experiences that require visitors to pay an entrance fee or donation. These payments could help revitalise neglected parts of the town, cover restoration costs, or simply financially support the organisation and development of the festival.

(6) Before redesigning experiences, it is important to further research the individual groups of visitors and their expectations (see section 3.2.3.). Following experience design theories, it is recommended to design individual products for each group of customers as presented in the image 3. For instance, the offered tours provided by costumed history experts should be targeted towards history students, history tour participants and other advanced history enthusiasts. At the same time, the festival could offer a shorter, less detailed version of the tour targeted at people with low history knowledge like single travellers, couples, groups of friends and families. Furthermore, the tour could be divided into two parts, firstly sightseeing paired with an easy-going introduction of the town's history, and secondly an advanced, more detailed analysis of Poreč's architecture, monuments, places, and traditions. Visitors could then decide which part of the tour they want to be a part of. Finally, each part of the festival could be further improved by offering different products to visitor groups with different expectations. These different expectations can be met through product redesign based on experience analysis using the four realms of experience (see section 3.2.1.), as well as applying five steps of museum theatre theory with regards to performances in order to design corresponding experiences for each visitor group separately.



## 4. Conclusion

This research examined the modes of interpretation of culture and heritage. It focused on the experience design and management theories, concepts, and evidence of their application in practice by looking at the case of Poreč historical festival Giostra. Firstly, theories of the four realms of experiences, museum theatre, co-creation of experiences and staging a memorable experience were explained in detail. Secondly, an introduction to the festival is presented, its history and how it evolved to present day. Thirdly, mentioned theories were discussed in relation to the existing historical festival Giostra by examining the role that festival has in co-creating baroque experiences. Authors took a qualitative approach to this research through live festival participation and the on-line questionnaire filled out by the principal of the Native Museum of Poreč and founder of the Giostra festival. Both participation as well as online questionnaire gave authors great insights about Giostra, as well as ideas for the future improvements and recommendations.

Finally, authors have offered six main areas for the Giostra festival improvements to design interactive and co-creating experiences at the festival. These areas of improvement offer solution to the modification and extension of the festival adding to the cultural and heritage tourism offers during the tourist season by: (1) adding interactive features into the festivals entertaining and educational experiences; (2) co-creation of experiences with the visitors; (3) implementing memorabilia in the festival; (4) the use of historically relevant buildings as an authentic stage; (5) introducing payments for some parts of festival program; and (6) recognizing different groups of visitors and approach them differently. It is believed that should the suggested areas be improved; it would have positive influence on several important things: preserving culture and heritage of historical destination Poreč; the revitalization of the forgotten areas of the city; restoration of protected areas and buildings in the city as well as deepen the engagement of the local community that is vital for the event to be successful and authentic.

## References

1. Caru, A. and Cova, B. (2003). Revisiting Consumption Experience. *A More Humble but Complete View of the Concept*. *Marketing Theory*, 3, 267-286.
2. Dean, C., Donnellan, C., Pratt, A. C. (2010). *Tate Modern: Pushing the limits of regeneration* [Online] Available at: <http://ezproxy.napier.ac.uk:2152/science/article/pii/S1877916610000111> Accessed: 20 August 2021
3. Huges, C. (2008). Performance for learning: how emotions play a part. Doctor of Philosophy Thesis. The Ohio State University.
4. Perkins, H. C., Thorns, D. C. (2001). *Gazing or performing? Reflections on Urry's tourist gaze in the context of contemporary experience in the antipodes* [Online] Available at: <http://ezproxy.napier.ac.uk:3243/content/16/2/185.full.pdf+html> Accessed: 25 August 2021
5. Pine B. J. & Gilmore, J.H. (2011). *The Experience Economy*, Boston, Harvard Business Review Press.

6. Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy – Work is Theatre and Every Business a Stage*, Boston, Harvard Business Review Press
7. Rihova, I., Buhalis, D., Moital, M., Gouthro, M. B. (2013). *Social layers of customer-to-customer value co-creation* [Online] Available at: <http://ezproxy.napier.ac.uk:2067/journals.htm?articleid=17097641>  
Accessed: 10 August 2021
8. Urry, J., Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0.*, London, Sage

## Web sources

1. Web Centar Hrvatske Kulture. *Giostra u Poreču*. Preuzeto s: <https://www.culturenet.hr/> (20. 6. 2021.)
2. Zavičajni muzej Poreštine. *Giostra*. Preuzeto s: <https://www.muzejporec.hr/hr/giostra/> (3. 7. 2021.)

## Sažetak

### Sukreiranje baroknih iskustava: slučaj porečkog povijesnog festivala Giostra

Uzimajući u obzir slučaj povijesnog grada Poreča u Hrvatskoj, ovo istraživanje ispituje načine interpretacije kulture i baštine s fokusom na povijesni festival Giostra. Prvo, usredotočuje se na teorije o: (1) četiri područja iskustava; (2) muzejsko kazalište; (3) zajedničko stvaranje iskustava i (4) insceniranje nezaboravnog iskustva. Drugo, ispituje spomenute teorije u odnosu na postojeći povijesni festival Giostra u Poreču, posebno se osvrćući na ulogu koju povijesni festival ima u sukreiranju baroknih iskustava kao modusa kulturne i baštinske interpretacije grada Poreča. Treće, nudi rješenje za modifikaciju i proširenje festivala koje će dodati ponudu kulturnog i baštinskog turizma tijekom glavne turističke sezone. Nadalje, unosi nove ideje za revitalizaciju pojedinih područja grada Poreča i time pozitivno utječe na probleme prekomjernog turizma u gradskom središtu. To čini kroz ideje o izdvajanju pojedinih dijelova događanja u područja koja su zaboravljena i zanemarena. Konačno, ovo istraživanje pokazuje da pravilno korištenje postojećih teorija i dostupnih alata može imati pozitivan učinak na očuvanje kulture i baštine povijesnih turističkih destinacija kroz povijesne festivale, stavljajući posebnu pozornost na ključne uloge koje dionici imaju u ovom procesu.

Ključne riječi: kulturna baština, Poreč, interpretacija, sukreacija iskustva, Giostra

Stručni rad

Primljeno: 20. rujna 2021.

Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.

UDK: 791.75:338.483.12(497.583Poljica)

**Antea Ivković<sup>1</sup>**

**Marija Kačunko<sup>2</sup>**

## **Tematski park „Poljička republika” – specifični model valorizacije povijesnog nasljeđa<sup>3</sup>**

### **Sažetak**

Područje nekadašnje Poljičke republike, lokaliteta smještenog istočno od grada Splita, nekoć samostalne političko-pravne tvorevine, iznimno je bogato raznovrsnom materijalnom i nematerijalnom kulturno-povijesnom baštinom. Nažalost, ti potencijali nisu adekvatno valorizirani zbog čega prostor Poljičke republike još uvijek nije našao zaslužno mjesto na karti turističkih odredišta. U tom kontekstu, a imajući na umu s jedne strane trendove suvremene potražnje koja zahtijeva autentično i jedinstveno iskustvo posjećivanja, te s druge strane praksu razvoja sličnih lokaliteta u svijetu, u ovom istraživanju ponudit ćemo ideju razvoja tematskog parka na prostoru nekadašnje Poljičke republike. Park bi na prikladan način objedinio elemente ruralnih i kulturnih sadržaja – od uživanja u specifičnim geografskim obilježjima prostora, preko edukativnih sadržaja koji oživljavaju zaboravljene narodne običaje, pa sve do drugih vizualnih, slušnih i olfaktivnih (prije svega gastronomskih) iskustava, s ciljem predstavljanja bogate poljičke kulture i tradicije. Rad je koncipiran u nekoliko poglavlja. U uvodnome dijelu daje se kratak pregled literature na temu uloge tematskih parkova u suvremenom turizmu, tržišnih trendova te upravljanja takvim lokalitetima. Potom slijedi dio u kojemu se analizira povijesni kontekst razvoja Poljičke republike te daje kratak osvrt na njenu kulturnu baštinu kroz prizmu aktualnog stanja i očuvanosti kulturnih resursa. U trećemu dijelu razrađuje se ideja otvaranja parka na temu povijesti, kulture i tradicije Poljica, pri čemu se poseban naglasak stavlja na analizu institucionalnih pretpostavki pokretanja projekta, razradu potencijalnih sadržaja u konkretnom prostoru Parka te na ulogu različitih dionika u procesu valorizacije i upravljanja tematskim parkom.

Ključne riječi: tematski park, baština, Poljička republika, turistička valorizacija

---

<sup>1</sup> Antea Ivković, studentica, Ekonomski fakultet u Splitu – smjer Menadžment u turizmu; anteaivkovic@gmail.com

<sup>2</sup> Marija Kačunko, studentica, Ekonomski fakultet u Splitu – smjer Menadžment u turizmu; marijakacunkoo@gmail.com

<sup>3</sup> Mentorica studenticama za ovaj članak je dr. sc. Lidija Petrić, profesorica, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet u Splitu; lipe@efst.hr

## 1. Uvod

Prema Žudić (2017), zabavni su parkovi visoko razvijeni, specifično izgrađeni i opremljeni prostori i objekti, čiji tematski i ostali popratni sadržaji čine potpuno samostalnu i praktičnu turistički atraktivnu cjelinu. Zabavni parkovi nastali specijalizacijom prema odabranom sadržaju (temi) i aktivnosti, nazivaju se tematskim parkovima (Žudić, 2017). Unatoč tome što je primarna svrha tematskih parkova zabava, sve više pozornosti pridaje se edukativnim sadržajima te očuvanju kulturno-povijesnog nasljeđa pa tako sadržaj tematskih parkova poprima zabavno-edukativan karakter. Tematski parkovi dobili su ime po specifičnosti sadržaja kojima se ciljano formira karakteristična ponuda koja može sadržavati: elemente povijesti civilizacije i/ili naroda, pojedinih geografskih regija, igranih ili crtanih filmova, karnevala, životinjskog svijeta i slično (Žudić, 2017). Unatoč uvriježenom mišljenju, tematski su parkovi prilagođeni svim dobnim skupinama i nude široki raspon interaktivnih sadržaja kako za najmlađe, tako i za starije dobne skupine.

U svijetu su danas poznati brojni zabavni i tematski parkovi, poput Disneyjevih parkova u SAD-u, Japanu, Francuskoj i drugdje, čija se posjećenost na godišnjoj razini kreće između 15 i 25 milijuna posjetitelja, preko filmskih studija poput Universal u Orlando u SAD-u<sup>4</sup>, do brojnih drugih parkova raznih dimenzija i tema širom Europe i svijeta. U Republici Hrvatskoj postoji nekoliko vodenih zabavnih parkova uglavnom na obalnom području, kao što su: akvapark Solaris blizu Šibenika, Aquacolors u Poreču, Aquapark Čikat na Lošinju, Aquapark u Umagu, Aquapark Fažana, a posljednjih se godina javljaju i parkovi s tematiziranim sadržajima poput Dinoparka u Funtani u Istri, uz najavu još nekoliko sličnih investicija širom Hrvatske.

Od manjih tematskih edukativnih parkova u srednjoj Dalmaciji važno je spomenuti postojanje parkova Etnoland Dalmati u Pakovu Selu i Stella Croatica u Klisu, čiji se sadržaji temelje na doživljaju dalmatinske tradicije i povijesti. S obzirom na iznimnu kulturno-povijesnu baštinu i rastuću potrebu za njenom inovativnom interpretacijom shodno porastu interesa potražnje, izvjesno je da će broj ovakvih tematskih parkova imati rastući trend.

U tom kontekstu oblikovan je i prijedlog projekta tematskog parka temeljenog na specifičnoj interpretaciji baštine na području nekadašnje Poljičke Republike, odnosno Poljica. To je područje ime dobilo prema specifičnom geografskom obilježju – poljima i vrtaćama smještenima oko planine Mosor (Mihanović, 1992). Poljica su funkcionirala po modelu seljačke kneževine gdje su pučani samostalno birali vladara – velikog Kneza (slika 1). Mihanović (1992) također navodi da je Poljička knežija bila podijeljena na 12 posebnih teritorijalnih jedinica – katuna, koje su se sastojale od manjih sela. Svaki je katun na dan svetkovine Sv. Jure birao svoga katunara, a katunari su nakon tradicionalne vjerske svečanosti birali velikog Kneza (Sanader, 2019).

---

<sup>4</sup> Trip.com. *Top 10 Theme Parks in the World*. Preuzeto s: <https://www.trip.com/blog/top-10-theme-parks-in-the-world/> (16. 9. 2021.)

Slika 1. Biranje poljičkog kneza



Izvor: Radmilo, J. (13. 5. 2015.). Održava se audicija za biranje kneza. *Portal sela Gata*.

Preuzeto s: <http://gata.hr/wp/?p=3486> (15. 9. 2021.)

Sušтина tematskog parka „Poljička Republika“ jedinstveni je doživljaj tradicije i povijesti Poljica – regije koja ima bogatu povijest, autentičnu gastronomsku ponudu te je i danas vjerna tradicionalnom načinu življenja. Kroz pet tematskih i sadržajno različitih cjelina, posjetiteljima je pružena prilika putovanja u povijest i interaktivan način upoznavanja nekadašnjeg života Poljičana. Od uživanja u prirodnim ljepotama i upoznavanja geografskih obilježja, preko edukativnih sadržaja i tema (o političkom uređenju, autonomiji Republike, ustroju vlasti itd.) pa sve do samog iskustva objedovanja u običnoj pučkoj kući – ovaj tematski park višeslojno objedinjuje sve elemente fenomena Poljičke Republike. Cilj je osnivanja i djelovanja tematskog parka „Poljička Republika“ obogatiti doživljaj destinacije na način da se proširi poznavanje, kako inozemnih, tako i domaćih posjetitelja, o kulturi i običajima kroz zabavno-edukativne sadržaje.

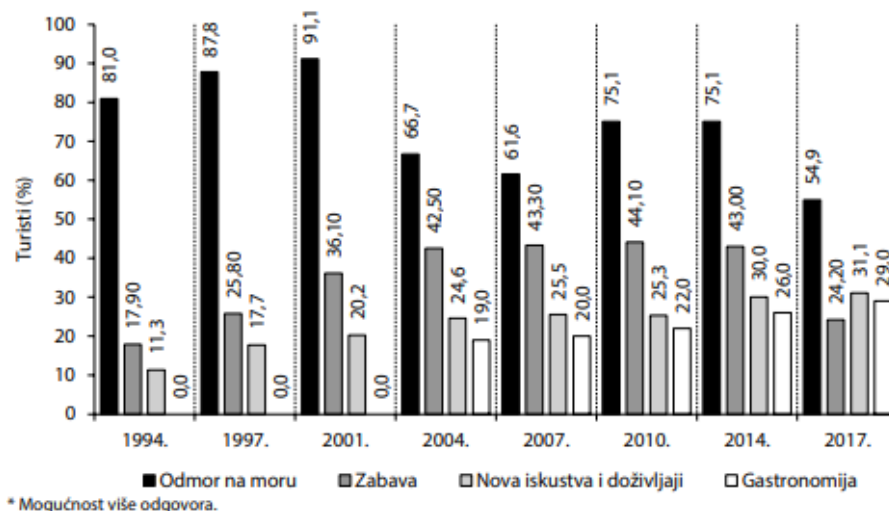
## 2. Analiza okruženja

### 2.1. Analiza tržišnih trendova

Prema analizi trendova u turizmu u Europskoj uniji, koje je provela Svjetska turistička organizacija (UNWTO, str. 18) 2018. godine<sup>5</sup>, međunarodni dolasci porasli su za 7 % te premašili 1,3 milijarde. Rast je bio potaknut globalnim gospodarskim usponom, održivim rastom na mnogim destinacijama i čvrstim oporavkom destinacija koje su pretrpjele pad ranijih godina poput Turske, Egipta, Tunisa, Francuske i Belgije. U južnoj Europi i Mediteranu, Hrvatska je uz još nekoliko država zabilježila dvoznamenkasti rast. Najveći rast zabilježili su Slovenija (+17 %) i Hrvatska (+14 %) kao i otočne destinacije Malta (+16 %) i Cipar (+15 %) (ibidem). Sukladno tome, Hrvatska je kao članica Europske unije, profilirana kao izrazito receptivna destinacija regije i ovaj rastući trend omogućuje veliki potencijal uspjehu projekta.

<sup>5</sup> UNWTO. *European Union Tourism Trends*. Preuzeto s: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419470> (16. 9. 2021.)

Graf 1. Motivi dolaska u RH, trend 1994. – 2017.



Izvor: TOMAS istraživanje 2019., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj

Generalno, popularnost ruralnog turizma na svjetskoj razini raste, zbog čega je uspješnost ovakvog koncepta na tržištu vrlo izgledna. Prema rezultatima TOMAS istraživanja (Institut za turizam, 2019) prikazanima na grafu 1, od 1997. do 2017. godine može se iščitati rast važnosti aktivnog odmora (gastronomija, nova iskustva i doživljaji, zabava, prirodne ljepote...), dok je pasivni odmor u 2017. godini smanjen za čak 20 % u odnosu na 2014. godinu. Privatnost, prostranost te uživanje u netaknutoj prirodi, danas, možda više nego ikad zbog svjetske pandemije, eksponencijalno rastu na ljestvici osobnih potreba. Danas je sveprisutna transformacija masovnog turizma poznatog po kratici „3S“ (od eng. termina Sea, Sand, Sun / more, pijesak, sunce) u „3E“ turizam (od eng. termina Entertainment, Excitement, Education / zabava, uzbuđenje, edukacija) (Carić i Škunca, 2016).

Carić i Škunca (2016) u Akcijskom planu razvoja zelenog turizma ističu da održi razvoju turizma podrazumijeva pomirenje interesnih strana svih dionika turizma pa tako objedinjuje razvoj turizma, zaštitu okoliša i društveno blagostanje. Trend održivosti jedna je od glavnih strateških tema u turizmu te je jedan od najvažnijih čimbenika pri izboru putovanja, što je još jedna od prednosti poslovanja u okviru ruralnog turizma (Carić, i Škunca, 2016). Prema istim autorima, više od trećine turista preferira održive turističke proizvode i spremni su ih platiti od 20 % do 40 % više. Stoga je i ovaj projekt naslonjen na ideju održivosti, počevši od ponude ekološki prikladnih sadržaja i aktivnosti, do oživljavanja tradicije i očuvanja kulturnog identiteta Poljičke Republike.

## 2.2. Analiza potražnje

Prema TOMAS istraživanju (2019), vodeći motivi posjeta Hrvatskoj, konkretnije jadranskoj Hrvatskoj, u prvom redu su more (81 %), prirodne ljepote (56 %), kultura i umjetnost (13 %) te gastronomija i posjeti selima (12 %). Iako je tematski park „Poljica“ smješten na području Dalmatinske zagore, blizina primorja je neupitna prilika za privlačenje potencijalnih posjetitelja. Istovremeno, ponuda Parka može ublažiti i

neke od zamjerki posjetitelja turističkoj ponudi na priobalnom području, kao što su velike gužve, smeće, buka (6 – 8 %).

Kada promatramo posjetitelje srednje dobi (30 – 49 godina) koji putuju obiteljski, s djecom, primjećuje se da je udio njihovih posjeta Republici Hrvatskoj (a osobito jadranskoj Hrvatskoj) najveći (55 %), zbog čega predviđamo da će se ovaj segment posjetitelja profilirati kao primarni (TOMAS istraživanje 2019.). Najveća emitivna tržišta posjetitelja srednje dobi su Češka, s čak 72,2 % posjetitelja, Poljska sa 62,4 % posjetitelja, Mađarska sa 63,7 % te Slovačka sa 63,6 % (TOMAS istraživanje 2019.).

Unatoč velikom interesu ovog segmenta za putovanjem u Republiku Hrvatsku, potrebno je uzeti u obzir i široku diversifikaciju njihovih preferencija pa se iz tog razloga definira i drugi segment – posjetitelji starije dobi (čiji je udio u dolascima nešto manji, ali se među njihovim motivima putovanja puno češće spominju atributi svojstveni ponudi tematskog parka „Poljica“). S obzirom na ovaj sekundarni ciljani tržišni segment, posjetitelje starije dobi (29,7 %), očekuje se da će vodeća emitivna tržišta biti Njemačka i Austrija (40 % posjetitelja starijih od 50 godina), Italija (28,9 %), Ujedinjeno Kraljevstvo (41,4 %) te Nizozemska (39,5 %) (TOMAS istraživanje 2019.).

Što se tiče 2021. godine, promatrajući ukupan promet turističkih dolazaka tijekom kolovoza zabilježen je rast turističkog prometa u svim županijama u odnosu na kolovoz 2020., a najveći promet turističkih noćenja ostvaren je na području Istre, zatim u Splitsko-dalmatinskoj županiji i Kvarneru.<sup>6</sup> Slijedom činjenice da pandemija koronavirusa još uvijek nije suzbijena, impresivni su podatci o rastu turističkog prometa u odnosu na 2020. godinu pa je tako Hrvatska tijekom kolovoza 2021. zabilježila rast turističkog prometa sa svih vodećih tržišta (osim iz Slovenije).<sup>7</sup>

### 2.3. Političko pravna okolina – utvrđivanje zakonskog okvira

Slijede zakoni koji reguliraju postupanje u ovom projektu.

Zakonom o pružanju usluga u turizmu<sup>8</sup> između ostalog se definiraju usluge u turizmu te način i uvjeti za pružanje istih. Ovaj zakon također definira tko može pružati usluge u turizmu, pod kojim uvjetima te koje bi bile obaveze pružatelja usluge. Regulira i aspekt ponude paket-aranžmana koji bi mogli biti uključeni u ponudu za ciljane grupe gostiju (primjerice: *teambuilding*, rođendani, obiteljski paketi i slično).

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti<sup>9</sup> definira načine i uvjete pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost. U ovome kontekstu važan je jer je u sklopu parka planirana izgradnja ugostiteljskog objekta. Određuje dužnosti ugostitelja, kategorizaciju ugostiteljskog objekta, postupak utvrđivanja uvjeta za obavljanje ugostiteljske djelatnosti, inspekcijski nadzor provođenja ovog zakona, kaznene odredbe za prekršaje, izgled unutarnjeg i vanjskog prostora ugostiteljskog objekta te uvjete za početak obavljanja djelatnosti.

<sup>6</sup> Hrvatska turistička zajednica. *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa: kolovoz 2021.* Preuzeto s: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/informacije-o-tijeku-sezone> (18. 9. 2021.)

<sup>7</sup> Ibid. 6

<sup>8</sup> Zakon.hr. *Zakon o pružanju usluga u turizmu, pročišćeni tekst zakona. NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21.* Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (16. 9. 2021.)

<sup>9</sup> Zakon.hr. *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, pročišćeni tekst zakona. NN 138/06, 152/08, 43/09, 88/10, 50/12, 80/13 i 30/14.* Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti> (16. 9. 2021.)

Zakon o prostornom uređenju i gradnji<sup>10</sup> uređuje sustav prostornog uređenja i gradnje. Gradnju na određenom prostoru uvjetuje prostorni plan lokalne samouprave. Zakon, između ostalog, propisuje da odabrano zemljište mora biti građevinsko. S tim u vezi najprije je potrebno utvrditi na kojoj čestici se planira izgradnja tematskog parka „Poljička Republika“. Zakon također određuje da zona gradnje mora biti turističko-rekreativna pa bi u skladu s tim moglo biti potrebno podnijeti zahtjev lokalnoj samoupravi za prenamjenu zone.

### 3. Projekt Tematski park „Poljička Republika“

#### 3.1. Lokacija

Kako je prethodno istaknuto, planirana lokacija za izgradnju parka je prostor bivše Poljičke Republike. Prostor Poljičke Republike obuhvaća područje od Žrnovnice (istok Splita) do Blata na Cetini i Omiša te od obale do područja Zamosorja. Nekadašnja upravno-teritorijalna podjela Poljičke Republike zadržala se u geografskom kontekstu i danas. Perčić (2018) navodi da se „Poljica dijele na:

1. Gornja Poljica: Donji Dolac, Gornji Dolac, Putišići, Srijane i Trnbusi;
2. Srednja Poljica: Donje i Gornje Sitno, Srinjine, Tugare, Dubrava, Naklice, Gata, Zakučac, Čišla, Ostrvica, Zvečanje, Smolonje, Kostanje, Seoca i Podgrađe;
3. Donja Poljica: Podstrana, Jesenice, Dugi Rat i Duće.”

U sklopu Poljica kao suvremene povijesne regije nalaze se, djelomično ili u cijelosti, gradovi: Split, Omiš i Trilj, te općine: Dugopolje, Dugi Rat, Podstrana i Šestanovac (slika 2).

Slika 1. Poljica kao suvremena povijesna regija



Izvor: Savez za Poljica. *Poljica kao suvremena hrvatska povijesna regija*.

Preuzeto s: <http://poljica.hr/poljica-kao-suvremena-hrvatska-povijesna-regija/> (16. 9. 2021.)

Može se uočiti prostorna rascjepkanost unutar jedinica lokalne samouprave ove regije. Lokalnoj samoupravi grada Omiša pripadaju sela: Donji Dolac, Gornji Dolac, Putišići, Srijane i Trnbusi te Tugare,

<sup>10</sup> Zakon.hr. *Zakon o prostornom uređenju i gradnji, pročišćeni tekst zakona*. NN 76/07, 38/09, 55/11, 90/11, 50/12, 55/12, 80/13, 78/15. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/153/Zakon-o-prostornom-ure%C4%91enju-i-gradnji> (16. 9. 2021.)



Dubrava, Naklice, Gata, Čišla, Ostrvica, Zvečanje, Smolonje, Kostanje, Seoca i Podgrađe.<sup>11</sup> Pod lokalnom su samoupravom grada Splita: Donje i Gornje Sitno te Srinjine.<sup>12</sup> Zatim, lokalnoj samoupravi općine Podstrana pripada Podstrana, a lokalnoj samoupravi općine Dugi Rat pripadaju Jesenice, Dugi Rat i Duće.<sup>13</sup> Poljica se u cijelosti nalaze na području Splitsko-dalmatinske županije te su stoga pod regionalnom samoupravom Splitsko-dalmatinske županije.

Ako se govori o atraktivnosti lokacije tematskog parka, potrebno je naglasiti privlačnost prirodnih elemenata same regije koji zadovoljavaju različite rekreativne, društvene i kulturne potrebe gostiju. Može se reći da su Poljica na geoprometnom položaju između gradova Splita, Omiša i Trogira čija je važnost neosporna. Cestovna infrastruktura kroz Poljica nije na zavidnom nivou te su potrebna ulaganja i restrukturiranje, međutim, prometnice do obližnjih gradova i mjesta u odličnom su stanju i znatno olakšavaju pristup Poljicima. Premda su fizički u odličnom stanju, unutar vrhunca sezone, prometna povezanost između područja Srednjih i Donjih Poljica neodrživa je. Važno je napomenuti postojanje autoceste A1 – Dalmatine i njena čvorišta Šestanovac, Blato na Cetini, Bisko i Dugopolje koja znatno olakšavaju prometnu komunikaciju s emitivnim tržištima i naglašavaju povoljan prometni položaj ovog područja.

### 3.2. Opis ideje

Tematski park „Poljička Republika“ zamišljen je kao simbioza edukativnih i zabavnih sadržaja koji će biti okupljeni na površini od cca 5000 m<sup>2</sup>. Ulazak u park zamišljen je kao ulazak u razdoblje od 13. do 19. st., u vrijeme postojanja Poljičke Republike, a cijeli prostor bit će smisljeno podijeljen na specifične tematske zone. Kroz svaku zonu planirano je postavljanje panela na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku kako bi u svakom trenutku posjetitelji bili informirani o svakom doživljaju zasebno. Naglasak je na samostalnom upravljanju vremenom i upravo zbog neovisnosti o vodiču, moguće je duže zadržavanje u bilo kojem dijelu zone, ovisno o osobnim željama i interesima posjetitelja. Na panelima će se nalaziti detaljni opisi zona i njihovih dijelova, informacije važne za razumijevanje iskustva te posebne zanimljivosti, mitovi i legende – ovisno o konkretnoj tematici lokacije u parku. Osim toga, svaki će panel imati QR kod koji će poslužiti kao prečac za najlakši pristup službenoj mrežnoj stranici tematskog parka.

Na mrežnim stranicama također će se nalaziti zanimljivosti o karakterističnim zonama, a njihova je glavna namjena omogućavanje pristupa sadržajima slijepim osobama. Naime, paneli će biti postavljeni na pločama posebne teksture kako bi slijepe osobe znale da se nalaze ispred informativnog panela. Skeniranjem koda, moći će preslušati audiozapis sa svim informacijama o zoni u kojoj se nalaze. S obzirom na to da se radi o tematskom parku čija je namjena stimulacija svih osjetila, pristup osobama s invaliditetom bit će olakšan u svakom dijelu parka. Osim na prezentirani način, zainteresirani posjetitelji moći će, uz pomoć tehnologije za proširenu stvarnost (AR), korištenjem mobitela ili tableta, realno

<sup>11</sup> Grad Omiš. *Područje i položaj Grada*. Preuzeto s: <http://www.omis.hr/> (16. 9. 2021.)

<sup>12</sup> Grad Split. *Mjesni odbori*. Preuzeto s: <https://split.hr/gradska-uprava/kotari-i-mjesni-odbori/mjesni-odbori> (16. 9. 2021.)

<sup>13</sup> Općina Podstrana. *Položaj i prirodna obilježja*. Preuzeto s: <http://www.podstrana.hr/> i Općina Dugi Rat. *O općini*. Preuzeto s: <https://www.dugirat.hr/> (16. 9. 2021.)

okruženje proširiti uz pomoću senzora i računalno generirane grafike te, primjerice, sudjelovati u ceremoniji izbora velikog kneza Poljičke Republike ili učiti tehniku gradnje suhozida.

Zbog planiranog protoka posjetitelja i ustanovljenog toka kretanja kroz prostor se neće stvarati gužve kako bi se svakom pojedincu osiguralo neometano i potpuno iskustvo. Slijepim će osobama smjer kretanja biti prilagođen posebno teksturiranim podnim pločama koje će ih navoditi do sljedeće zone. Unutar i između tematskih zona planirano je postavljanje klupa za odmor koje su zamišljene u više dimenzija i različitih oblika, da kao takve budu prilagođene različitim veličinama grupa, od klasičnih klupica, do onih većih, s fiksnim stolovima u sredini. Zamišljeno je da zadržavanje u zonama nije vremenski ograničeno (osim u posebnim organiziranim turama) pa ovakvi objekti omogućavaju posjetiteljima provođenje vremena u parku, druženje, igranje društvenih igara, fotografiranje...

Kante za otpad, s posebnim koševima za razdvajanje otpada, bit će postavljene na udaljenosti od 20-ak metara duž glavne šetnice, kao i unutar svake zone. U Parku će biti i sanitarni čvor s dva odvojena sanitarna čvora (muški i ženski) te jedan koji će posebno biti prilagođen osobama s invaliditetom i djeci. U sklopu Parka, točnije u sklopu 5. tematske zone, nalazit će se i ugostiteljski objekt u kojem će biti moguća konzumacija tradicionalnih jela i pića u autentičnom ambijentu. Radne uniforme svih zaposlenika u ugostiteljskom objektu i muzeju bit će inspirirane tradicionalnim narodnim nošnjama i kao takve prezentirat će duh vremena. Dodatni je element planiran u Tematskom parku „Poljička Republika“ parking s minimalno 20 parkirnih mjesta.

Slika 2. Shematski prikaz Tematskog parka „Poljička Republika“



Izvor: autori

#### 1. tematska zona (auditivna)

Ova bi zona, kao ulazak u svijet Poljičke Republike, dočarala prirodna obilježja geografskog područja i stvorila klimatsku atmosferu kao podlogu za kasnije upoznavanje sa životnim stilom. Tu će se nalaziti

karakteristična stabla (hrast, jasen, grab, smreka), ptice i umjetni potok. Naglasak je, dakle, na auditivnim podražajima zvukova prirode repliciranjem geografskih obilježja podneblja. U ovoj će tematskoj zoni biti postavljena pozornica na kojoj će se održavati prigodne tematske manifestacije u izvedbi lokalnih kulturno-umjetničkih društava – predstave i priredbe na temu života tadašnjih poljičkih knezova i pučana, priča o Mili Gojsalić, bitke s Francuzima, bitke s Turcima, tradicionalni napjevi ojkavice koja je uvrštena na UNESCO-v popis nematerijalne kulturne baštine, te mnoge druge kulturno-zabavne manifestacije.

Festival *storytellinga* u kojemu će se posjetiteljima predstavljati staroslavenske priče bit će organiziran u sezoni na dnevnoj osnovi (a u drugim dijelovima godine povremeno), na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku, te će uz auditivne elemente prirodnih obilježja Poljica doprinijeti autentičnom ambijentu duha nekadašnjeg vremena. Osim uživanja u interpretativnom sadržaju, zonu je moguće iskoristiti i kao prostor za druženje i igru s obzirom na ugodan, siguran i zanimljiv ambijent prilagođen djeci. Dijelovi predviđeni za odmor, kao i oni namijenjeni igri isprepleteni su interpretativnim elementima zone pa će i sam boravak u ovoj zoni biti jedna vrsta pasivnog učenja. Stoga će prostor Parka, osim tradicionalnim turističkim posjetiteljima biti zanimljivo odredište i dječjim ekskurzijama, od onih vrtićkog do studentskog uzrasta.

## 2. tematska zona (olfaktivna)

Kroz ovu se zonu naglašavaju 'mirisi Poljica'. Zamišljen je vrt u kojemu će se nalaziti specifično začinsko i ljekovito bilje koje je karakteristično za ovo podneblje i kulturu života – ružmarin, lovor, jasmin, kadulja, divlji šipak, bazga, kupina, sikavica, divlja jagoda, trputac i ostali. Šetnjom kroz vrt posjetitelji će na postavljenim panel pločama moći saznati opće informacije o karakterističnom bilju i načinima njihove prerade i upotrebe. Jedan će dio vrta biti i povrtnjak koji predstavlja tipična polja nekadašnjih Poljičana i dočarava višestoljetnu tradiciju poljodjelstva, a bit će moguće i branje te degustacija sezonskih plodova. Na taj će se način posjetitelj uključiti u edukativan sadržaj i, osim pasivnog stjecanja novih znanja, dobiti priliku za aktivnosti – šetnje, samostalnog istraživanja i konzumacije plodova, te prilagoditi vrijeme i karakter iskustva svojim željama i potrebama. I u ovoj će zoni biti postavljene klupe i stolovi kao mjesta za odmor, druženje, igru i uživanje u autentičnom ambijentu.

## 3. tematska zona (taktilna)

S obzirom na važnost poljodjelstva u nekadašnjoj Poljičkoj Republici, i ova zona usredotočena je na poljoprivredni aspekt života Poljičana, ali ga replicira na nešto drugačiji način. Zbog opsega poljodjelskih aktivnosti koje su važne za dočaravanje kompletnog poljičkog ambijenta, u ovom dijelu interaktivnog iskustva ključan je vinograd. Crvenom bojom na slici 3. označena je taktilna tematska zona koja se bazira na osjetilu dodira i fizički graniči s prethodno opisanom zbog njihove isprepletenosti i međuovisnosti. Kako je i ranije spomenuto, poseban naglasak zabavno-edukativnog tematskog parka stavljen je na interakciju posjetitelja s interpretativnim sadržajima. Ovakvim pristupom osigurava se zabavni dio iskustva, dok edukativni postaje bliži, osobniji i nezaboravniji za posjetitelja.

Zamišljena je šetnja kroz mali vinograd u kojemu će gosti imati priliku vidjeti i, kada je to moguće, brati i okusiti grožđe te vidjeti suhozide – specifične zidove čiji je način gradnje slaganje kamenja bez vezivnog materijala. Vještina građenja suhozida, kojim se mogao i trebao služiti svatko tko je obrađivao

polja, prenošene su generacijama, ali bez ikakvog materijalnog zapisa. Vještina je 2016. godine temeljito proučena te je zaštićena kao nematerijalno kulturno dobro Republike Hrvatske da bi iduće godine u zajedničkoj nominaciji Hrvatske, Cipra, Francuske, Grčke, Italije, Slovenije, Španjolske i Švicarske UNESCO-v međuvladin odbor prepoznao iznimnu važnost ove tradicije i krajem 2018. godine konačno je zaštitio kao svjetsko kulturno dobro.<sup>14</sup> U samom Parku u povremenim terminima bit će upriličene i edukativne radionice gradnje suhozida za zainteresirane posjetitelje dok će u ostalim prilikama posjetitelji moći učiti o tehnici gradnje suhozida uz pomoć tehnologije proširene stvarnosti.

#### 4. tematska zona (vizualna)

Kroz ovu zonu posjetitelji će imati priliku posjetiti muzej Poljičke Republike. Zamišljen je kao izložba starih alata, oruđa i narodnih nošnji u autohtonoj dalmatinskoj kamenoj kući koja će najslikovitije opisati duhovno i socijalno ozračje ove male seljačke Republike. Interijer muzejskog prostora bit će inspiriran interijerom klasične dalmatinske kućice, onakve u kakvoj su i Poljičani nekada živjeli, pa će sam prostor muzeja na svojevrsan način biti izložbeni element koji pridonosi autentičnoj atmosferi i doživljaju duha nekadašnjeg vremena. U muzeju će također biti suvenirnica u kojoj će biti moguće kupiti zanimljivo pakirane autentične likere, vina, klasične suvenire kao što su magneti, imitacije poljičkih 'zobnica' (stare pletene torbe) te ostalih uporabnih i manjih odjevnih predmeta inspiriranih poljičkom baštinom.

#### 5. tematska zona (gustativna)

Zamišljeno je da je ova zona orijentirana na gastronomsku ponudu Poljica. Na prostoru zone bit će omogućena degustacija, uz mogućnost sudjelovanja u pripremi tradicionalnih jela kao što su poljički soparnik i poljička torta te je sukladno tome planirana posebna nadoplata za uživanje kompletnog sadržaja ove tematske zone. Posebno želimo istaknuti poznati poljički soparnik koji je uvršten na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine. Radi se o autohtonoj tankoj piti od tijesta, blitve i luka koja se već stoljećima tradicionalno priprema na ovome području. Osim toga, bit će ponuđena mogućnost degustacije domaćih autohtonih likera, rakija i ostalih jela kao što su pršut, sir i domaći kruh ispod peke. Uz mogućnost sudjelovanja u izradi jela, ova tematska zona puno je više od klasičnog ugostiteljskog objekta, a kao dodatni sadržaj ovoj vrsti aktivnosti, pričat će se i tradicionalne „priče s komina“ kroz koje će posjetitelji moći doživjeti priče o vilama koje su u prošlosti bile sastavni dio druženja na kominu Poljičana.

### 4. Ostale relevantne stavke u razvoju projektne ideje

Izgradnja, kao i ukupno funkcioniranje Parka ovisit će o vlasničkoj strukturi te ona može poprimiti tri temeljna oblika: privatno, javno i javno-privatno vlasništvo; pri čemu kompleksni projekti kao što je ovaj često budu rezultat javno-privatnog partnerstva (iako ne nužno). Vlasnička struktura, dakako, definira i način korištenja izvora financiranja kupnje zemljišta, ishođenja svih potrebnih dozvola, izgradnje i poslovanja parka, pri čemu to mogu biti privatni izvori, bankarski zajmovi, bespovratna sredstva EU fondova ili drugih izvora, sponzorstva i sl. Daljnja razrada projekta zahtijevala bi detaljnu kalkulaciju troškova ukupne investicije uključivo i analizu potrebne radne snage i bruto plaća zaposlenika kao i okvirnih honorara vanjskih suradnika te troškova promocije.

<sup>14</sup> Hrvatska puna života. *Umijeće suhozidne gradnje*. Preuzeto s: <https://croatia.hr/hr-HR> (10. 9. 2021.)

Posebnu pažnju treba obratiti i definiranju cjenovne politike (pojedinačne i grupne ulaznice, sezonske i vansezonske, ulaznice s posebnim popustima itd.) te politike distribucije. Dakako, dobar poslovni projekt podrazumijeva i analizu ukupne isplativosti ulaganja u Park. Osim navedenog, potrebno je osmisliti i prikladan model upravljanja, što je opet u uskoj vezi s vlasničkom strukturom. No, bez obzira na vlasničku i upravljačku strukturu, funkcioniranje ovako kompleksnog kulturno-turističkog projekta moguće je samo ukoliko se uspostavi suradnja među ključnim dionicima, i to: receptivnim putničkim agencijama, lokalnim kulturno-umjetničkim društvima, OPG-ovima te lokalnom i regionalnom turističkom zajednicom. Kulturno-umjetnička društva i lokalna obiteljsko-poljoprivredna gospodarstva nužni su partneri u operativnom upravljanju parkom te je njihova uloga ključna u osiguravanju sljedećih elemenata ponude: kulturnih manifestacija, priredaba, radionica za izradu autohtonih jela i asistencija pri sudjelovanju posjetitelja u istome.

Uključivanjem lokalnih poduzetnika, osim valorizacije kulturne baštine, doprinosi se njihovom efikasnijem poslovanju, a time i opstanku ruralnog područja. Receptivne putničke agencije nužne su za dovođenje posjetitelja i promociju parka ciljanim potrošačkim segmentima. Turističke zajednice bave se razvojem i marketingom destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja – planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje itd., te istodobno osiguravaju cjelovitiju zastupljenost specifičnih lokalnih i regionalnih interesa.<sup>15</sup> Konkretno, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije koja se primarno bavi strateškim planiranjem i razvojem regionalnog turizma doprinijela bi razvoju projekta obavljanjem marketinških kampanja u kojima je uključena kulturna baština ovoga podneblja, dok bi lokalne turističke zajednice kroz svoju ulogu razvoja lokalnog proizvoda, informiranja, istraživanja i distribucije, promocijom zabavno-edukativnog parka osigurale i stalni dotok posjetitelja.

## 5. Zaključak

Naglasak je ovoga rada u prvom redu na razradi ideje i osnova operativnog poslovanja zabavno-edukativnog parka „Poljička Republika“, dok se financijski i organizacijski elementi ne obrađuju u cijelosti, prije svega zbog tehničkih ograničenja urednika. U tom kontekstu izostala je i nedvosmislena i konkretna analiza vizije, misije i ciljeva zbog čega ovdje predstavljeni model valorizacije kulturne baštine daje tek okvirnu ideju koju je potrebno dodatno razraditi. Ipak, uvjereni smo da je ideja veoma perspektivna jer polazi od sve izraženije potrebe suvremenog posjetitelja da kroz zabavu istražuje i uči o prirodi, kulturi i identitetskim odrednicama lokalne zajednice te izražavamo svoje uvjerenje da će u skoroj perspektivi zaintrigirati neke od lokalnih aktera koji bi je željeli provesti u djelo.

## Literatura

1. Carić, H., Škunca, O. (2016). *Akcijski plan razvoja zelenog turizma*. Zagreb: Institut za turizam.
2. Mihanović, F. (1992). *Kratak pregled povijesti drevne Poljičke Republike*. Split: Matica hrvatska.
3. Peričić, K. (2018). *Potencijal razvoja kulturnog turizma na području Poljica* (završni rad). Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.

<sup>15</sup>Narodne novine (2019). *Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*. NN 52/19, čl. 9. Preuzeto s: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_05\\_52\\_990.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_05_52_990.html) (16. 9. 2021.)

- Sanader, A. M. (2019). *Razvijanje suradnje lokalnih samouprava kao pretpostavka razvijanja zajedničke turističke destinacije* (diplomski rad). Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
- TOMAS istraživanje 2019., *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*.
- Narodne novine (2019). *Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*. NN 52/19, čl. 9. Preuzeto s: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_05\\_52\\_990.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_05_52_990.html) (16. 9. 2021.)
- Zakon.hr. *Zakon o prostornom uređenju i gradnji, pročišćeni tekst zakona*. NN 76/07, 38/09, 55/11, 90/11, 50/12, 55/12, 80/13, 78/15. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/153/Zakon-o-prostornom-ure%C4%91enju-i-gradnji> (16. 9. 2021.)
- Zakon.hr. *Zakon o pružanju usluga u turizmu, pročišćeni tekst zakona*. NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (16. 9. 2021.)
- Zakon.hr. *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, pročišćeni tekst zakona*. NN 138/06, 152/08, 43/09, 88/10, 50/12, 80/13 i 30/14. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti> (16. 9. 2021.)
- Žudić, D. (2017). *Tematski parkovi kao dio turističke ponude* (diplomski rad). Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.

## Internetski izvori:

- Hrvatska puna života. *Umijeće suhozidne gradnje*. Preuzeto s: <https://croatia.hr/hr-HR> (10. 9. 2021.)
- Hrvatska turistička zajednica. *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa: kolovoz 2021*. Preuzeto s: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/informacije-o-tijeku-sezone> (18. 9. 2021.)
- Općina Dugi Rat. *O općini*. Preuzeto s: <https://www.dugirat.hr/> (16. 9. 2021.)
- Grad Omiš. *Područje i položaj Grada*. Preuzeto s: <http://www.omis.hr/> (16. 9. 2021.)
- Općina Podstrana. *Položaj i prirodna obilježja*. Preuzeto s: <http://www.podstrana.hr/> (16. 9. 2021.)
- Grad Split. *Mjesni odbori*. Preuzeto s: <https://split.hr/gradska-uprava/kotari-i-mjesni-odbori/mjesni-odbori> (16. 9. 2021.)
- Trip.com. *Top 10 Theme Parks in the World*. Preuzeto s: <https://www.trip.com/blog/top-10-theme-parks-in-the-world/> (16. 9. 2021.)
- UNWTO. *European Union Tourism Trends*. Preuzeto s: <https://www.eunwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419470> (16. 9. 2021.)

## Summary

### Theme Park "Republic of Poljica" – a specific model of valorization of historical heritage

The territory of the former Republic of Poljica is located east of the city of Split. Once an independent political and legal entity, it is extremely rich in diverse tangible and intangible cultural and historical heritage. Unfortunately, these potentials have not been adequately valorised, which is why the area of the Republic of Poljica has not yet found its deserved place on the map of tourist destinations. In this context, bearing in mind the trends of modern demand that require an authentic and unique visiting experience and the practice of developing similar sites worldwide, in this paper we offer the idea of a theme park development on the territory of the former Republic of Poljica. The Park would combine elements of rural and cultural contents, ranging from enjoying the specific geographical features of the area through education about the forgotten folk customs to other visual, auditory and olfactory (primarily gastronomic) experiences, intending to present a rich culture and traditions of the Poljica.

The paper consists of several parts. The introductory part provides a brief overview of the literature on the role of theme parks in modern tourism, market trends, and the management of such sites. Then follows the part in which

the historical context of the Republic of Poljica development is analysed, giving a brief overview of its cultural heritage through the prism of the current state and preservation of cultural resources. The third part elaborates the idea of opening a park based on the history, culture and tradition of Poljica, with the special emphasis on the analysis of institutional assumptions of the project, elaboration of potential contents on the Park location and the role of various stakeholders in the process of its valorization and management.

Keywords: theme park, inheritance, Republic of Poljica, valorization in tourism

Stručni rad

Primljeno: 14. rujna 2021.

Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.

UDK: 904:72(398Burnum)

**Jelena Špika<sup>1</sup>**

**Ana Sičenica<sup>2</sup>**

# **Inovativni pristup valorizaciji i upravljanju povijesnim lokalitetom rimskog vojnog logora Burnum<sup>3</sup>**

## **Sažetak**

Ostatci rimskog vojnog logora Burnum predstavljaju jedan od najznačajnijih antičkih arheoloških lokaliteta na području Republike Hrvatske. Smješten je na području današnjeg sela Ivoševci, na lijevoj obali rijeke Krke, unutar istoimenog nacionalnog parka. Procjenjuje se da je izgradnja Burnuma počela početkom 1. stoljeća. Međutim, zbog nedostataka povijesnih izvora teško je precizirati godinu izgradnje. Ostatci logora danas su sačuvani na dva lokaliteta, čine ih lukovi principia te amfiteatar. Unatoč svojoj neprocjenjivoj vrijednosti te činjenici da je uvršten u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, Burnum rijetko možemo pronaći na turističkoj karti Dalmacije. Nažalost, spada u lokalitete koji su relativno nepoznati široj javnosti, što djelomično možemo pripisati i činjenici nepostojanja plana upravljanja lokalitetom, budući da je fokus aktivnosti javne ustanove za upravljanje Nacionalnim parkom Krka najvećim dijelom usmjeren na potrebe najposjećenijeg dijela parka, tj. Roškog slapa. Budući pristup valorizaciji lokaliteta trebao bi se temeljiti na partnerstvu kulture, turizma, lokalne zajednice i ustanove za upravljanje nacionalnim parkom, koji bi zajedničkim snagama trebali doprinijeti očuvanju kulturne baštine, ali i razvoju kulturnog turizma. Pri tome je važno istaknuti da se upravo kulturni turizam predstavlja kao logično rješenje za promicanje održivog razvoja i povijesnih vrijednosti unutar lokalne zajednice. S obzirom na prethodno rečeno, u ovome radu cilj nam je, temeljem analize aktualnog stanja lokaliteta i njegova okruženja koje ćemo provesti prikladnim teorijskim i empirijskim metodama istraživanja, predložiti osnovne razvojne i marketinške ciljeve i aktivnosti, u svrhu poboljšanja učinkovitosti upravljanja lokalitetom i oblikovanja njegove konkurentne pozicije na rastućem tržištu kulturnog turizma, čime se na dugi rok pridonosi i ukupnom boljitku lokalne zajednice.

Ključne riječi: Burnum, upravljanje, valorizacija

---

<sup>1</sup> Jelena Špika, studentica, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu; jelena.spika123@gmail.com

<sup>2</sup> Ana Sičenica, studentica, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu; ana.sicenica5@hotmail.com

<sup>3</sup> Mentorica studentica za ovaj rad je prof. dr. sc. Lidija Petrić, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu; lipe@efst.hr



## 1. Uvod

Ostatci rimskog Burnuma (porijeklo imena prema nazivu za stanovnike liburnske Burnistae) nalaze se sjeverno od Kistanja u selu Ivoševci koje se cijelim svojim opsegom nalazi na prostoru Nacionalnog parka Krka u Šibensko-kninskoj županiji (slika 1). Obuhvaća površinu od nekoliko kvadratnih kilometara i sastoji se od lokaliteta: gradine u Puljanima, legijskog logora, amfiteatra, vojnog logora-kampusa i pomoćnog vojnog logora (slika 2). Arheološka zona Ivoševci registrirana je u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske pod oznakom Z-3999.<sup>4</sup>

Slika 1. Prikaz područja Burnuma na mapi NP Krka



Izvor: Wordpress.com. *Nacionalni park Krka*.

Preuzeto s: <https://ar9907.files.wordpress.com/2016/05/podruc48dje-np-krka.png?w=419> (20. 8. 2021.)

Na lokalitetu Burnum svojom važnošću posebno se ističe amfiteatar, izgrađen 77. godine n. e. Riječ je o jedinom sačuvanom vojnom amfiteatru u Hrvatskoj. Sa svojih nešto više od 100 metara duljine nije najveći amfiteatar, ali se svakako ističe sa 75 % sačuvane kamene mase. U blizini Puljana, točnije u Promini, nalazi se i Muzejska zbirka Burnum s iznimno vrijednim arheološkim nalazima s područja lokaliteta.

<sup>4</sup> Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (14. 8. 2021.)

Slika 2: Satelitski prikaz lokaliteta Burnum



Izvor: NP Krka. *Kako je otkriće amfiteatra u Burnumu dovelo do „otkrivanja“ gornjeg toka rijeke Krke kao arheološkog parka unutar Nacionalnog parka*. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/stranice/kultura-valorizacija-gornji-tok/444/hr.html> (15. 8. 2021.)

Burnum je 30-ih godina prije Krista bio strateški iznimno važno mjesto gdje su se križale najvažnije prometnice, a imao je i nadzornu funkciju prijelaza preko rijeke te planiranja vojnih akcija na prostoru neprijateljski raspoloženih Delmata. Do panonsko-ilirskog ustanka (6. – 9. g. n. e.) u Burnumu je boravila XX. rimska legija – Valeria Victrix koju je, nakon premještanja u Germaniju, zamijenila XI. rimska legija – Claudia (od 42. g. nosi titulu Claudia pia fidelis). Vjerojatno su vojnici XI. rimske legije – Claudia, nedugo nakon dolaska 9./10. godine, započeli izgradnju stalnoga logora. Odlaskom 4. legije Flavia felix oko 86. godine, Burnum prestaje biti legionarski logor te gubi vojno značenje i pretvara se u civilno naselje. Početkom 2. stoljeća, u doba Hadrijana, stječe status municipija, tj. grada s vlastitim samoupravnim tijelima. Zadnji spomen Burnuma nalazimo u opisima vojnih sukoba bizantske i gotske vojske u 6. stoljeću, oko 550. godine.

U Burnumu se sustavno istraživalo samo u dva navrata i arheološki je slabo istraženo. Razlozi su, između ostalog, nedostatak financijskih sredstava u vidu državne potpore, ali i privatnih donacija. Prva je istraživanja 1912. i 1913. godine vodio Austrijski arheološki institut u Beču na području principija i kasnijega foruma. Drugi su put istraživanja provedena tijekom 1970. i 1971. Vodila su se na istom mjestu u cilju revizije prethodnih rezultata. Međutim, iskop je bio ograničen na manje područje u samom središtu logora (Cambi, Glavičić, Maršić, Miletić i Zaninović, 2006). Nova istraživanja u Burnumu započela su 2003. godine.

## 2. Analiza stanja

S obzirom na prirodu predmetnog dokumenta kao i objektivna ograničenja zadana od strane izdavača, u nastavku teksta, u formi planskog dokumenta, daje se kratak pregled osnovnih značajka lokaliteta kao i eksternih čimbenika koji na njega utječu. Analiza je provedena temeljem sekundarnih informacija (članaka, internetskih podataka i sl.), a 7. i 8. rujna 2021. proveden je i kratak intervju putem e-pošte sa zaposlenicima Nacionalnog parka Krka koji su nam dali dodatan uvid u aktualno stanje valorizacije samog Parka kao i lokaliteta Burnum.

### 2.1. Upravljanje i regulativa na području NP Krka s naglaskom na lokalitet Burnum

Područje arheološkog lokaliteta Burnum cijelom se svojom površinom nalazi unutar Nacionalnog parka Krka. U tom smislu, spada pod izravnu nadležnost Javne ustanove NP Krka koja je zadužena za upravljanje. Burnum je jedan od jedanaest službenih ulaza u Park. Upravljanje nacionalnim parkom provodi se temeljem „Plana upravljanja Nacionalnim parkom Krka“<sup>5</sup>. Posljednji plan upravljanja bio je namijenjen za razdoblje od 2006. do 2010. godine. Ovaj je plan završio, stoga bi trebalo izraditi novi sukladno aktualnim trendovima i načelima održivog razvoja. Plan upravljanja zaštićenim prostorima temeljem Zakona o zaštiti prirode<sup>6</sup> predstavlja najvažniji dokument upravljanja i njegova je izrada obvezatna. Sukladno tome, vlasnici i/ili nositelji drugih stvarnih prava na zemljištu unutar nacionalnog parka, dužni su provoditi mjere zaštite i očuvanja staništa uz dopuštenje Ministarstva za zaštitu prirode.

Osim temeljem Plana upravljanja, Javna ustanova upravlja područjem nacionalnog parka i temeljem nekih drugih dokumenata od kojih je najznačajniji Pravilnik o zaštiti i očuvanju Nacionalnog parka Krka<sup>7</sup> koji je snažno usmjeren na očuvanje resursa i bogatstva bioraznolikosti putem različitih mjera poput regulacije broja posjetitelja, mjera odlaganja otpada, kao i onih koje reguliraju lov i ribolov ili sječu šuma. Jasno je definiran način korištenja voda i javnog vodnog dobra u podzonama te obvezuje korisnike na dostavu godišnjih planova rada usklađenih s djelatnostima Ustanove. Temeljem Pravilnika NP Krka podijeljen je na četiri podzone korištenja. Burnum pripada IIIb podzoni koja obuhvaća posjetiteljsku infrastrukturu u funkciji posjećivanja nacionalnog parka (centri za posjetitelje, staze namijenjene obilascima, parkirališta, ulazi, info centri i sl.) te plovne puteve i pristaništa.

Temeljem Zakona o zaštiti prirode Javna ustanova je dužna u proces upravljanja/odlučivanja uključiti sve lokalne dionike. Iako JU NP Krka nastoji educirati i angažirati lokalne dionike te u tu svrhu organizira razne susrete i edukativne radionice (tako je do sada organizirala četrnaest susreta gospodarstvenika i proizvođača autohtonih kultura na području toka rijeke Krke), još uvijek ti naponi nisu dostatni, posebno kad je riječ o dionicima koji su angažirani u turizmu na prostoru NP-a. Kao dio dugoročne strategije u cilju osnaživanja lokalnog gospodarstva i ruralnog razvoja, posebna se pažnja pridaje pomoći lokalnim zajednicama u/uz NP Krka u pripremi razvojnih projekata.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> Javna ustanova Nacionalni park Krka, Šibenik. *Nacionalni park Krka – plan upravljanja*. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/upload/stranice/2014/07/2014-07-31/6/planupravljanjajavneustanovenacionalniparkkrka.pdf> (25. 8. 2021.)

<sup>6</sup> Narodne novine (2013). *Zakon o prirodi*, Narodne novine d. d., Zagreb, broj 80 (1. 9. 2021.)

<sup>7</sup> Narodne novine (2019). *Pravilnik o zaštiti i očuvanju Nacionalnog parka „Krka“*, Narodne novine d. d., Zagreb, broj 123 (4. 9. 2021.)

<sup>8</sup> NP Krka. *14. susret s lokalnim stanovništvom*. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/lokalno/14-susret/30.html> (30. 8. 2021.)

Zbog atraktivnosti za posjetitelje pojedinih dijelova nacionalnog parka, poput Skradinskog buka i Roškog slapa koji ostvaruju i najveće prihode od ulaznica, Javna ustanova NP Krka u manjoj je mjeri posvećena razvoju i promociji ostalih dijelova Parka, među kojima je i Burnum. Potreba za cjelovitim upravljanjem NP Krka istaknuta je u dokumentu „Akcijski plan upravljanja posjetiteljima NP Krka u razdoblju od 2019. do 2031.“<sup>9</sup>

Temeljem evaluacije postojećeg stanja i dosadašnjeg sustava upravljanja posjetiteljima NP Krka, dokument ističe nužnost razvoja upravljačkog okvira te ciljeva i aktivnosti kojima će se unaprijediti upravljanje posjećivanjem i posjetiteljska infrastruktura kao što su (trenutno nedostatni) parkinzi, neadekvatna signalizacija, informativno-interpretativni centri, sanitarni čvorovi, odmorišta i vidikovci i sl. na području cijeloga Parka, osobito lokaliteta Burnum, čime se stvara osnova za njegovu cjelovitiju turističku valorizaciju.

U ovome radu, zbog važnosti arheološkog lokaliteta Burnum koji se, premda dio Nacionalnog parka, može promatrati i kao izdvojena cjelina, daje se prijedlog potencijalnih ciljeva te mjera i aktivnosti u sklopu zasebnog (operativnog) plana upravljanja lokalitetom. No, važno je istaknuti da isti mora biti u suglasju s ciljevima i mjerama integralnog plana upravljanja nacionalnim parkom. Sukladno navodima dobivenima od strane NP Krka, pandemijska je kriza snažno pogodila NP Krka u financijskom smislu te ističe da je prije pandemije Javna ustanova za upravljanje Nacionalnim parkom Krka samostalno provodila akcijske planove oslanjajući se pretežito na vlastite financijske mogućnosti, ali su zbog trenutne situacije i neizvjesne budućnosti brojni projekti na prostoru Parka odođeni.

## **2.2. Fizička i tržišna dostupnost lokaliteta**

Općina Kistanje, na čijem se prostoru nalazi lokalitet Burnum, cestovno je dobro povezana s ostalim općinama i glavnim gradskim središtima u unutrašnjosti i na obalnom dijelu Republike Hrvatske. Burnum se sastoji od dva lokaliteta. Prvi se lokalitet nalazi dvadesetak metara od državne ceste D59 i obuhvaća ostatke dva polukružna monumentalna luka za koje se vjeruje da su dio rimskog principija. Druga lokacija obuhvaća rimski amfiteatar, a nalazi se s desne (zapadne) strane ceste, oko 1 km prema jugozapadu. Novi kolni ulaz na lokalitetu Gornja brina i Burnum, kojim je posjetiteljima omogućen obilazak i razgledavanje rimskog amfiteatra i vojnog logora u pratnji arheologa otvoren je 2009. godine (Krečak, Šego, 2017). Posljednjih godina Javna ustanova za upravljanje NP Krka ulaže sredstva u rekonstrukciju i modernizaciju unutarnjih prometnica. Većina cesta je asfaltirana, ali su na nekim dijelovima potrebni dodatni radovi u vidu saniranja nastalih rupa, dok je neke nerazvrstane ceste i puteve potrebno asfaltirati.

Što se tiče tržišne dostupnosti, lokalitet Burnum nije na adekvatan način prisutan u suvremenim medijima komunikacije. Pretražujući po internetskim stranicama, među prvim pouzdanim izvorima ističe se mrežna stranica Nacionalnog parka Krka.<sup>10</sup> Na njoj se, pak, ne nalazi dovoljna količina informacija i podataka koja može privući interes potencijalnih posjetitelja. Engleski je jedini strani jezik kojim se korisnici mogu služiti što mnogima može predstavljati problem. S obzirom da najveći broj turista, prema

<sup>9</sup> NP Krka. Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ predstavila zaključke Studije upravljanja posjetiteljima NP Krka. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/stranice/Predstavlanje-Studija-upravljanja-posjetiteljima/486.html> (30. 8. 2021.)

<sup>10</sup> NP Krka. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/> (5. 9. 2021.)

anketi NP Krka iz 2019.<sup>11</sup>, dolazi iz Njemačke, Francuske i Italije, bilo bi poželjno da se i oni mogu koristiti službenom stranicom bez jezičnih barijera i nejasnoća. Nedostaju i novi mediji promocije kao primjerice virtualna šetnja lokalitetom. O lokalitetu se ponešto može doznati uz pomoć Google karta koje najbolje dočaravaju njegov izgled, mogućnost pristupa i osvrte posjetitelja.

Internetska stranica Wikipedija<sup>12</sup> nudi najviše podataka o Burnumu. Ipak, takvi izvori podataka nisu uvijek posve pouzdani. Što se tiče službenih stranica turističkih zajednica, one Šibenika<sup>13</sup> i Benkovca<sup>14</sup> ne nude informacije o Burnumu. Za razliku od spomenutih, stranice grada Drniša<sup>15</sup> i Šibensko-kninske županije<sup>16</sup> raspolažu samo povijesnim podatcima koji zainteresiranim posjetiteljima nisu dostatni. Sukladno naznačenome stanju može se zaključiti da je lokalitet nedovoljno promoviran kako od strane turističkih zajednica, tako i u sklopu ponuda agencija (od kojih samo jedna, HAPPYtoVISIT, nudi specijalizirani proizvod, vožnju *quadom*, koji uključuje i Burnum). Informacije na spomenutim stranicama poprilično su jednolične, nisu aktualne i prilagođene potrebama korisnika. Ponudeni sadržaji ne spominju nikakve programe prilagođene osobama smanjenje pokretljivosti.

### 2.3. Turistički atrakcijski potencijal lokaliteta Burnum

Prema informacijama dobivenima od strane NP Krka, nakon što su 2003. započela sustavna arheološka istraživanja na prostoru rimskog vojnog amfiteatra u Burnumu, pronađena je velika količina vrijednih nalaza. Kada se postavilo pitanje smještaja i prezentacije tako vrijednih predmeta, zgrada u nekadašnjem vojnom sklopu u Puljanima pokazala se kao idealno rješenje. Danas je tamo otvorena Arheološka zbirka Burnum s restauratorskom radionicom i dva kata izložbenog postava (muzejski prostor, multimedijaska prezentacija lokaliteta Burnum i svih aktivnosti koje se na njemu odvijaju), a cjelokupni prostor bivše vojarne pretvoren je u znanstveno-istraživački i edukativni centar Eko kampus „Krka“ koji će uskoro otvoriti svoja vrata (trenutno je za posjećivanje otvorena samo Arheološka zbirka).

Trenutno su u završnoj fazi opremanje prirodoslovno-prezentacijskog centra Hram prirode i Volonterskog centra. Upravo to bi trebalo olakšati razvoj volonterske djelatnosti na području Parka i zaštite prirode općenito, a time dodatno valorizirati to područje. Za posjećivanje je dostupan i dobro sačuvan rimski vojni amfiteatar na kojemu se i dalje provode sustavna arheološka istraživanja, a vidljivi su i ostatci lukova koji su pripadali zgradi vojnog zapovjedništva.<sup>17</sup>

Na području amfiteatra na Burnumu od 2012. godine održavaju se Burnumske ide, koje se posljednje dvije godine nisu odvijale radi pandemije. Ide uprizoruju život u Burnumu, starorimskom vojnom logoru, jedinstvenom u Hrvatskoj. Termin ide izvorno se odnosio na dane punog mjeseca koje su stari Rimljani smatrali povoljnima za organiziranje svečanosti i proslava. Nakon dvije tisuće godina Burnumske ide ponovno se odigravaju svakog kolovoza da bi se rekonstruirala povijest ovoga kraja u rimsko doba,

<sup>11</sup> NP Krka. *Analiza ankete provedene u Nacionalnom parku „Krka“ 2019.* Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/upload/stranice/2018/03/2018-03-01/2015/analizaankete2019.pdf> (1. 9. 2021.).

<sup>12</sup> Wikipedia. *Burnum.* Preuzeto s: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Burnum> (1. 9. 2021.).

<sup>13</sup> TZ Šibenik. Preuzeto s: <https://www.sibenik-tourism.hr/> (1. 9. 2021.).

<sup>14</sup> TZ Benkovac. Preuzeto s: <https://benkovac.hr/ustroj/turisticka-zajednica> (1. 9. 2021.).

<sup>15</sup> TZ Drniš. *Burnum.* Preuzeto s: <http://www.tz-drnis.hr/index.php/hr/sto-posjetiti/burnum> (1. 9. 2021.).

<sup>16</sup> TZ Šibensko-kninske županije. Preuzeto s: <https://www.dalmatiasibenik.hr/> (1. 9. 2021.).

<sup>17</sup> NP Krka. *Uređenje drugog kata Arheološke zbirke, istraživanja srednjovjekovne utvrde Nečven i dokumentarni filmovi o starim zanatima obilježili su protekle godine kulturnopovijesnu baštinu.* Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/kulturnopovijesna-bastina-2020-newsletter/654.html> (2. 9. 2021.).

prikazivanjem života i običaja civilnog pučanstva, ali i nezaobilaznih elemenata legionarskih vještina. Cilj je održavanja Burnumskih ide upoznavanje posjetitelja i lokalnog stanovništva s izuzetnom vrijednosti arheološkog nalazišta Burnum.

Slika 3: Burnumske ide



Izvor: Nacionalni park Krka. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/burnumske-ide/441/hr.html> (13. 9. 2021.)

U blizini Burnuma nalazi se i uređena poučno-pješačka staza Manojlovac.<sup>18</sup> U organizaciji agencije HAPPYtoVISIT nude se poludnevni i cjelodnevni izleti vožnje *quadom* do slapova Krke koje kreću iz Lozovca. Jedno od mjesta posjeta je i amfiteatar u Burnumu.

#### 2.4. Turističko posjećivanje na području lokaliteta Burnum

NP Krka jedno je od najposjećenijih zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj. Prema podacima koje nam je ustupio Odjel odnosa s javnošću NP Krka evidentno je da, osim posljednje dvije godine kad bilježi pad posjetitelja zbog krize izazvane pandemijom koronavirusa, od 2013. do 2019. godine Park ostvaruje kontinuirani porast broja posjetitelja (72 %). Usprkos još prisutnoj pandemiji 2021. godine uslijedio je lagani oporavak pri čemu je kolovoz zabilježio 26 % više posjetitelja u odnosu na kolovoz 2020. godine.

Tablica 1: Statistički podatci broja posjetitelja NP Krka od 2013. do 2021. (podatci do 31. kolovoza)

2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
786.635	804.411	951.106	1.071.561	1.284.723	1.354.802	1.354.725	423.010	533.708

Izvor: Odjel za poslove odnosa s javnošću Javne ustanove NP Krka

<sup>18</sup> NP Krka. 18. staza Manojlovac. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/pjesacka-staza-manojlovac/320.html> (3. 9. 2021.)

Broj posjetitelja evidentira se temeljem kupljenih ulaznica za NP. Budući da ulaznica kupljena za cijeli NP omogućuje i posjet svim lokalitetima, među kojima je i Burnum, može se pretpostaviti da je velik broj posjetitelja posjetio lokalitet, no nažalost o tome ne postoji evidencija. Podatci za ulaz Burnum odnose se samo na kupljene ulaznice isključivo za taj lokalitet. Navedeni podatci posjeta lokalitetu Burnum u razdoblju od 2013. do 2021. ukazuju na fluktuaciju broja posjetitelja, pri čemu je prisutan kontinuitet u rastu, čak i u razdoblju krize (vjerojatno zahvaljujući domaćim posjetiteljima).

Tablica 2: Statistički podatci o broju posjetitelja lokaliteta Burnum od 2013. do 2021. (podatci do 31. kolovoza)

2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
212	193	1.401	2.309	2.191	1.877	1.943	1.302	1.428

Izvor: Odjel za poslove odnosa s javnošću Javne ustanove NP Krka

Prema podacima ankete iz 2019. godine<sup>19</sup> Javna ustanova NP Krka anketirala je ukupno 17 947 posjetitelja u razdoblju od 8. srpnja do 21. rujna 2019. na lokalitetima Skradinski buk i Roški slap. Rezultati su pokazali da najveći broj stranih posjetitelja dolazi iz Njemačke, Francuske, Velike Britanije, Italije i Poljske. Iako su ispitivanjem bile zastupljene sve dobne skupine, najviše ispitanika bilo je u dobnoj skupini od dvadeset pet do trideset pet godina. Žene su činile 54 % ispitanih, a nešto više od 2/3 ispitanih ima stečeni visoki stupanj obrazovanja. Gotovo 80 % anketiranih posjetitelja nema saznanja o brojnim lokalitetima u NP Krka koji su dostupni za posjećivanje: slapovima, etnografskoj baštini, dvama sakralnim središtima, rimskom vojnom logoru, pretpovijesnoj pećini, prihvatnim i edukativnim centrima, poučno-pješačkim stazama i biciklističkim rutama. Indikativno je da se njih 70 % izjasnilo da bi se, da su ranije bili upoznati s bogatstvom sadržaja na području Parka, odlučilo za višednevni boravak i obilazak uzvodnih lokaliteta uz mogućnost kupnje višednevne ulaznice.

Činjenica da se NP Krka i lokalitet Burnum nalaze u središnjem dijelu Dalmacije koja obuhvaća Zadarsku, Šibensko-kninsku i Splitsko-dalmatinsku županiju, turistički najpotentnije županije u Hrvatskoj, otvara mogućnost privlačenja velikog broja posjetitelja. Prema podacima za 2019. godinu na području ovih triju županija registrirano je 6 418 193 posjetitelja odnosno 33 384 436 noćenja<sup>20</sup>. Svakako se ne smije zanemariti činjenica da je na turističkom tržištu aktualan porast interesa za sve oblike kulturnog turizma, napose arheološkog i općenito baštinskog turizma te da se na iste gleda kao na snažno sredstvo produljenja (inače kratke) turističke sezone.

### 3. SWOT analiza lokaliteta Burnum

Temeljem prethodnog osvrt na aktualno stanje valorizacije lokaliteta Burnum, metodom SWOT analize u nastavku dajemo rezime postojećih snaga i slabosti, te prilika i prijetnji daljnjem razvoju. Prilikom razrade SWOT analize treba obratiti pozornost da su snage i slabosti interna obilježja, a prilike i prijetnje

<sup>19</sup> NP Krka. (2019). *Analiza ankete provedene u Nacionalnom parku Krka 2019*. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/upload/stranice/2018/03/2018-03-01/2015/analizaankete2019.pdf> (1. 9. 2021.)

<sup>20</sup> TZ Splitsko-dalmatinske županije: *Analiza turističkog prometa u 2019. godini*. Preuzeto s: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2019-godini> (2. 9. 2021.)

su eksterna obilježja. Samim time na interne snage i slabosti možemo utjecati upravljanjem, dok se eksternim prilikama i prijetnjama moramo prilagođavati.

Tablica 3: SWOT analiza lokaliteta Burnum

<p><b>SNAGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bogata kulturno-povijesna baština</li> <li>- jedini rimski vojni logor s amfiteatrom na području RH</li> <li>- očuvani prirodni okoliš</li> <li>- ugodna klima</li> <li>- povoljan geografski položaj (blizina najposjećenijih dijelova NP Krka, Šibenik...)</li> <li>- raspoloživost planske dokumentacije i razvojnih akata</li> <li>- suradnja s lokalnom zajednicom i proizvođačima</li> </ul>	<p><b>SLABOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nedovoljna arheološka istraženost</li> <li>- lokalitet relativno nepoznat javnosti</li> <li>- nedostatak financijskih i ljudskih resursa za implementaciju ambicioznih projekata</li> <li>- nedostatna promocija</li> <li>- neadekvatna turistička i prometna infrastruktura</li> <li>- nedostatna razvijenost turističko-atraktivnih sadržaja</li> <li>- sezonalnost posjećivanja</li> <li>- nedostatak sustava praćenja posjetitelja na lokalitetu</li> </ul>
<p><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- postojanje brojnih EU programa i fondova za financiranje razvoja kulture i kulturno-turističkih sadržaja</li> <li>- mogućnost proširenja turističke ponude na temelju bogatih prirodnih i kulturnih resursa</li> <li>- sve veći interes za posjećivanjem prirodnih i kulturnih resursa</li> <li>- porast broja turističkih dolazaka na područje NP Krka</li> <li>- zainteresiranost posjetitelja za produženjem boravka</li> <li>- suradnja sa znanstvenim institucijama</li> </ul>	<p><b>PRIJETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- manjak budžetskih sredstava namijenjenih kulturi</li> <li>- nedostatna svijest lokalnog stanovništva i posjetitelja o potrebi očuvanja okoliša</li> <li>- rast i razvoj konkurentskih destinacija u regiji</li> <li>- masovnost turizma, tj. nekontrolirani razvoj</li> <li>- nezainteresiranost ostalih dionika (lokalna zajednica, država...) za razvoj lokaliteta</li> <li>- nastavak pandemije korona virusa</li> </ul>

Izvor: izrada autora

#### 4. Strateške smjernice razvoja lokaliteta Burnum

Temeljem prethodno uočenih elemenata SWOT analize u nastavku se ističu ključne strateške smjernice budućeg razvoja lokaliteta u kontekstu njegove turističke valorizacije. Vizija arheološkog lokaliteta budućnost Burnuma vidi kao atraktivnu primarnu destinaciju kulturnog turizma, adekvatno istraženu i prezentiranu i na održiv način korištenu, na zadovoljstvo posjetitelja i lokalne zajednice koja mora biti uključena u razvojne i upravljačke aktivnosti. U cilju uspješne realizacije ove razvojne vizije, definirani su ključni strateški ciljevi te su navedene neke od mjera i aktivnosti kojima će se realizirati.



- CILJ 1. Istraživanje, konzervacija i valorizacija arheološke baštine na području općine Kistanje

Burnum je iznimno značajan i atraktivan arheološki lokalitet koji još uvijek nije posve istražen. Stoga je nužno sustavno provoditi arheološka istraživanja, pronađene artefakte sistematizirati i prema pravilima arheološke struke zaštititi, konzervirati te po potrebi rekonstruirati i prezentirati. Budući da je proces arheoloških istraživanja zanimljiv mnogim zaljubljenicima u arheologiju, moguće je, u suradnji sa specijaliziranim turističkim agencijama uključiti u proces male skupine arheologa amatera, što je u svijetu poznata i česta praksa. Arheološka istraživanja dostupna turistima time mogu podići atraktivnost lokaliteta.

- CILJ 2. Povećanje dostupnosti lokaliteta uz održiva infrastrukturna rješenja

Proces valorizacije lokaliteta zahtijeva i brojna infrastrukturna rješenja. Potrebno je osigurati jasnu i odgovarajuću prometnu signalizaciju koja vodi do svakog pojedinog lokaliteta. Važno je i definiranje ruta, odnosno smjerova kretanja posjetitelja radi sprečavanja oštećenja lokaliteta, smanjenja eventualnih gužva, te povećanja zadovoljstva posjetitelja. Na nalazištu je potrebno staviti prikladno oblikovane interpretativne table na više jezika. Potrebno je urediti staze za hodanje, pristupni put do lokaliteta, parkirališna mjesta, sanitarne čvorove, električne instalacije i rasvjetu uz korištenje ekološki prihvatljivih izvora, te ostalu komunalnu opremu. Drugim riječima, nužno je oblikovati adekvatnu infrastrukturu za prihvata posjetitelja kako normalne, tako i smanjene pokretljivosti.

- CILJ 3. Prezentacija i interpretacija lokaliteta

S obzirom na rastuće značenje digitalnih platforma u turizmu, potrebno je usmjeriti dio resursa na izgradnju atraktivnog brenda putem različitih digitalnih kanala. Jedna od najvažnijih stavka jest izrada vlastite mrežne stranice. Pomoću nje bi se, uz pomoć atraktivnih sadržaja, mogao probuditi dodatni interes korisnika. Također, mrežna bi stranica bila povezana s profilima društvenih mreža preko kojih bi se privukla pažnja potencijalnih posjetitelja. Time bi se javnost upoznala s postojanjem lokaliteta i probudila svijest o njegovom utjecaju na povijest Dalmacije u sastavu Rimskog Carstva. Nažalost, interpretacija kulturno-povijesne baštine Burnuma nedostatna je i nezadovoljavajuća usprkos nekadašnjem iznimno važnom strateškom značaju na karti Rimskog Carstva.

Velik dio informacija posjetitelji primaju vizualnim putem, što izravno utječe na razumijevanje lokaliteta. Shvaćanje povijesnih priča može se olakšati ako se posjetiteljima ponude različite vrste vizualnih sadržaja, poput povijesnih fotografija, slika i materijalnih ostataka kojima se može objasniti ili ilustrirati informacija predstavljena tekstom. Za mlađe uzraste organizirale bi se igrane predstave i gledanje crtića s tematikom života rimskih vojnika. Na zabavan način nastojalo bi se prenijeti znanje o povijesti i običajima karakterističnima za navedeno antičko razdoblje rimskog pučanstva. Navedeni sadržaji odvijali bi se tijekom ljetnih mjeseci na otvorenom, unutar amfiteatra. Istodobno, održavale bi se dijaprojekcije filmova za starije posjetitelje, s tematikom vezanom uz Rimsko Carstvo. Jedan od potencijalnih proizvoda može biti i atraktivna igra – potraga za blagom / rimskim zlatnicima. Da bi potraga uspješno završila, sudionicima je potrebno osnovno znanje o lokalitetu i sposobnost dobre orijentacije u prostoru. Cilj je potaknuti timski rad, sposobnost snalaženja u prostoru te omogućiti praktičnu primjenu naučenih povijesnih činjenica.

Učinkovita digitalna strategija može biti značajna za formalno i za neformalno učenje, što je posebno zanimljivo mlađoj generaciji. Uz pomoć tehnologije novijeg doba (AR/VR tehnologije), posjetitelji bi mogli doživjeti rekonstruirani prikaz Burnuma od prije 2000 godina, tj. u danima njegove najveće slave. VR tehnologija korištenjem naočala omogućuje obogaćivanje i oživljavanje artefakata u odgovarajućem okruženju kako bi se stvorila interaktivna i zanimljiva iskustva te na koncu oživjele važne priče.

Auditivna interpretacija nalazi se u službi prenošenja znanja i stvaranja ugođaja na temelju ispričanih priča, taktova glazbe i ostalih zvukova. Uvelike se oslanja na vizualnu interpretaciju, a često se nadopunjuju i ovise jedna o drugoj. Primjenom antičke glazbe, ali i zvukova svakodnevnog života u rimskom logoru, nastojalo bi se ostaviti snažan utisak na posjetitelje, dočaravajući moć i slavu rimskog carstva. Povremeno bi se angažirali umjetnici, koji bi svojim glazbenim izvedbama upotpunili doživljaj posjeta lokalitetu.

Zahvaljujući pametnim mobilnim uređajima, korištenjem službene internetske stranice, pružala bi se mogućnost pristupa auditivnim turama lokaliteta. Na spomenutom području, postavljene informativne ploče, nudile bi informacije o pojedinim ostacima i njihovoj povijesti. Putem mrežne stranice, skenirali bi se QR kodovi koji bi se nalazili na spomenutim pločama. Svi izvori informacija i interpretacija uključivali bi povijesni kontekst, lokalne tradicije, ali i određene priče, odnosno *storytelling* koji će omogućiti kreiranje interpretativnih programa. Interpretacija i prezentacija bili bi povezani sa širim socijalnim, društvenim, kulturnim, povijesnim i prirodnim kontekstom.

Gustativna interpretacija odnosi se na kušanje lokalne hrane i pića što je izvrstan način da se putnici upoznaju s lokalnom kulturom, postanu dio lokalne zajednice te isprobaju nešto novo i drugačije. Hrana igra iznimno važnu ulogu pri odabiru odredišta za putovanje, a u konačnici bitno utječe na cjelokupni doživljaj. Rimljani su kulturi hrane poklanjali velik značaj, a recepti iz rimskih vremena sačuvani su u djelima mnogih autora.

U standardnoj ponudi posjetitelji bi imali mogućnost kupiti razne proizvode lokalnih proizvođača (OPG-ova). Ponudu bi sačinjavali proizvodi koje su svakodnevno konzumirali stari Rimljani. Neki od proizvoda bile bi masline i maslinovo ulje, orašasti plodovi, sezonsko i suho voće (smokve i šljive)... Spomenuti proizvodi prodavali bi se u neposrednoj blizini muzeja uz popratnu interpretaciju o njihovoj ulozi i značaju za rimsku prehranu. Od svih proizvođača koji bi na štandu izlagali vlastite proizvode, zahtijevao bi se ekološki certifikat. U sklopu ponude, prodavalo bi se autohtono vino vinarije Burnum. Posjetitelji bi u jednoj od slobodnih muzejskih prostorija imali priliku degustiranja vina, a potom i njegove kupnje.

Zadovoljstvo posjetitelja najvažnija je stavka u svakoj uslužnoj djelatnosti, osobito u turizmu. Da bi sam doživljaj posjeta bio cjelovit, jako je bitno uključiti svih pet osjetila. U tom procesu, olfaktivni doživljaj često biva zapostavljen. Međutim, ne smije se zaboraviti činjenica da mirisi potiču zadovoljstvo i kreiraju nezaboravne uspomene koje stvaraju dugotrajnu povezanost i pobuđuju sjećanja na posjećena mjesta. Rimljani su bili poznati po svojoj sklonosti parfemima, mirisnim uljima i aromatičnim začinima. Palili su različite aromatične biljke u kombinaciji s mirisnim uljima, a potom bi prolazili kroz mirisni dim kako bi smanjili neugodne tjelesne mirise. Kasnije su se parfemi i mirisni pripravci koristili u svrhu zavođenja, a ta se funkcija zadržala do danas.

Šetajući lokalitetom, posjetitelji bi upijali mirise posađene lavande, ružmarina, mente, bosiljka, kadulje i drugih biljaka tipičnih za ovo podneblje. Također, spomenute bi biljke upotpunile krajolik i vizualni doživljaj lokaliteta. Posebna pažnja usmjerila bi se na odabir biljaka kako bi njihovo održavanje bilo što manje zahtjevno, a u isto vrijeme efektivno za posjetitelje. Da bi i danas mogli uživati u mirisima po uzoru na stare Rimljane, posjetitelji bi na štandu smještenom pored muzeja imali mogućnost kupnje aromatičnih začina, eteričnih ulja, sapuna i sličnih proizvoda. Na taj bi način pomoću osjeta mirisa mogli pobuditi sjećanje na doživljaj posjeta antičkom lokalitetu iz udobnosti vlastitog doma.

Taktilnom interpretacijom nastoji se unaprijediti doživljaj lokaliteta predstavljajući svojevrsnu dopunu vidu, okusu i mirisu. Pomoću osjeta dodira dobivamo potpun osjećaj prostora te nam omogućuje reakciju na raznolike podražaje. Za slijepe i slabovidne osobe, u sklopu muzeja, nalazio bi se info pult gdje bi reljefni prikazi lokaliteta i arheoloških ostataka bili popraćeni audiosnimkama koje bi se aktivirale na dodir točno određenog dijela karte. Info ploče postavljene pored znamenitosti, sadržavale bi dio s reljefom, te Brailleovim pismom tako pružajući potrebne informacije o posjećenoj znamenitosti. Zahvaljujući ovoj vrsti ponude, obuhvatili bismo tržišni segment potrošača koji teško nalazi sadržaj prikladan svojim specifičnim potrebama. Na ovaj bi način svi dobili priliku za istraživanje i upoznavanje lokaliteta.

U ponudi bi se mogao organizirati i kratak tečaj izrade tradicionalnog glinenog posuđa, a odvijao bi se u slobodnim prostorima muzeja. Tijekom izrade glinenih predmeta, polaznici bi imali priliku slušati o povijesti i značaju lončarstva na području rimskog carstva. Sam proces pečenja i obrade gline zahtijeva više vremena no što polaznici mogu izdvojiti, stoga bi se pružila mogućnost slanja njihovih radova paketom na kućnu adresu. Na taj bi način i kod kuće imali trajnu uspomenu i svojih ruku umjetničko djelo. Također, nudile bi se organizirane umjetničke radionice izrade malih uporabnih predmeta od gline, za pojedince ili manje grupe. Na taj bi se način osigurao kvalitetan i individualan pristup svakom polazniku.

- CILJ 4. Edukacija stanovništva i posjetitelja

Vrlo važna stavka valorizacije samog lokaliteta je suradnja svih dionika kojima je stalo do njegove valorizacije. Osim arheologa, ostale važne sudionike predstavljaju lokalna zajednica, turistička zajednica, nadležni muzej, ugostitelji... Radi interpretacije arheološkog nalazišta Burnum, potrebno je razmisliti o proširenju sadržaja muzejske zbirke lokaliteta uz popratne objekte za posjetitelje (hrana, piće...), te educirati specijalizirane vodiče za vođenje po nalazištu. Dodatnim informiranjem i edukacijom lokalne zajednice, ali i šire javnosti o samom lokalitetu, povećava se vidljivost i svijest o važnosti arheoloških nalazišta u lokalnoj zajednici. Cilj je potaknuti gospodarsko korištenje arheološke baštine uz odgovarajuću zaštitu.

- CILJ 5. Implementacija i monitoring

Za efikasnu implementaciju prethodno navedenih ciljeva, potrebno je uspostaviti vijeće za implementaciju i monitoring provedbe. Radilo bi se o stručnom tijelu sastavljenom dijelom od kvalificiranih predstavnika lokalne samouprave i Javne ustanove, a dijelom od nezavisnih stručnjaka i vodećih turističkih djelatnika s područja općine Kistanje. Takav sastav vijeća trebao bi osigurati

posvećeno, objektivno i transparentno praćenje, kao i kontrolu provođenja pojedinih aktivnosti. Navedeno nadležno tijelo trebalo bi predlagati korektivne mjere u cilju ubrzavanja provedbe pojedinih aktivnosti. Također, trebalo bi angažirati stručnu osobu odgovornu za nadgledanje provedbe projekta, zaduženu ponajviše za koordiniranje svih aktivnosti i/ili aktera uključenih u provedbu. Praćenje provedbe vršilo bi se sustavnim praćenjem ključnih pokazatelja realizacije svakog od navedenih ciljeva, kao što su broj posjetitelja, prihodi i slično.

## 5. Zaključak

Lokalitet Burnum predstavlja arheološko nalazište iznimne vrijednosti, ali je javnosti relativno nepoznato i slabo istraženo. Provedbom u radu predloženih aktivnosti, iskoristio bi se turistički potencijal za ostvarenje multiplikativnih učinaka na lokalno gospodarstvo. Rast i razvoj turizma odvijao bi se planski i na dugoročno održiv način, uz trajnu suradnju s lokalnom zajednicom, tako sprječavajući moguće popratne pojave poput „slobodnih jahača“<sup>21</sup>. Prilikom upravljanja lokalitetom, poželjno bi bilo odrediti prioritete u vidu njegove zaštite i autentičnosti, pritom poštujući potrebne dokumente. Pri dizajniranju interpretacijskih programa, potrebno je obratiti pozornost na društvene funkcije, kulturološke prakse i dignitet lokalnog stanovništva. Zahvaljujući tome, interpretacija bi doprinijela zaštiti autentičnosti nasljeđa bez negativnih utjecaja.

## Literatura

1. Cambi, N., Glavičić, M., Maršić, D., Miletić, Ž., Zaninović, J. (2006). *Amfiteatar – stanje istraživanja u Burnumu 2003. – 2005.* Šibenik: Nacionalni park, Drniš – Šibenik – Zadar. Preuzeto s: [https://bib.irb.hr/datoteka/282249.Katalog\\_Burnum\\_1.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/282249.Katalog_Burnum_1.pdf) (25. 8. 2021.)
2. Krečak, D., Šego, D. (2017). *Prometna povezanost Nacionalnog parka Krka.* Preuzeto s: [https://bib.irb.hr/datoteka/925070.Prometna\\_povezanost\\_Nacionalnog\\_parka\\_KRKA.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/925070.Prometna_povezanost_Nacionalnog_parka_KRKA.pdf) (29. 8. 2021.)
3. Narodne novine (2013). *Zakon o prirodi.* Narodne novine d. d., Zagreb, broj 80 (1. 9. 2021.)
4. Narodne novine (2019). *Pravilnik o zaštiti i očuvanju Nacionalnog parka „Krka“.* Narodne novine d. d., Zagreb, broj 123 (4. 9. 2021.)

## Internetski izvori

1. HAPPYtoVISIT. *Poludnevni izlet vožnjom quadom do slapova Krke iz Lozovca.* Preuzeto s: <https://happytovisit.com/hr/Lozovac/Half-Day-Quad-Tour-to-Krka-Waterfalls-from-Lozovac/tour-t6501-c1362> (25. 8. 2021.)
2. Javna ustanova Nacionalni park Krka. *Nacionalni park Krka – plan upravljanja.* Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/upload/stranice/2014/07/2014-0731/6/planupravljanjajavneustanovenacionalniparkkrka.pdf> (25. 8. 2021.)

<sup>21</sup> Opisuje situaciju u kojoj osoba ostvaruje korist potrošnjom nekog dobra, ali izbjegava se to dobro platiti, npr. u sklopu lokaliteta posjetitelji ulaze na sporedni ulaz bez plaćanja određene novčane naknade.

3. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Registar kulturnih dobara*. Preuzeto s: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (14. 8. 2021.)
4. Nacionalni park Krka. *Kako je otkriće amfiteatra u Burnumu dovelo do „otkrivanja“ gornjeg toka rijeke Krke kao arheološkog parka unutar Nacionalnog parka*. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/stranice/kulturna-valorizacija-gornji-tok/444/hr.html> (15. 8. 2021.)
5. Nacionalni park Krka. *Uređenje drugog kata Arheološke zbirke, istraživanja srednjovjekovne utvrde Nečven i dokumentarni filmovi o starim zanatima obilježili su protekle godine kulturnopovijesnu baštinu*. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/kulturnopovijesna-bastina-2020-newsletter/654.html> (2. 9. 2021.)
6. Nacionalni park Krka. *18. staza Manojlovac*. Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/pjesacka-staza-manojlovac/320.html> (3. 9. 2021.)
7. NP Krka. (2019). *Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ predstavila zaključke Studije upravljanja posjetiteljima NP „Krka“*. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/stranice/Predstavljanje-Studija-upravljanja-posjetiteljima/486.html> (30. 8. 2021.)
8. NP Krka. (2020). *14. susret s lokalnim stanovništvom*. Preuzeto s: <http://np-krka.hr/lokalno/14-susret/30.html> (30. 8. 2021.)
9. Nacionalni park Krka. (2021). Preuzeto s: <http://np-krka.hr/> (5. 9. 2021.)
10. Nacionalni park Krka. (2021). Preuzeto s: <http://www.np-krka.hr/stranice/burnumske-ide/441/hr.html> (13. 9. 2021.)
11. TZ Benkovac. Preuzeto s: <https://benkovac.hr/ustroj/turisticka-zajednica> (1. 9. 2021.)
12. TZ Drniš. *Burnum*. Preuzeto s: <http://www.tz-drnis.hr/index.php/hr/sto-posjetiti/burnum> (1. 9. 2021.)
13. TZ Splitsko-dalmatinske županije. *Analiza turističkog prometa u 2019 godini*. Preuzeto s: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2019-godini> (2. 9. 2021.)
14. TZ Splitsko-dalmatinske županije. *Analiza 2019*. Preuzeto s: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2020-godini> (2. 9. 2021.)
15. TZ Šibenik. Preuzeto s: <https://www.sibenik-tourism.hr/> (1. 9. 2021.)
16. TZ Šibensko-kninske županije. Preuzeto s: <https://www.dalmatiasibenik.hr/> (1. 9. 2021.)
17. Wikipedia. *Burnum*. Preuzeto s: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Burnum> (1. 9. 2021.)
18. Wordpress.com. *Nacionalni park Krka*. Preuzeto s: <https://ar9907.files.wordpress.com/2016/05/podruc48dje-np-krka.png?w=419> (20. 8. 2021.)

## Abstract

### Burnum management – valorization and innovative approach

The remains of the Roman military camp Burnum represent one of the most important ancient archeological sites in the Republic of Croatia. It is located in the area of the village Ivoševci, on the left side of the river Krka, within the eponymous National Park. It is estimated that the construction of Burnum began at the beginning of the 1st century, however due to the lack of historical sources it is difficult to specify the year of construction. Today, the remains of the camp are preserved in two localities, consisting of the arches of the principia and the amphitheater. Despite its invaluable value and the fact that it is listed in the Register of Cultural Heritage of the Republic of Croatia, Burnum can rarely be found on the tourist map of Dalmatia. Unfortunately, it belongs to sites that are relatively unknown to the public, which can be partly attributed to the fact that there is no site management plan, since the focus of the public institution for managing the Krka National Park is mostly focused on the needs of the most visited part of the park, Roški waterfall. The future approach to the valorization of the site should be based on the partnership of

culture, tourism, local community and NP management institutions, which should jointly contribute to the preservation of cultural heritage, but also to the development of cultural tourism. It is important to point out that cultural tourism is presented as a logical solution for promoting sustainable development and historical values within the local community. In view of the foregoing, based on the analysis of the current state of the site and its environment, which we will conduct with appropriate theoretical and empirical research methods, the aim is to propose basic development and marketing goals and activities, in order to improve the efficiency of site management and shape its competitive position in the growing cultural tourism market, which in the long run contributes to the overall well-being of the local community.

Keywords: Burnum, management, valorization

Stručni rad

Primljeno: 11. listopada 2021.

Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.

UDK: 1:2Bošković, R.338.483.12(497.584Dubrovnik)

Ivana Tomičić<sup>1</sup>

## Ruđer Bošković – emotivna i materijalna nadogradnja bogate, znanstvene i kulturne prošlosti grada Dubrovnika<sup>2</sup>

### Sažetak

Grad Dubrovnik, urbani prostorni entitet, te gospodarski subjekti bez obzira na razinu kontakta s turizmom te obrazovne institucije, posljednjih godina prepoznaju potrebu zaokreta u ponudi sadržaja turističkih proizvoda. Svjedoči se drugačijim interesima i preferencijama turista. Snaga koja se crpi iz vlastite baštine, veliki je potencijal. Istodobno se svjedočilo turizmu velikih brojeva koji u fizičkom, sociološkom i kulturološkom smislu ostavlja prostorne posljedice vidljive kroz slabiju mogućnost regeneracije i gubitak identiteta. U radu se stoga daje naglasak na ispitivanje postojeće prostorne snage kroz vezu između osobe i događaja, otkrića koji su u povijesnom kontekstu djelom i stvaralaštvom osobe znanstvenika Ruđera Boškovića zadužili ovaj kraj, naročito u znanstvenom segmentu djelovanja. Samim tim, ovo istraživanje, pokušajem rehabilitiranja njegova lika i djela ima za cilj nadogradnju bogate znanstvene i kulturne prošlosti lokalnih stanovnika pri čemu se u radu ispituje mogućnost pokretanja ideje i definiranja pripadnosti Boškovićeve prostora, za čije su oblikovanje i prepoznatljivost odgovorna djela i ime Ruđera Boškovića. Rad, ideje i metode znanstvenikovog rada artikuliraju se poput nematerijalne kulturne baštine, ali njegovanju tradicije velikana poput Boškovićeve genija moglo bi se potencijalno prostorno pristupiti oblikovanjem muzeja. O prioritetu takve potrebe dodatno svjedoče rezultati empirijskog istraživanja na uzorku 200 ispitanika lokalnog stanovništva, s obzirom na izniman edukativan potencijal, ne manje važan znanstveni i razvojni koje bi takav projekt mogao pružiti. Spoznajni doprinos rada sadržan je u rezultatima temeljem metode procjene eksperata dajući prioritet stavovima eksperata iz pojedinih domena, kazujući njihova otvorena mišljenja, stavove, realizirane ideje i istražena područja na kojima je Bošković kao povijesna osoba djelovao s iznimnim postignućima na poljima od filozofije i teologije, poučavanjem matematike na Collegium Romanum do pjesničkog stvaralaštva.

Ključne riječi: Ruđer Bošković, interdisciplinarni pristup, lokalno stanovništvo, interaktivni muzej

<sup>1</sup> Ivana Tomičić, studentica, Sveučilište u Dubrovniku; Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju; tomicic.ivana1210@gmail.com

<sup>2</sup> Mentorica studentice na ovome je radu izv. prof. dr. sc. Iris Mihajlović, Sveučilište u Dubrovniku; Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju; iris.mihajlovic@unidu.hr

## 1. Uvod

Ruđer Bošković zasigurno je jedan od najvećih hrvatskih znanstvenika koji je u mnogim područjima znanosti dao velik doprinos. O hrvatskom astronomu, geodetu, fizičaru, matematičaru, filozofu, diplomatu, arheologu, arhitektu i pjesniku svjedoče brojna djela, različitih autoriteta s različitih područja struke i znanstvenih disciplina. Tako se, jedna od prvih ideja kojom znanstvenik ostavlja neizbrisiv trag u prirodnoznanstvenom prostoru, temelji na razmatranju o strukturi tvari, a koje su ostavile dubok trag u razvitku znanosti. Iako su do sada napisane brojne rasprave o Boškovićevu radu i njegovu doprinosu pojedinim područjima znanosti, ipak je ostalo mnogo toga što se tek treba istražiti. Vrlo je bitno spoznati znanstvenu situaciju u svijetu u Boškovićeva doba, kako bi se mogao shvatiti njegov odnos prema pojedinim znanstvenim događajima u 18. stoljeću. Najveći dio svog života proveo je u Italiji, odakle je kretao na putovanja diljem Europe. Kao član onodobnih najuglednijih znanstvenih udruga bio je rado viđen na kraljevskim dvorovima.

Boškovićeve brojne znanstvene rasprave obuhvaćaju temeljna prirodnoznanstvena i prirodnofilozofska promišljanja, teoriju prirodne filozofije, astronomska pitanja i radove o praktičnoj astronomiji, probleme teorijske astronomije, razmatranja o višoj geodeziji i zemljinu obliku, priloge iz optike, građevinskoj statici te arheološka istraživanja. Pisao je na nekoliko jezika: latinskom i francuskom, a pisma upućena obitelji u Dubrovniku na hrvatskom. Iako je cijeloga života radio i djelovao izvan svoga zavičaja, Ruđer Bošković stalno je bio vezan uz rodni kraj. Dopisivao se s bratom Božom i sestrom Anicom koji su živjeli u Dubrovniku te se preko njih zanimao za događanja u rodnom gradu. Bio je privržen svom rodnom gradu te se ponosio njegovom kulturom i prošlošću. Tako u poemi „Les eclipses“ na jednom mjestu govori i o svojoj domovini, Dubrovniku, i ističe da gajimo lijepu knjigu bilo na latinskom ili ilirskom jeziku kojim se kod nas govori (Dadić, 1987). Zanimljiv doprinos u prostoru književnosti upisao je Bošković te se svojim vrijednim djelima pridružuje učenim ljudima Dubrovnika koji su zaslužni za domovinu, a to je vidljivo iz djela hrvatskih latinista 18. stoljeća (Martinović, 1996).

## 2. Geneza i porijeklo Ruđera Boškovića

Obitelj Ruđera Boškovića potječe iz sela Orahovog Dola u Popovu polju, u Hercegovini. I danas u tom selu žive potomci obitelji, ali su se tokom 19. st. razgranali u dvije obitelji: Tomičiće i Kristiće, koje su potekle od dva brata Toma i Krista Boškovića. Ruđerov otac došao je iz Orahovog Dola u Dubrovnik, kao što su to činili mnogi Hercegovci da bi našli posao. Ruđerov otac Nikola rođen je oko 1640. godine. Postao je trgovcem, a oženio se Pavom, kćerkom Bara Bettere. Iz tog je braka poteklo devetero djece, od kojih je Ruđer bio pretposljednji (Dadić, 1987). Ruđerov otac umro je 1721. godine doživjevši dob od osamdeset godina, a njegova majka Pave umrla je u dubokoj starosti od 103 godine (Begušić i sur., 2011).

U više studija je „obrađena genealogija roda Bošković, s osvrtom na pojedinačne članove roda. Anica Bošković, kći Nikole i Pavle oporukom je ostavila brojne vrijedne legatate. Dva legata zaklade Anice Bošković ostavljena su obitelji Bošković iz Orahovog Dola u Popovu s kojima se dokazuje njezino srodstvo s pojedinim obiteljima iz spomenutog sela. Prvi legat ostavljen je Nikoli Boškoviću te njihovom potomstvu, namijenjen za školovanje i usavršavanje. Drugi legat odnosi se na pripomoć siromašnima i



potrebitima iz obitelji Bošković u Orahovom Dolu“ (Begušić i sur., 2011). Svakodnevica doseljeničke obitelji Nikole Boškovića, podrijetlom iz Orahovog Dola u Popovu, većinom se promatrala s gledišta doticaja s visokim kulturnim krugom nadarenih umjetnika i članova elitnih slojeva društva (Stojan, 1999). Nikola, doseljenik iz Hercegovine, tražio je i gradio svoje mjesto u dubrovačkom društvu. Nikolin gospodarski uspjeh nije značio potpunu integraciju u dubrovačko društvo i prihvaćanje urbanog identiteta. Ruralno podrijetlo iz zaleđa spominjalo se u pogrđnom kontekstu i njegovim sinovima, koji su redom rođeni u Dubrovniku, a majka im je bila pripadnica ugledne građanske obitelji. Žestoke reakcije sinova pokazuju da se ni oni nisu sramili koristiti očevim rječnikom (Marić, Kralj, Brassard, 2016).

Ruđer Bošković rodio se 11. svibnja 1711. u Dubrovniku. Pohađao je Isusovački kolegij (Collegium Ragusinum). Pokazivao je veliku nadarenost, a kako je bio sklon učenju, poslan je sa 14 godina u Rim da nastavi studij (Dadić, 1987). „Pošto je Bošković kao dječak otišao iz Dubrovnika na studij, nije se u nj vraćao sve do godine 1747. kad je ondje proveo ljetne praznike i ostao do 13. listopada. U Dubrovniku se kretao u kulturnim krugovima, a osobito u krugu Marina Sorkočevića. Tako je Bošković tada u Sorkočevićevu ljetnikovcu u Rijeci Dubrovačkoj obrazlagao svoje ideje o prirodnoj filozofiji“ (Dadić, 1987). Slijede prikazi kao vrijedni dokumenti – zapisa vremena na temu života i djetinjstva velikana Ruđera Boškovića.

Slika 1. Obiteljska kuća Bošković u Orahovom dolu



Izvor: arhiva autora

Slika 2. Glavni ulaz u obiteljsku kuću Bošković



Izvor: arhiva autora

Slika 3. Rodna kuća Nikole Boškovića



Izvor: arhiva autora

Slika 4. Potomci obitelji Nikole Boškovića nastanjeni u Župi Dubrovačkoj (Ruđer Tomičić i Ivana Tomičić)



Izvor: arhiva autora

Slika 5. Detalj iz obiteljske kuće Bošković



Izvor: arhiva autora

Slika 6. Detalji iz obiteljske kuće Bošković



Izvor: arhiva autora

Nakon iznimnog uspjeha izložaba posvećenih Ruđeru Boškoviću, upriličenih u Kneževu dvoru u Dubrovniku, prilikom čega je ona iz 2011. godine zabilježila više od 204 tisuće posjeta, u istom je prostoru bila upriličena izložba o Novom zemljovidu Papinske države 2021. godine. Ideja o prilagodbi izložbe u putujuću inicirana je te 2011. godine u putujuću izložbu „kako bi veliki dubrovački i hrvatski znanstvenik i njegovo djelo bili primjereno prezentirani i izvan granica Hrvatske“.<sup>3</sup> Tako je Velika izložba Dubrovačkih muzeja o Ruđeru Boškoviću 5. prosinca 2011. bila otvorena u sjedištu UNESCO-a u Parizu. Dubrovačka je izložba za tu priliku prilagođena i četverojezično prezentirana pod naslovom „Ruđer Bošković: iz Dubrovnika Svijetu“.<sup>4</sup> S obzirom na iskazani iznimno veliki interes putujuće izložbe, javlja se ideja o potencijalnoj uspostavi trajne putujuće izložbe u Ruđerovu djedovinu.

#### 4. Znanstveni put Ruđera Boškovića – pregled literature

Govoreći o Ruđeru Boškoviću riječ je o „ne i u potpunosti neistraženom intelektualnom potencijalu“ čiju vrijednost u domeni nematerijalne i znanstvene baštine grad Dubrovnik može valorizirati aludirajući pri tome na reputaciji imena Ruđera. Ovaj genij savršeno stvara scenografski okvir rada za ondašnje uvjete kada su nastala njegova sjajna djela koja slijede neki niz kontinuiteta, savršeni slijed kojim utire prostor genijalnog uma znanstvenika. Premda metodologija i mogućnosti nisu bile niti blizu ondašnjim uvjetima,

---

<sup>4</sup> Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Portal croenergo.eu – Izložba o Ruđeru Boškoviću gostuje u sjedištu UNESCO-a*. Preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/print.aspx?id=7166&url=print> (25. 9. 2021.)

neki su imali nisku mogućnost verifikacije, danas s vremenskim odmakom Boškovića bismo mogli smatrati gotovo prorokom. U Boškovićevo doba nastale su krupne promjene u znanosti s konačnim suprotstavljanjem triju prirodnih filozofija: Newtonove, Descartesove i Aristotelove. O važnosti i aktualnosti Boškovićevih misli u suvremenoj znanosti svjedoči, među ostalim, izjava W. Heisenberga (1958): „U Boškovićevo djelu nalazi se mnoštvo ideja koje tek u modernoj fizici posljednjih pedeset godina dolaze do potpuna izraza i koje pokazuju kako su bila ispravna filozofska gledišta kojima se Bošković rukovodio u svojoj prirodnoj znanosti.“<sup>5</sup>

Boškovićev rad obuhvaća razna područja znanosti, ali je najvažniji njegov doprinos shvaćanju strukture tvari. Bilo mu je jasno da se neke prirodne pojave ne mogu protumačiti Newtonovim uzajamnim silama. Zato je uveo i odbojne sile, tj. one sile zbog kojih se tijela i čestice međusobno udaljavaju. U svojoj teoriji kazao je: „To biva tako da tamo gdje privlačna sila prestaje, nakon što je došlo do promjene udaljenosti, započinje odbojna sila i obratno (Šešelj, 1975). Njegova izvorna teorija sila i strukture tvari danas je toliko aktualna da ga se može smatrati znanstvenim vizionarom 20. stoljeća. Poznat je i po svom književnom radu koji ističu njegovi suvremenici, uspoređujući ga s Lukrecijem.“<sup>6</sup>

#### 4.1. Boškovićev doprinos i teorije u okviru prirodnih i tehničkih znanosti

Ruđer Bošković pokazivao je veliku nadarenost, a kako je bio sklon učenju, poslan je sa 14 godina u Rim da nastavi studij. Na prvoj godini filozofije u Rimu slušao je logiku, Aristotelovu fiziku, matematiku i nešto astronomije. Na trećoj godini slušao je posebno o *Aristotelovoj metafizici i etici* (Dadić, 1987). Kada govorimo o silama, *Iz zakona privlačno – odbojnih sila*, Bošković je 1745. izričito izveo svojstva osnovnih čestica tvari: čestice su posve istovrsne i zapravo su točke koje nemaju dijelove, pa zato nemaju ni neprekidnu protežnost niti je sastavljaju (Šešelj, 1997). Bošković je do svoje teorije došao na neuobičajen način za današnje poimanje nastanka znanstvenih teorija, tj. bez ikakvih eksperimentalnih poticaja, jer u njegovo doba nije bilo moguće provoditi eksperimente s mikro svijetom. Njegova je teorija izvedena iz apriornih principa ispravnim umovanjem kako sam Bošković navodi (Kutleša i sur., 2014). Do svoje teorije došao je Bošković, kako priznaje, sasvim slučajno, i to dok je istraživao matematičko-fizičke zakone. „Ne radi se dakle o čisto apriorističkim konstrukcijama, nego o teoriji, koja se osniva na prirodnoznanstvenim činjenicama i koja je prema ondašnjem stanju znanosti u mnogom pogledu bila prokušana primjenom na mehaniku i gotovo cijelu fiziku“ (Keilbach, 1937).

Jedna takva neeksperimentalno dobivena teorija pokazala se prihvatljivom u znanosti 20. i 21. stoljeća. Time se otvara za znanost jedno važno pitanje – pitanje odnosa znanosti i metafizike (Letica, 2011). Istražujući načelo neprekidnosti, došao je do izričite formulacije kontinuuma realnih brojeva (*O zakonu neprekinutosti... – De continuitatis lege...*, 1754; hrvatski prijevod 1996) prije njemačkih matematičara J. W. R. Dedekinda i G. Cantora. Naslućivao je mogućnost konstrukcije neprekinute krivulje koja nema tangente ni u jednoj svojoj točki, a to je dokazano tek 1904. (Kochova krivulja).<sup>7</sup> U mehanici je proučavao

<sup>5</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s : <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021.)

<sup>6</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s : <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021.)

<sup>7</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s : <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021.)

gibanje materijalne točke (*O gibanju tijela bačenih u prostor bez otpora... – De motu corporum projectorum in spatio non resistente...*, 1740). „Metodom njihala određivao je veličinu gravitacije i utvrdio njezinu nejednakost na Zemlji.

U geofizici je istraživao polarnu svjetlost, plimu i oseku (1747) te vrtložni vjetar koji je opustošio dio Rima. Nagovijestio je postojanje plimnih valova čvrste Zemljine kore. Također je prvi odredio nepravilan oblik Zemlje, poslije nazvan geoid. Bošković je tvrdio da je oblik Zemlje ne samo nepravilan nego da je promjenljiv u vremenu, što je dokazano tek mnogo godina kasnije. U mehanici je proučavao gibanje materijalne točke. Metodom njihala određivao je veličinu gravitacije i utvrdio njezinu nejednakost na Zemlji. Prvi je njegov znanstveni rad *O Sunčevim pjegama... (De maculis solaribus...*, 1736) bio iz astronomije.<sup>8</sup> S grofom Francescom Garampijem, astronomom, Bošković je promatrao prolazak Merkura ispred Sunca 11. studenog 1736. godine. Tom je prilikom upoznao astronomske instrumente i metodologiju njihova rada. Bošković je spomenutu astronomsku pojavu opisao u djelu *De Mercurii novissimo infra solem transitu*<sup>9</sup>. Nakon Herschelova otkrića novoga nebeskoga tijela (Urana), Bošković je među prvima, na temelju teorijskih izračunavanja putanje, ustvrdio da je novootkriveno nebesko tijelo planet.<sup>10</sup>

Problemima optike Bošković se bavio u vezi s radom u astronomiji. U djelu *Rasprava o rjetkoći Sunčeve svjetlosti* procjenjuje gustoću Sunčeve svjetlosti te kritički pristupa stavovima o pravocrtnom širenju svjetlosti navodeći nemogućnost dokaza pravocrtnog širenja svjetlosti u svemirskim udaljenostima. Pojam ‘tajne beskonačnine’ (Infiniti mysteria) iz rasprave *De maris aestu* (1747) ima fundamentalno značenje i ključno značenje ustvrdio kako je pri istraživanju geometrijskih transformacija potrebno protumačiti upravo tajne beskonačnine. Tek je od rasprave *De continuitatis lege* (1754) počeo strogo lučiti tajnu i apsurd u razumijevanju geometrijske beskonačnine, pa je otada ‘tajnu beskonačnine’ prepoznavao samo u onim geometrijskim veličinama i transformacijama u kojima se očituje potencijalna beskonačina – uz uvjet da pritom vrijedi princip neprekinutosti (Martinović, 2015).

„Prilično rano izumio je kružni mikrometar, bavio se pogreškama leća i njihovim uklanjanjem, te poboljšanjem optičkih sprava. Za određivanje loma i rasapa svjetlosti konstruirao je spravu nazvanu vitrometar. Predložio je vrstu dalekozora napunjena vodom, s pomoću kojega je namjeravao izvesti pokus radi određivanja naravi svjetlosti. Razvio je i prvu zadovoljavajuću teoriju luminiscencije.“<sup>11</sup> Na tragu toga, daljnji slijed događaja u prirodno-znanstvenom spektru djelovanja Boškovića čini se u potpunosti logičnim. „Osnovao je Zvezdarnicu u Breri kraj Milana (1764). Potom je preuzeo katedru za astronomiju u Milanu. Nakon ukinuća isusovačkoga reda (1773) Bošković se, na poziv prijatelja, 1774. preselio u Pariz, primio francusko državljanstvo i bio službenik Ministarstva vanjskih poslova i ravnatelj optike u Ministarstvu mornarice (trebao je usavršiti teoriju akromatskih dalekozora i olakšati njihovu primjenu). U Parizu je dovršio radove iz optike i astronomije. Utemeljitelj je i egzaktnog znanstvenog

<sup>8</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021.)

<sup>9</sup> Digitalna zbirka nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. *Ruđer Bošković*. Preuzeto s: <https://digitalna.nsk.hr/pb/?concept=list&clid%5B0%5D=10067> (26. 9. 2021.)

<sup>10</sup> Digitalna zbirka nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. *Ruđer Bošković*. Preuzeto s: <https://digitalna.nsk.hr/pb/?concept=list&clid%5B0%5D=10067> (26. 9. 2021.)

<sup>11</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021.)

pristupa pri rješavanju statističkih pitanja u graditeljstvu rješavajući statističke probleme sakralnih i kulturnih objekata. Tako mu je povjerena obnova kupole sv. Petra u Rimu, katedrale u Milanu, carske knjižnice u Beču i dr. Imao je i druge znanstvene ekspedicije, a jedna od najpoznatijih je ona geodetsko-kartografska. Naime, Papa Benedikt XIV. povjerio mu je da, zajedno s isusovcem Christopherom Le Maireom, u Papinskoj državi obavi mjerenja meridijanskih stupnjeva između Rima i Riminija i da izradi zemljopisnu kartu Papinske države<sup>12</sup>.

#### 4.2. Boškovićev doprinos i teorije u okviru humanističkih znanosti

Bošković je poznat i po svom književnom radu. Kao pisac prigodnih latinskih stihova bio je članom rimskoga književnoga društva *Arcadije*. Svoje elegije, epigrame, soterije, ekloge posvećivao je uglednicima svoga doba kao što su papa Benedikt XIV., carica Marija Terezija, kardinali, ministri i drugi crkveni i svjetovni velikodostojnici.<sup>13</sup> Žanrove tipične za nastavu na sveučilišnoj razini iznjedrilo je 18. stoljeće, o čemu svjedoče standardni žanrovi, ali i epigrami te bilješke uz stihove po kojima je Bošković prepoznatljiv. Da bi opjevali filozofske motive, filozofi pjesnici odlučivali su se između dvije krajnosti: didaktički ep ili epigram na latinskom. Oslonjen na dvije tradicije književnog Settecenta – arkadijsku i isusovačku, dubrovački trolist Benedikt Stay, Ruđer Bošković i Bernard Zamagna ostvario je jedinstveno dostignuće u bogatoj povijesti hrvatskog latinizma (Martinović, 2015).

Bilješka (adnotatio) koja je na priličan način znanstvenoj prozi pratila poetske poruke skrivene u latinskim heksametrima, također je vrlo važna za Boškovićevo književno ostvarenje, pri čemu valja napomenuti kako je ovaj žanr u potpunosti razvio sam Bošković (Martinović, 2015). Iz cjelokupne epigramatske baštine hrvatskih latinista Boškovićevi se epigrami izdvajaju po tome što svoju izvornu vjerodostojnost svjedoče u interpretaciji na sceni. I arkadijski epigrami, koji su brušeni u tišini Boškovićeve profesorske sobe u Rimskom kolegiju, bili su namijenjeni čitanju na javnom skupu rimske Arkadije (Brlenić-Vujić, 1997). Bošković sanja sliku svijeta kao uređene pozornice — u kojoj Umjetnost i Znanost ispisuju zemaljski i nebeski krug, što predstavlja dio njegova životopisa kao unutarnje ustrojstvo vlastite čežnje za idealom mladosti, umjetnosti, sklada i ljepote (Brlenić-Vujić, 1997). Znanstvenom društvu Royal Society posvetio je spjev u latinskim stihovima Pomrčine Sunca i Mjeseca (*De Solis ac Lunae defectibus*) u kojem iznosi teoriju pomrčine.

O prešutnosti književne ostavštine Ruđera Boškovića prema katalogu Branimira Truhelke, svjedoči se iz razdoblja od 1924. godine kada je ona pripadala obitelji Mirošević-Sorgo i još se nalazila u Dubrovniku. „Samo djela svrstana u odjeljak 'pjesništvo' brojala su 55 rukopisa i zahvaćajući vremensko razdoblje od 1735. do 1781. godine. Pjesničko umijeće Boškovića tu se iskazuje od mladenačkih vatrenih pjesama „in Turcas“ do poznatih stihova „in mensa“, od prijevoda Božićnog prikazanja njegove sestre Anice Bošković do epitafa starici majci, od prigodnica u čast europskih vladara do natpisa na pogonskim stroju pariškoga vodovoda“ (Martinović, 1993).

<sup>12</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021).

<sup>13</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021).

Poticaj za bavljenje fenomenom polarnoga svjetla seže u 1737. godinu, polemikom o sjevernoj zori te je 1738. godine objavio raspravu „O sjevernoj zori,“ (De aurora boreali), koja je ujedno njegov prvi tekst na meteorološke teme (Husić, 2013). U svome uvodu u Dijaloge Bošković međutim provodi drukčiju kategorizaciju i ističe da je samo jedno od ta četiri „izmišljeno ime“ (un nome finto) – Licida, s kojim razgovara Numenije, Boškovićev literarni alter ego. Za razliku od ostale trojice, koji su znanstvenici i također stvarne osobe onkraj teksta, fiktivni Licida prikazan je kao pastir neuk u pitanjima znanstvenih objašnjenja meteoroloških pojava (Husić, 2013). Njegovu ponajbolju pjesmu „Virgo sine labe concepta“ s latinskog na hrvatski prevela je njegova sestra Anica, pod naslovom „Djeвица bez grijeha začeta“. Svoje elegije, epigrame, soterije, posvećivao je uglednicima svoga doba kao što su: papa Benedikt XVI., carica Marija Terezija, kardinali, ministri i drugi crkveni i svjetovni velikodostojnici.<sup>14</sup>

Ruđerova sestra Anica Bošković prva je hrvatska književnica i prva žena u Hrvata koja je objavila vlastito književno ostvarenje „Razgovor pastirski“ 1758. godine (Stojan, 1999). Sam Ruđer preveo je Aničino djelo na talijanski jezik dok je boravio u Carigradu. Prirodno spisateljski nadarena, Anica je učila uz svoju stariju braću, a posebno uz tri godine starijeg Ruđera. Iza Anice stoji nevelik književni opus: jedna kraća pastirska igra, nekoliko kratkih i duljih pjesmica u osmercu, sadržaja posvećenih Srcu Isusovu, svetom Vlaha, dvije duže pjesme posvećene najdražim članovima obitelji: majci Pavli i bratu Ruđeru. Anica se u svojim razgovorima pastirskim obratila ženskoj mladeži ponudivši im toplu stihovanu priču (Begušić i sur., 2011).

Nadahnut životom i stilskim pisanjem Anice Bošković, naša sugrađanka, mlada Paula Japunčić uspješno je osmislila i izvela dramski prikaz o životu Anice Bošković koji je bio presudan za upis na akademiju dramske umjetnosti.<sup>15</sup> Ostavština skrbnika Anice Bošković (1714. – 1804.) tijekom desetljeća i stoljeća stigla je upravo do Mirošević – Sorgo, ona je bila čuvarica najvrednije znanstvene baštine koju je izradio čovjek rodом iz Dubrovnika. Ostavština je prodana preko aukcijske kuće Dawson, a jedan od najozbiljnijih kupaca bio je University of California u Berkeleyu. Ostavština se sastoji od rukopisa, korespondencija, osobnih dokumenata i drugih materijala, a Martinović se odlučio osvrnuti na rukopise jer o njima ima najviše vijesti.

Prema Truhelkinom katalogu, ostavština se sastoji od 186 rukopisa koji su razdijeljeni po strukama: astronomija, filologija, filozofija, geodezija, geofizika, hidrografija, matematika, gnomonika, mehanika, optika, pjesništvo i teologija. Budući da je Truhelka prvenstveno bio odličan poznavatelj geodezije, Martinović ukazuje na činjenicu „prenapuhanosti sekcije geodezije više nego što zapravo ima rukopisa vezanih uz geodeziju. Najviše rukopisa ima na temu pjesništva – 59, a najmanje teologija i astronomija – po jedan rukopis“.<sup>16</sup> O pjesničkom umijeću stvaralaštva svjedoči sljedeći priloženi prvi dio prepjeva pjesme „Virgo sine labe“ concepta Ruđerove sestre Anice Bošković.

<sup>14</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948> (26. 9. 2021).

<sup>15</sup> Ekonomska i trgovačka škola Dubrovnik. *Od smjera poslovni tajnik prema glumačkom pozivu*. Preuzeto s: <https://ekonomaska-dubrovnik.com/novosti/251/od-smjera-poslovni-tajnik-prema-glumackom-pozivu> (27. 9. 2021.)

<sup>16</sup> PSD. (29. 10. 2019.). IVICA MARTINOVIĆ Za istražiti armiju Ruđera Boškovića potrebna je cijela armija znanstvenika. *Dubrovački vjesnik*. Preuzeto s: <https://dubrovacki.slobodnadalmacija.hr/dubrovnik/vijesti/kultura/ivica-martinovic-za-istraziti-ostavstinu-rudera-boskovica-potrebna-nbsp-je-cijela-39-armija-39-znanstvenika-nbsp-630591> (27. 9. 2021.)



### **DJEVICA BEZ GRIJEHA ZAČETA**

*Noć bijaše, a nebesa Vedra sa svijeh strana sjahu,  
Zvijezde pune svijetla uresa Svuda zdrake prosipahu.  
Sva kâ hode, laze i lete, Nijeme i čete vodne i morske,  
Snom dubokijem bjehu uzete,  
Ptice, ovce, zvijeri gorske.  
Ljudski narod u toj vrime  
Prostiraše sred pokoja  
Na pernicam mekahnime,  
S danjijeh truda uda svoja.  
Ne ja tako: nu držeći Kantulu usku prid očima,  
Kâ cklo bistro uzdržeći, Čudnu u sebi krepos ima. Proz kû u doba mukle noći  
Mû običaj slijedio sam,  
Po svjeh stranah, sa svom moći  
Nebeske ognje razbiro sam.  
Odovuda Saturnova Kasna zvijezda;  
srjed u koga Kruži prsten, i njegova Družba okolo njega istoga.  
Džove odonud gdi svjetljaše Kazaše se meni u temu,  
Svom svjetlosti blagom sjaše I kê družu zvijezde njemu...<sup>17</sup>*

## **5. Metodologija rada**

Kako bismo svoje spoznaje o djelima i životu Ruđera Boškovića proširili i doznali nepoznato o poznatome, provedeno je ključno istraživanje metodom procjene eksperata. Metodom polustrukturiranog intervjua, u razgovoru s ekspertom dr. sc. Ivicom Martinovićem, znanstvenim savjetnikom u trajnom zvanju u Institutu za filozofiju Sveučilišta u Zagrebu, te paterom Vinkom Maslačem, predstavnikom Isusovačke službe u Dubrovniku, dobiveni su relevantni podatci. Kao eksperti dali su svoje mišljenje, stavove i prijedloge, te svojim kompetencijama iz domene društvenih i humanističkih znanosti pridonijeli kvaliteti rada i time skrenuli pozornost na velika djela kojima je znanstvenik zadužio ove prostore.

Kako bi se ispitala uloga kojom je Ruđer Bošković zadužio povijest s brojnih područja i kako bi ista bila prepoznata u kontekstu Boškovićeve stvarnosti, kao logički slijed nadogradnje bogate, znanstvene i kulturne vrijednosti grada Dubrovnika, provedeno je empirijsko istraživanje metodom anketiranja lokalnog stanovništva i time su dobiveni vrijedni odgovori na pitanja vezana uz razinu valorizacije

<sup>17</sup> NSK u Zagrebu. „Djeвица bez grijehа začeta“, rkp., R 719. Preuzeto s: <https://www.matica.hr/media/knjige/pisma-pjesme-i-rasprave-1020/pdf/virgo-sine-labe-concepta-djeвица-bez-grijehа-zaceta.pdf>

nematerijalne baštine u odnosu na upoznatost s Boškovićevim djelima, životom i znanstveno-umjetničkim doprinosima koje ima kao intelektualni genij i potencijal.

Odabrani činitelji kojima se ukazuje na poznavanje opusa sadržani su u stavovima vezanima za razinu spoznaje javnosti o Boškovićevom djelu koja se percipira važnom za Dubrovnik, stavovima vezanima za oblikovanje prostora koji definira prisutnost Boškovića kao interpretacija kulturne nematerijalne baštine sadržane u djelima velikana, stavovi vezani za razinu integracije kulturno- povijesne baštine u turističku ponudu te konačno poznavanje Boškovićevih djela i njegova porijekla što govori o potrebi za intenzivnijim ulaganjem u edukaciju. Pitanja su formulirana na način kako bi se udovoljilo kriterijima što veće koncentracije kvalitetnih odgovora shodno jedinici vremena determiniranoj kao vremenski okvir istraživanja. Prikupljeno je 200 povratnih anketa lokalnog stanovništva u vremenskom razdoblju od 1. kolovoza 2020. do 1. kolovoza 2021. godine što čini prihvatljivu stopu odaziva za ovaj tip istraživanja. S obzirom na prikazane raznovrsne stavove ali i slaganja mišljenja u ključnim pitanjima, može se zaključiti da je ovaj uzorak bio reprezentativan te se rezultati mogu smatrati zadovoljavajućim za donošenje relevantnih zaključaka.

Vrijedni rezultati oba istraživanja poručuju polemikom o Boškovićevom prostoru kojim bi definirali njegovu prisutnost i sustavno interpretirali njegovu ulogu kroz fragmente dragocjenog djelovanja na različitim područjima.

## 6. Rezultati istraživanja – metoda procjene eksperata

Duhovni profil Ruđera Boškovića sjaji svojom veličinom i snagom do danas. Kao znanstvenik koji spada među europske divove, svoj identitet on prima u prvom redu preko osobne religioznosti i pripadnosti Družbi Isusovoj.<sup>18</sup>

S obzirom na svoju pripadnost u isusovačkim redovima, proveden je polustrukturirani intervju s voditeljem Isusovačke službe u Dubrovniku, paterom Vinkom Maslačem. Neka od ključnih pitanja odnosila su se na ekspertove stavove prema:

1. razini upoznatosti s Boškovićevim likom i djelima u Dubrovniku
2. pripadnosti prostora Boškovića, postojanju prostora na kojemu se gradi identitet kada govori o poveznici između obitelji i rodnoga kraja
3. odnosu duhovne dimenzije i znanosti u Boškovićevu životu.

Pater Vinko Maslač, kao predstavnik duhovnog života Ruđera Boškovića, sažeo je svoje stavove ukazavši da „javnost nije dovoljno upoznata s Boškovićevim životom kako bi se integrirala u dodatnu edukaciju lokalnog stanovništva, interpretirala posjetiteljima također“. Nadalje, pater Vinko smatra „kako Ruđer Bošković zaslužuje određeni prostor u gradu Dubrovniku u kojem bi kroz vidljivi prikaz bila sažeta njegova znanstvena dostignuća kao i pripadnost isusovačkim redovima. Uz takvu misao, pripadnici isusovačkog reda u Dubrovniku otvoreni su za suradnju što iskazuju spremnošću za kontaktiranjem prijestolnice isusovačkog reda u Rimu te bi raznim dokazima, spisima i ostavštinom iz Ruđerovog života

<sup>18</sup> Isusovci Dubrovnik. *Duhovno oblikovanje i pripadnost Družbi Isusovoj*. Preuzeto s: <https://www.isusovcidubrovnik.com/upoznajte/rudjer-boskovic> (10. 9. 2021.)

pridonijeli u produblivanju spoznaja znanstvenikovog lika i djela. Odnos duhovne dimenzije i znanosti u Boškovićevu životu vrlo je povezan. Pater kazuje da je vjera jedinstven način spoznavanja. To je znao i Ruđer Bošković obavljajući duhovne vježbe sv. Ignacija. Nadalje kazuje kako se za Ruđera priroda nije mogla razumjeti iz nje same, već se mora ići s onu stranu fenomena i vidjeti što iza nje stoji. Iz promatranja i proučavanja prirode i teorije sila, Bošković tvrdi da moramo zaključiti da postoji svemogući začetnik prirode, a tako i spoznaja prirodnih procesa vodi spoznaji Boga samoga. Vjera u Boga ni na koji način ne ugrožava znanost, već naprotiv; izaziva je da još poštenije i temeljitije istražuje svijet kako bi se on pokazao u svojoj biti – ono što jest. Pater zaključuje da vjera može unaprijediti znanost o svijetu tako da je izaziva i unapređuje, ne samo pod moralnim vidikom već i pod spoznajnim<sup>19</sup>.

Kako bi produbili spoznaje o Ruđeru Boškoviću, a time proširili i doznali poznato o nepoznatome, pružila se prilika da uz pomoć pravog, usudili bismo se reći, boškovićologa, istinskog poznavatelja lika i djela Ruđera Boškovića, dr. sc. Ivica Martinovića, znanstvenog savjetnika Instituta za filozofiju Sveučilišta u Zagrebu koji je svojim znanstvenim radom gotovo četiri desetljeća objedinjuje kako i sam kaže „mnogodimenzionalnost znanstvenikova djela, proučavajući genezu Boškovićevih ideja“.<sup>19</sup> Na jedinstven način pretačući spoznaje i događaje onoga vremena u interpretaciju iz današnje perspektive, analitičkim pristupom u interpretaciji dijela baš poput Boškovića, prof. Martinović znalački istražuje Boškovićeve doprinose iz područja prirodnih znanosti: matematike i fizike, potom astronomije, građevinske statike, geofizike i geodezije s jedne strane, kao i iz humanističkih znanosti filozofije, teologije koje je studirao i vjerom živio, književnosti i arheologije, ali dotičući se odrastanja i života Ruđera Boškovića kako bi se ustanovili razlozi pojedinih Boškovićevih postupaka i životnih odluka.

1. Govoreći o ovom intelektualnom biseru kao potencijalu koji kao nematerijalna vrednota može dosta pridonijeti razvoju nas samih, prvenstveno o duhovnom, socijalnom kontekstu sadržavajući višestruke koristi prvenstveno u znanstvenom, edukativnom, umjetničkom pogledu koji zahtijeva zajednički angažman, kako biste ocijenili Boškovićeve doprinose u brojnim područjima u kojima je ostavio dragocjene rezultate i što to znači za ukupnu ocjenu Boškovićeve djela?

To me pitanje zaokupljalo od 1983. godine kad sam se posvetio pisanju svojega magistarskoga rada o Boškovićevu razumijevanju neprekinutosti i beskonačnosti, a temu sam izabrao jer pripada graničnom području matematike, fizike i filozofije. Pišući tu radnju, uvjerio sam se da se Boškovića ne smije opisivati i vrednovati jednodimenzionalno.

Druga je krajnost odgovoriti na pitanje u koliko se dimenzija može prepoznati Boškovićev izvorni doprinos, tj. u koliko je znanstvenih i umjetničkih struka i u koliko ostalih ljudskih djelatnosti on bio stvaratelj. Kad je 2011. godine diljem svijeta proslavljena 300. obljetnica njegova rođenja, ponudio sam vlastite odgovore na ovo drugo pitanje u trima katalozima uz izložbe u Dubrovniku, Londonu i Rimu, upriličene 2011. godine. Dok se dubrovački Boškovićev genij odnosi na ukupno Boškovićevo djelo, dotle londonska izložba *Ruđer Bošković and the Royal Society* ocjenjuje Boškovićevo djelo iz perspektive

---

<sup>19</sup> Martinović, I. (1995). Ispravci i dopune uz bibliografiju Ruđera Josipa Boškovića: prilozi 41-42, str.151-219. Preuzeto s: file:///C:/Users/lvana/Downloads/Ivica\_Martinovic\_Ispravci\_i\_dopune\_uz\_bibliografiju\_Rudera\_Josipa\_Boskovica\_1\_Priloz\_i\_1995%20(1).pdf (9. 9. 2021.)

njegova odnosa s najuglednijom znanstvenom ustanovom u anglosaksonskom svijetu, a rimska *Ruđer Bošković e il Collegio Romano* procjenjuje Boškovića iz perspektive njegova odnosa prema središnjem isusovačkom učilištu, gdje je prvo bio student filozofije i teologije pa dva desetljeća profesor matematike i astronomije. Tom sam prilikom došao do zaključka da se Boškovićeve djelatnosti mogu razvrstati u četiri skupine.

Prvu skupinu čine egzaktne znanosti u užem smislu: astronomija, matematika, geofizika i meteorologija, dok opću fiziku treba promatrati iz perspektive njezinih sastavnica: temelji fizike (prirodna filozofija, engl. *natural philosophy*), optika i, danas sam sklon dodati, mehanika. Drugu skupinu čine tehničke znanosti: geodezija, građevinska statika, hidrotehnika i konstrukcija instrumenata. Treću skupinu oblikuju humanističke znanosti: filozofija, teologija, književnost i arheologija. Od političkih i državničkih posala ili umijeća Bošković se istaknuo u diplomaciji, prvo kao službeni zastupnik Republike Lucce (1756.-1758.) i naravno u kontinuitetu diplomatskih poslova za Dubrovačku Republiku, čak i onda kad je potkraj života postao francuskim državljaninom i visokim dužnosnikom u francuskoj ratnoj mornarici. U svim je nabrojenim disciplinama Bošković postigao zavidne rezultate. Osobito su bili podcijenjeni hidrotehnika i pjesništvo pa sam se tome suprotstavio pisanjem ovećih znanstvenih radova. Na temelju takva sagledavanja Boškovićeve zaokupljenosti, najprilичnije je Boškovića nazivati polihistorom, jer biti polihistor znači upravo to što je Bošković bio: u svakoj disciplini ili umijeću u kojem se okušaš postići izvorna postignuća.

2. Samo se od sebe nameće pitanje: kako je Bošković uspio postići da bude polihistorom 18. stoljeća ili, kako mu neki ponekad tepaju, „prorokom“ za buduća stoljeća?

Kao mladi redovnik, isusovac, Bošković nije mogao utjecati na „scenografiju“ svoga djelovanja, ali je ponuđene uvjete, uvjete koje mu je pružao Rimski kolegij, Collegium Romanum, središnje učilište Družbe Isusove, mogao koristiti u skladu sa svojim izuzetnim sposobnostima. Za njegov prvi uspjeh, da je kao student teologije postao profesor matematike na studiju filozofije u Rimskom kolegiju, ključna je bila ocjena njegova profesora matematike Orazija Borgondija. On je u Boškoviću prepoznao nadarena nasljednika i bio je u pravu. Da postane članom akademije u Bologni bile su ključne Boškovićeve rasprave u 40-im godinama 18. stoljeća, a da postane dopisnim članom Francuske akademije utjecala je bitno jedna Boškovićeve mladenačka rasprava – o sjevernoj zori (polarnoj svjetlosti). Za polugodišnjega boravka u Londonu toliko se družio s članovima Kraljevskoga društva da su ga neposredno po njegovu odlasku iz Londona izabrali za svoga člana. Ništa on nije dobio na pladnju, nego je to postigao na temelju opsežnih istraživanja i umovanja te neumornoga i redovitoga objavljivanja. Boškovićevo rimsko razdoblje resi upravo to – redovito objavljivanje rasprava s izvornim rezultatima u različitim disciplinama, ne samo iz matematike i astronomije koje je predavao studentima.

3. Imali ste priliku više puta istraživati i vrijednu Boškovićevu ostavštinu u Bancroft Library u sastavu University of California u Berkeleyu?

To je bilo prekrasno istraživačko iskustvo, ispunjenje sna. Na Boškovićevoj ostavštini u Bancroft Library radio sam tri godine za redom, od 2017. do 2019. Tu je ostavštinu Sveučilište u Berkeleyu otkupilo u svibnju 1962. od njezina vlasnika Nika Miroševića-Sorga, posljednjega ambasadora Kraljevine

Jugoslavije pri Svetoj Stolici, koji je nakon Drugoga svjetskog rata živio u Londonu. Pri otkupu je poslužio katalog Boškovićeve ostavštine, koji je 1924. godine na zamolbu tadašnje vlasnice gospođe Mare pl. Mirošević-Sorgo (62) izradio Branimir Truhelka (36). Ostavština je i danas organizirana prema tom katalogu u osam struka: astronomija, geodezija, prirodna filozofija, matematika, hidrotehnika, graditeljstvo, optika i pjesništvo. Na temelju uvida u cijelu ostavštinu mogu reći da su od najvećega znanstvenoga interesa Boškovićeve rani filozofski spisi, napisani prije nego je počeo graditi vlastitu teoriju sila pa kratki matematički radovi i osobito brojne hidrotehničke ekspertize.

Dva sam rukopisa iz Boškovićeve ostavštine već objavio, oba iz područja matematike, prvi na talijanskom o rimskoj tomboli, a drugi na latinskom o računu vjerojatnosti. Taj rad na objavljivanju Boškovićeve rukopisa kanim nastaviti, ali ću pritom birati rukopise iz različitih znanstvenih disciplina.

4. U svom dubrovačkom katalogu, ali i ranije u raznim znanstvenim radovima, istaknuli ste ulogu Boškovićeve putovanja za recepciju njegovih filozofskih i znanstvenih rezultata. Zašto je bilo važno da nije bio samo profesor na svojoj katedri već i putnik po europskim prijestolnicama?

Redovito ističem da je Bošković poduzeo tri putovanja sa znanstvenom svrhom, a svoju katedru iz matematike napuštao je samo radi velikih znanstvenih izazova. Prvo putovanje, dvogodišnju geodetsko-kartografsku ekspediciju (1750. – 1752.), poduzeo je na izričit Papin nalog da bi izmjerio duljinu meridijanskoga stupnja na rimskom meridijanu i pripremio podatke za prvi egzaktni zemljovid Papinske Države. Na temelju izvješća o toj ekspediciji, popraćenog novim zemljovidom, Bošković je postao istaknutim geodetom i geofizičarem u europskim razmjerima.

Drugo putovanje, koje je na Papinu preporuku uključivalo hidrotehničku ekspertizu poplava na granici Toskane i Lucce i zastupanje interesa Republike Lucce na carskom dvoru u Beču, uslijedilo je u razdoblju 1756. – 1758. Čekanje na audijenciju kod carice Marije Terezije Bošković je iskoristio za pisanje svoga najznamenitijega djela *Teorije prirodne filozofije* (1758), čije je prvo izdanje i objavljeno u Beču pola godine nakon što je Bošković napustio Beč. Po zamislima koja je razvijao od 1745. godine do objavljivanja *Teorije prirodne filozofije*, znameniti Dubrovčanin postao je autor najzvučnije teorije sila u 18. stoljeću. Istodobno se afirmirao kao hidrotehnički vještak.

Treće putovanje bilo je studijsko putovanje po europskim prijestolnicama od 1759. do 1763. godine, a poduzeo ga je da bi se susreo s najuglednijim znanstvenicima u Parizu i Londonu i da bi motrio prolaz Venere ispred Sunčeva koluta u Carigradu, ali je nažalost zakasnio na motrenje te pojave zbog prevelikog čekanja na brod u Veneciji. Produžio je do Varšave pa se preko Beča vratio u Rim. Tijekom toga putovanja dogodila su se i tri važna imenovanja: postao je član Royal Society u Londonu, član akademije u Nancyju i počasni član Carske akademije znanosti u Sankt Peterburgu. Tako je Bošković iskoristio tri putovanja, neuobičajena za isusovačke profesore, za nova znanstvena postignuća i znanstvenu afirmaciju u europskim razmjerima.

5. Kako to da je Bošković samo jednom posjetio rodni Dubrovnik? I kako biste sažeto ocijenili njegov odnos prema vlastitoj obitelji?

Isusovci, ali i mnogi drugi redovnici, držali su se u odgoju Isusove upute mladiću koji ga je želio nasljedovati, a zapisana je u Evanđelju po Luki: „Nitko tko stavi ruku na plug pa se obazire natrag, nije

prikladan za kraljevstvo Božje.“ (Lk, 9, 62). Toga se držao i Bošković – da bez ikakve navezanosti za svoju obitelj i državu iz koje potječe što bolje izvršava povjerene mu zadaće. Ipak je u ljeto 1747. ranije završio ispite u Rimskom kolegiju da bi posjetio svoju obitelj, prije svega majku u Dubrovniku. Krenuo je iz Rima 18. srpnja, a iz Dubrovnika se 13. listopada 1747. zaputio brodom uz hrvatsku obalu, sve do Zadra, i pred Anconom umalo doživio brodolom. Taj jedini Boškovićev boravak u rodnom gradu potrajao je otprilike dva i pol mjeseca, a značajan je i po tom što je, kako je u jednom pismu izrijekom napisao, u ljetnikovcu Marina Sorga u Rijeci Dubrovačkoj umovao o svojoj teoriji sila i strukturi tvari.

Pojedinosti o Boškovićevu boravku objavio sam dvaput na engleskom, jednom na talijanskom i nekoliko puta na hrvatskom, od 1992. do 2011. godine. Tako sam se uporno suprotstavljao već ustaljenoj 'jadikovci' da Bošković, nakon što je s 14 i pol godina otišao u Rim da stupi u isusovce, nikad nije posjetio svoj rodni grad. Prije mene u istom su se smjeru za svoga života zalagali Branimir Truhelka i Željko Marković. Ali ta se tvrdokorna pogreška nastavlja pojavljivati i u suvremenim izdanjima, primjerice u *Povijesti Dubrovnika* Robina Harrisa.

Kad je ukinut isusovački red 1773. godine, Bošković je razmišljao o tome da se vrati u Dubrovnik, ali je prevagnuo poziv iz Pariza koji nije mogao odbiti – da postane ravnatelj optike u francuskoj ratnoj mornarici, što je bilo visoko plaćeno mjesto koje je stvoreno upravo za Boškovića, a mogao je u najboljim uvjetima provesti svoja nova istraživanja iz optike i astronomije. Zbog toga je mjesta, napose zbog plaće, Bošković bio izložen neskrivenoj zavisti francuskih znanstvenika.

Ipak odvojenost od doma nije utjecala na obiteljske odnose koje je Bošković njegovao u kontinuiranoj korespondenciji. Dopisivao se s bratom Božom, a ta su pisma ujedno bila namijenjena majci Pavli i sestri Anici koje su zajedno živjele u Dubrovniku, ali je redovito pisao i drugom starijem bratu Baru, koji je također bio isusovac i uglavnom djelovao u talijanskom gradiću Recanatiju. Ta korespondencija, sačuvana u autografu u kalifornijskoj knjižnici Bancroft Library i sva objavljena, svjedoči o uzornom Boškovićevu odnosu prema svim članovima svoje obitelji, a posebno su dirljivi oni ulomci koje je izmjenjivao s majkom Pavlom i mlađom sestrom književnicom Anicom.

6. Molim Vas da, na temelju svoga dugogodišnjega istraživanja Boškovićeva djela, ukažete na zapreke do kojih ste možda došli vezano za realizaciju ideje kojom bi Boškovićev opus zavrijedio možda više zanimanja i priznanja u svom rodnom zavičaju?

Ne mogu se požaliti. Upravo protivno. Na početku svoga znanstvenoga rada procijenio sam da je moj osnovni zadatak objavljenim znanstvenim radovima uprisutniti vrijednost Boškovićeva djela unutar hrvatske znanstvene, filozofske i umjetničke baštine. Mislio sam ako to radim ja, ako se nađe još jedan, dva, nekoliko nas, koji se Boškovićem sustavno bave kao velikom istraživačkom temom, to će samo za sobom nametnuti zaključak koliko vrijedi, kakvo mu je značenje bilo nekad, a kakvo danas, i nitko ga nikad više neće moći iskorijeniti iz Dubrovnika i pripadnosti hrvatskom narodu. To mislim i danas. Prvi sam rad o Boškoviću objavio 1985. godine, a posljednji 2021. ove godine. Između sam redovito objavljivao bilo o Boškoviću bilo o boškovićevcima u Hrvatskoj ili po različitim europskim zemljama. Nikad nisam imao poteškoća s objavljivanjem radova o Boškoviću, a objavljivao sam naravno u Hrvatskoj, ali i u Milanu, Oxfordu, Rimu i Londonu.

Uz taj osnovni rad nudile su se i razne druge mogućnosti prikazivanja i vrednovanja Boškovićeve djela na koje na početku uopće nisam pomišljao. Dva oblika toga djelovanja želim ovom prilikom bolje osvijetliti: izložbe i filmove. Dosad sam priredio osam izložaba o Boškoviću: od prve u sklopu megaizložbe *Isusovačka baština u Hrvata* u Klovićevim dvorima 1992. godine do ovoljetne izložbe o Novom zemljovidu Papinske Države u Kneževu dvoru u Dubrovniku. Dvaput u Zagrebu, triput u Dubrovniku, u Londonu, Parizu i Rimu. Doista nisam mogao ni pomisliti da će se toliko prilika pružiti niti da ću ih sve dovesti do ostvarenja. Uz izložbe sam nastojao obogatiti Boškovićevu ikonografiju, da se pojave nova likovna ostvarenja na Boškovićevu temu. U tom smislu moram posebno istaknuti suradnju s Viktorom Šerbuom i Ljerkom Njerš.

Još je neobičnije bilo moje iskustvo s filmovima. Zbog Boškovića napisao sam 1997. svoj prvi filmski scenarij za HTV, a doista mi, do poziva urednika Govedića, nije nikad palo na pamet da bih se time mogao baviti. Ali kad jednom uđete u taj svijet, kad doživite premijeru, kad sa zadovoljstvom možete odgledati film u kojemu ste sudjelovali, sa svakim novim projektom više se osjećate doma i spremni ste na nove izazove. Nakon toga nastupao sam, ako se dobro sjećam, još u četiri dokumentarna filma o Boškoviću. Svaki sam put ponudio 'novu robu', a to mi je omogućio moj sustavni istraživački rad.

7. Molim Vaš otvoreni stav vezano za još neistraženi potencijal – kojim u domeni nematerijalne baštine grad Dubrovnik može iskoristiti govoreći o reputaciju imena našeg Ruđera koji je zadužio ove prostore.

Znanstvenikov rad odlikuju ideje i metode pa to u potpunosti vrijedi i za Boškovića. Te ideje i metode mogle bi se promatrati kao oblik nematerijalne baštine, ako dobro razumijem Vaše pitanje. Ali pretpostavljam da mislite na nematerijalnu kulturnu baštinu, a ne nematerijalnu znanstvenu. Unutar Hrvatske to vrednuje Ministarstvo kulture, a na svjetskoj razini UNESCO.

Ali, naravno, postoji tradicija njegovanja istaknutih znanstvenika u nacionalnim sredinama oblikovanjem muzeja, memorijalnih centara ili srodnih ustanova. U Firenci sam s užitkom posjetio Galilejev muzej, na Sveučilištu u Paviji muzej posvećen znamenitim profesorima toga sveučilišta, među njima i Boškoviću. Nijemci su u Münchenu na riječnom otoku izgradili Deutsches Museum (Njemački muzej), posvećen istaknutim njemačkim znanstvenicima. Iz te perspektive bilo bi divno da Dubrovnik ima Rodnu kuću Ruđera Boškovića, kao što drugi gradovi po Europi imaju rodne kuće za svoje najumnije glave. Boškovići su imali dvije kuće. Jedna je u Boškovićevoj ulici u Gradu, druga je ladanjska, na Ilinoj Glavici, u Putu Anice Bošković. Dubrovnik sigurno ne bi pogriješio kad bi se smišljeno i dugotrajno posvetio zamisli da se i jedna i druga kuća pretvore u spomen-muzeje, pogotovo što je Dubrovnik već imao Boškovićev spomen-muzej na Lokrumu. Frankfurt je to napravio za Goethea. Bio sam doista impresioniran i poželio još jednom posjetiti Goetheovu rodnu kuću. U Hrvatskoj imamo jako lijep primjer u Šibeniku, odnosno na otoku Prviću, Memorijalni centar Fausta Vrančića. Ali moguća su i drukčija rješenja. Jedno je pak sigurno: na svakom od tih rješenja treba se raditi predano, sustavno, znalčki.

8. Govoreći o razvojnom potencijalu nematerijalne baštine koji bi u svom središtu imao lik Ruđera Boškovića, molim Vas iskažite stav i mogućnosti valorizacije kao razvojnoga potencijala za brendiranje na regionalnoj razini (koraci, ideje, koncepti).

Pitate me, ako sam dobro prestilizirao, može li Bošković biti dubrovački, županijski ili nacionalni hrvatski brend. Može, ali tu po mome treba biti oprezan: Dubrovnik je već sam po sebi, *per definitionem*, po odjecima u svjetskim razmjerima, brend, najveći hrvatski brend. To znači da se mora izbjeći da se ta dva brenda, Dubrovnik i Bošković, suprotstavljaju ili prekrivaju jedan drugoga.

Uvijek se može, primjerice, osmisлити turističko vođenje na temu „Po Dubrovniku Boškovićevim tragom“, jer se dade osmisлити šetnja Gradom koja uprisutnjuje Boškovića u dubrovačko 18. stoljeće. U tom smjeru isplati se razmišljati pa i proširiti turistička ponuda Dubrovnika oblikovanjem novoga turističkoga proizvoda koji bi u središtu imao Boškovićev lik. To navodim samo kao primjer jer je moguće osmisлити i mnoge druge različite koncepte Boškovićeve prisutnosti u Gradu.

## **7. Stavovi lokalnog stanovništva o poznavanju opusa Boškovića i čimbenicima koji ga definiraju**

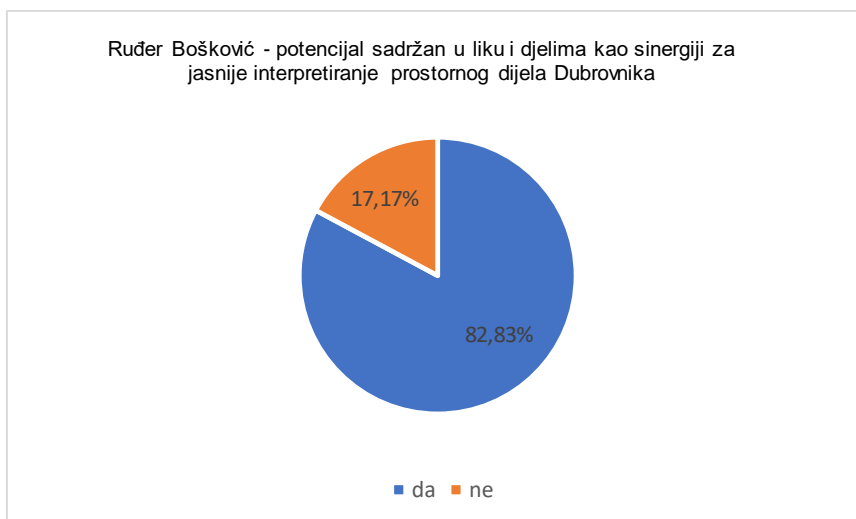
Odabrani činitelji kojima se ukazuje na poznavanje opusa sadržani su u stavovima vezanima za razinu spoznaje javnosti o Boškovićevom djelu koja se percipira važnom za Dubrovnik, stavovima vezanima za oblikovanje prostora koji definira prisutnost Boškovića kao interpretacija kulturne nematerijalne baštine sadržane u djelima velikana, stavovi vezani za razinu integracije kulturno-povijesne baštine u turističku ponudu te konačno poznavanje Boškovićevih djela i njegova porijekla što govori o potrebi za intenzivnijim ulaganjem u edukaciju. Istraživanjem na uzorku populacije lokalnog stanovništva obuhvaćeno je 200 ispitanika. U nastavku su prikazani rezultati ključnih pitanja ovoga istraživanja kao i interpretacija tih rezultata.

S obzirom na demografski aspekt 64,6 % ispitanika, odnosno njih 129 su žene, dok 35,4 %, odnosno njih 71 čine muškarci. U istraživanju su sudjelovali ispitanici različitih dobnih skupina od 15 do 60 godina.

Sljedeći grafikon ukazuje na stavove ispitanika s obzirom na snagu intelektualnog uma Ruđera Boškovića kojom bi se mogao prostor definirati.



Grafikon 1. Stavovi ispitanika o Ruđeru Boškoviću liku i djelima i njihovom potencijalu kao sinergiji za jasnije interpretiranje prostornog dijela Dubrovnika

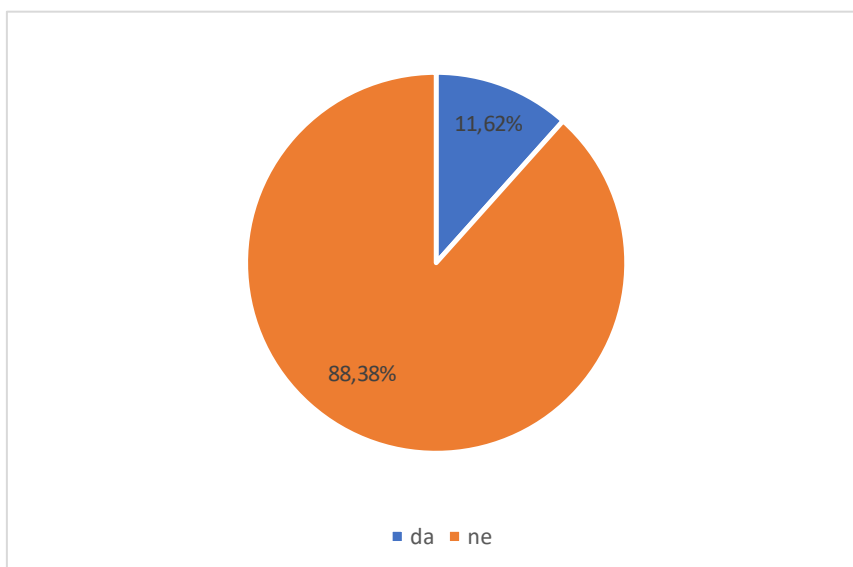


Izvor: Vlastita izrada

Većina ispitanika, njih 82,83 % odnosno 165 smatra lika i djela Ruđera Boškovića kao potencijal i sinergiju za jasnije interpretiranje prostornog dijela Dubrovnika, dok 17,17 % odnosno njih 35 ne smatra lik i djela Ruđera Boškovića kao potencijal i sinergiju za jasnije interpretiranje prostornog dijela Dubrovnika.

Sljedeći grafikoni govore u prilog razine uključenosti proučavanja djela Boškovića kroz osmišljene radionice i edukativne javne programe.

Grafikon 2. Visoka postojeća razina uključenosti proučavanja djela Boškovića kroz osmišljene radionice i edukativne javne programe



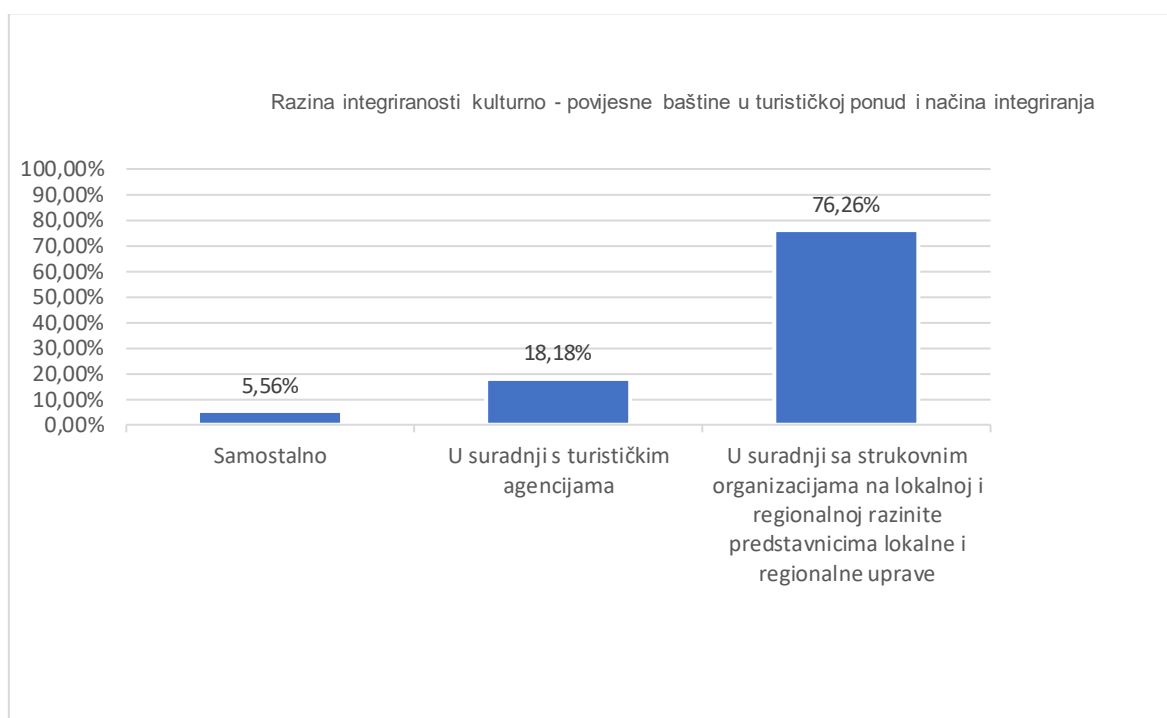
Izvor: Vlastita izrada

Sljedeće pitanje odnosilo se na postojeću visoku razinu uključenosti proučavanja djela Boškovića kroz osmišljene radionice i edukativne javne programe. Njih 88,4 % odnosno (176) ispitanika smatra da nije

zastupljena visoka razina uključenosti proučavanja djela Boškovića kroz osmišljene radionice i edukativne javne programe, dok 11,62 % ispitanika, odnosno njih 24 ima suprotno mišljenje.

K tome treba dodati kako 91 % ispitanika (181) ima deficitarno znanje o izumima te je iskazalo želju većeg poznavanja izuma Ruđera Boškovića. Također je tek svaki drugi ispitanik upoznat s genezom rodoslovlja Ruđera Boškovića vezujući ga za Orahov Do o čemu u prilog govori struktura od tek 51 % ispitanika ili (101) ispitanik. Ovaj vrijedan podatak važan je za izuzetno važnu domenu stvaralaštva i vezanost sa zavičajem kojega se ne libi u odabranim prilikama i pokazati. Razina poznavanja Boškovićevih djela i njegova porijekla govori o potrebi za intenzivnijim ulaganjem u edukaciju, veću prisutnost Boškovića kroz edukaciju, školske programe, otvorene radionice ali i veći angažman i uključivanje lokalnog stanovništva posebice edukaciju mladih pa i starijih o vrijednosti i prisutnosti koju trebamo osvijestiti, a koju imamo te zapravo tvori brend za sebe. Sljedeći grafikon govori u prilog razine integracije kulturno-povijesne baštine u turističku ponudu i načina njezina integriranja.

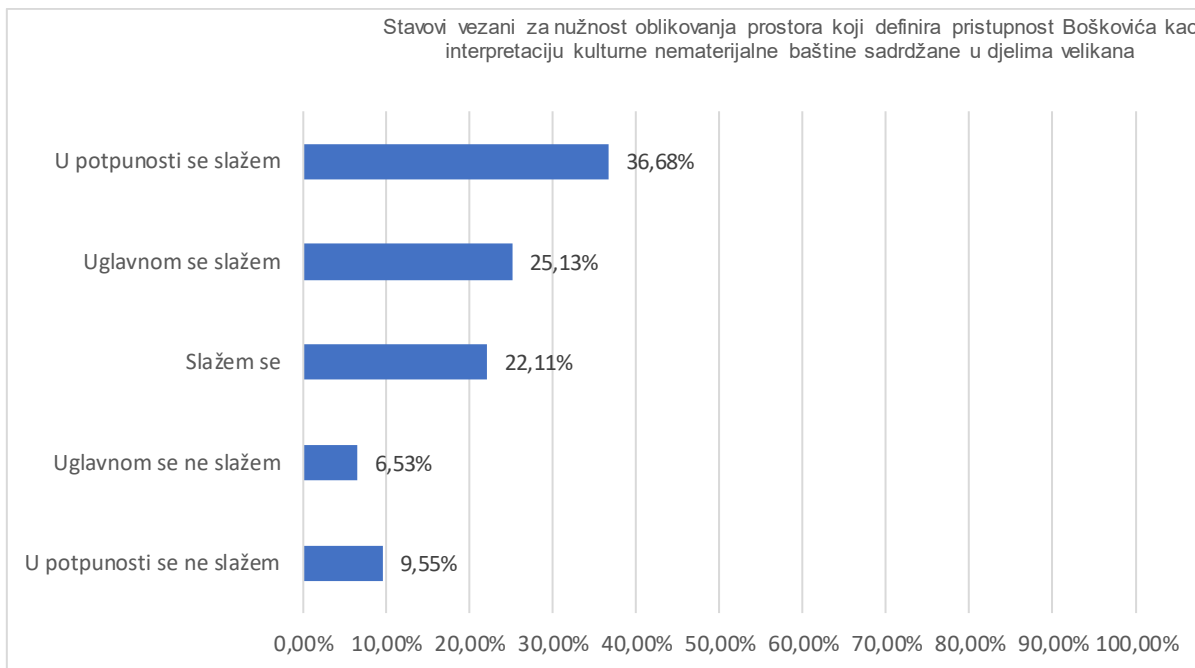
Grafikon 3. Stavovi vezani za razinu integracije kulturno-povijesne baštine u turističku ponudu i načina integriranja



Izvor: Vlastita izrada

S obzirom na razinu integracije kulturno-povijesne baštine u turističku ponudu i načina integriranja iste, većina ispitanika 76,26 %, odnosno njih (152), smatra da bi se djelovanje trebalo vršiti u suradnji sa strukovnim organizacijama na lokalnoj i regionalnoj razini, te predstavnicima lokalne i regionalne uprave. Znatno manji broj ispitanika, 18,18 %, njih (37) smatra da bi se način integriranja trebalo provesti preko turističkih posrednika, odnosno turističkih agencija, dok je tek neznatan broj ispitanika mišljenja da bi se u razvoju ovakve ponude temeljene na kulturnoj baštini trebalo djelovati samostalno.

Grafikon 4. Stavovi vezani za oblikovanje prostora koji definira prisutnost Boškovića kao interpretaciju kulturne nematerijalne baštine sadržane u djelima velikana



Izvor: Vlastita izrada

S obzirom na potencijalnu ideju vezanu za oblikovanje prostora koji definira prisutnost Boškovića kao interpretaciju kulturne nematerijalne baštine sadržane u djelima velikana, većina ispitanika, 83 % (167) smatra da bi jedan takav sadržaj dao pozitivan obol u proširenju turističke ponude spomenutog grada. Manji broj ispitanika, njih 17 % (33) nema takav stav.

## 8. Zaključak

Govoreći o ovom biseru kao potencijalu koji kao nematerijalna vrednota može dosta pridonijeti razvoju nas samih, prvenstveno u duhovnom, socijalnom kontekstu a tek onda i gospodarskom, sadržane su višestruki dobitci prvenstveno u znanstvenom, edukativnom, umjetničkom pogledu na kojemu je nužan zajednički angažman. Analičkim pristupom uradcima, djelovanju i utjecajima koje je imao, svojim kompetencijama i iz domene društvenih i humanističkih znanosti, eksperti su jasno razgraničili smisao i prirodu rada, istodobno znalački povlačeći paralelu među događajima ili pak uzročno-posljedično u tumačenju značenja djelovanja ovoga velikana pridonijeli kvaliteti rada i time skrenuli pozornost na velika djela kojima je znanstvenik zadužio ove prostore.

Opus Boškovića traži izuzetno poznavanje rezultata ali i društvenih uvjeta, ekonomskih prilika, znanstvenih dosegâ u tehničkom smislu koja su mu mogli pružiti ondašnje europske metropole. U radu se ukazuje na njegovo rodoslovlje, obiteljsku lozu, odnosima s obitelji, s Dubrovnikom, o čemu svjedoči i dio pisama kao vrijedno bogatstvo ostavštine te pjesama (što je u javnosti manje znano), dijaloga. Rezultati istraživanja daju vrijedne preporuke kako ideju osobe i djela povezati s prostorom kao logički slijed emotivne i materijalne nadogradnje bogate znanstvene i kulturne prošlosti grada Dubrovnika koji

zahtjeva ozbiljan profesionalni pristup definiciji i dosegu Boškovićevega života i rada, a prema klasifikaciji nematerijalne kulturne baštine iz perspektive Ministarstva kulture RH i UNESCO-a.

Okosnica ovoga rada temelji se na ideji imena Boškovića – pripadnosti prostora Boškovića. To je poticaj propitivanju kreiranja i oblikovanja prepoznatljivog prostora kakav bi možda mogao interpretirati baš muzejski prostor kombinirajući ga sa specijaliziranim stručnim vođenjem. U svakom slučaju u pitanju su dva branda koja se ne smiju suprotstavljati – Dubrovnik i Bošković, ali ni preklapati. Mogu biti komplementarni u dijelu podproizvoda – subproizvoda turističkog proizvoda, grada Dubrovnika. Kao gotov proizvod imena primjerice „Boškovićevim tragom ili putovima Ruđera“, kroz priču 18. stoljeća, nužno bi bilo dakako znalački definirati prepoznatljiv prostor Boškovićeve stvarnosti i interpretirati ga umješnim i profesionalnim djelovanjem. Istim entuzijazmom istraživanje i putovanje u Boškovićevu stvarnost tek započinje.

## Literatura

1. Begušić, K. i sur. (2011). Humski zbornik XIII, *Od Dubrave do Dubrovnika* prigodom 300-godišnjice rođenja Ruđera Boškovića. Neum-Dubrovnik: Muzej i galerija Neum; Dubrovnik: HKD Napredak.
2. Brlenić - Vuić, B. (1997). *Svijet kao uređena pozornica Ruđera Boškovića*, Dani hrvatskog kazališta: Građa i rasprave o hrvatskoj književnosti i kazalištu, Vol. 23 No.1, str.260-271. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/74236> (26. 9. 2021.)
3. Dadić, Ž. (1987). *Ruđer Bošković*. Zagreb: Školska knjiga.
4. Digitalna zbirka nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. *Ruđer Bošković*. Preuzeto s: <https://digitalna.nsk.hr/pb/?concept=list&clid%5B0%5D=10067> (26. 9. 2021.)
5. NSK u Zagrebu. *Djevica bez grijeha začeta*, rkp., R 7192. Preuzeto s: <https://www.matica.hr/media/knjige/pisma-pjesme-i-rasprave-1020/pdf/virgo-sine-labe-concepta-djevica-bez-grijeha-zaceta.pdf> (10. 9. 2021.)
6. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. *Ruđer Josip Bošković*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=8948>
7. Husić, S. (2013). *Književnost i neznanje: funkcije lika Licide u Boškovićevim dijalozima o sjevernoj zori*, Prilozi za istraživanje hrvatske filozofske baštine, Vol. 39. No. 2(78), str. 519-534. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/118846> (27. 9. 2021.)
8. Keilbach, V. *Jednostavna dinamička atomistika Ruđera Josipa Boškovića*, *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, Vol.18. No. 6., str. 266-273. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/60324> (26. 9. 2021.)
9. Kutleša, S. i sur. (2014). Filozofija Ruđera Josipa Boškovića. U *Zbornik radova međunarodnog znanstvenog simpozija održanog 4. studenoga 2011. na Filozofskom fakultetu Družbe Isusove u Zagrebu* (str. 25). Zagreb.
10. Letica, M. M. (2012). *Odnos metafizike i znanosti: Boškovićevo metafizičko prirodoslovje*, *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, Vol. 67, No. 3.,str. 417-418.
11. Marić, M., Kralj – Brassard, R. (2016). *Obitelj Nikole Boškovića u spisima kaznenog suda u Dubrovniku*. *Anali Dubrovnik* 54/1, :217-240. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/164595> (26. 9. 2021.)

12. Martinović, I. (1993). *Epigrami Ruđera Boškovića*, časopis Dubrovnik Vol. 4, br. 3. Preuzeto s: <https://content.ifzg.hr/djelatnici/martinoviclvica/osobnaStranica/Epigrami%20Rudera%20Boskovica.PDF> (27. 9. 2021).
13. Martinović, I. (1995). *Ispravci i dopune uz bibliografiju Ruđera Josipa Boškovića*: prilozi 41-42, str. 151-219, Preuzeto s: [file:///C:/Users/Ivana/Downloads/lvica\\_Martinovic\\_Ispravci\\_i\\_dopune\\_uz\\_bibliografiju\\_Rudera\\_Josipa\\_Boskovica\\_1\\_Prilozi\\_1995%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ivana/Downloads/lvica_Martinovic_Ispravci_i_dopune_uz_bibliografiju_Rudera_Josipa_Boskovica_1_Prilozi_1995%20(1).pdf) (9. 9. 2021.)
14. Martinović, I. (2015). *Pojam Infiniti mysteria u Boškovićevim geometrijskim istraživanjima*, Prilozi za istraživanje hrvatske filozofske baštine, Vol. 41.No. 1 (81). Preuzeto s : <https://hrcak.srce.hr/154370> (26. 9. 2021.)
15. Martinović, I. (1996). *Poezija Rajmunda Kunića u rukopisnom zborniku hrvatskih latinista iz knjižnice braće Stulli*, Anali Dubrovnik, Vol 34.,str. 49-71
16. Martinović, I. (2019). *Za istražiti armiju Ruđera Boškovića potrebna je cijela armija znanstvenika*. Dubrovački vjesnik. Preuzeto s: <https://dubrovacki.slobodnadalmacija.hr/dubrovnik/vijesti/kultura/ivica-martinovic-za-istraziti-ostavstinu-rudera-boskovica-potrebna-nbsp-je-cijela-39-armija-39-znanstvenika-nbsp-630591> (27. 9. 2021.)
17. Martinović, I. *Žanrovi hrvatske filozofske baštine od 15. do 18. stoljeća*. Preuzeto s: <https://content.ifzg.hr/djelatnici/martinoviclvica/osobnaStranica/Zanrovi%20hrvatske%20filozofske%20baštine%20od%2015%20do%2018%20stoljeca.PDF> (12. 8. 2021.)
18. Stojan, S. (1999). *Anica Bošković*, Dubrovnik, Zavod za povijesne znanosti HAZU, Dubrovnik annals, No.3, str. 110-115. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/8342> (10. 9. 2021.)
19. Šešelj, Z. (1975). *Teorija prirodne filozofije*, Latina et Graeca, Vol. 1, No. 5, str. 87-88.
20. Zenko, F. (1997). *Starija hrvatska filozofija*. Zagreb: Školska knjiga.

## Internetski izvori

1. Isusovci Dubrovnik. *Duhovno oblikovanje i pripadnost Družbi Isusovoj*. Preuzeto s: <https://www.isusovcidubrovnik.com/upoznajte/rudjer-boskovic> (10. 9. 2021.)
2. Ekonomska i trgovačka škola Dubrovnik. *Od smjera poslovni tajnik prema glumačkom pozivu*. Preuzeto s: <https://ekonomska-dubrovnik.com/novosti/251/od-smjera-poslovni-tajnik-prema-glumackom-pozivu> (27. 9. 2021.)
3. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. *Portal croenergo.eu - Izložba o Ruđeru Boškoviću gostuje u sjedištu UNESCO-a*. Preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/print.aspx?id=7166&url=print> (25. 9. 2021.)

## Abstract

### **Ruđer Bošković - emotional and material upgrade of the rich, scientific and cultural past of the city of Dubrovnik**

The City of Dubrovnik, an urban spatial entity, and economic entities, regardless of the level of contact with tourism and educational institutions, have in recent years recognized the need for a turnaround in the offer of the content of tourist products. It witnesses different interests and preferences of tourists. The power drawn from one's own

heritage is of great potential. At the same time, it witnessed large-scale tourism, which in physical, sociological and cultural terms leaves spatial consequences visible through a weaker possibility of regeneration and loss of identity. The paper therefore emphasizes the examination of the existing spatial power through the connection between the person and the event, the discoveries that in the historical context of the work and creativity of the scientist Ruđer Bošković indebted this area, especially in the scientific segment. Therefore, this research, an attempt to rehabilitate his character and work, aims to upgrade the rich scientific and cultural past of local residents, while the office examines the possibility of initiating the idea and defining the affiliation of Bošković space, for the design and recognition of which are responsible works and name Ruđer Bošković. The work, ideas and methods of the scientist's work are articulated like intangible cultural heritage, but nurturing the tradition of greats like Bošković's genius could potentially be approached spatially by designing a museum. The priority of such a need is further evidenced by the results of empirical research on a sample of 200 local respondents, given the exceptional educational potential, no less important scientific and development that such a project could provide. The cognitive contribution of the paper is contained in the results based on the method of expert assessment, giving priority to the views of experts from certain domains, telling their open opinions, views, realized ideas and researched areas in which Bošković as a historical figure, worked with exceptional achievements, from the fields of philosophy and theology, teaching mathematics at the Collegium Romanum, to poetic creation.

Keywords: Ruđer Bošković, interdisciplinary approach, local population, interactive museum

Stručni rad  
Primljeno: 22. rujna 2021.  
Prihvaćeno: 28. prosinca 2021.  
UDK: 398.22:338.48(497.583Brač)

**Ante Trutanić<sup>1</sup>**

**Petra Mandac<sup>2</sup>**

## **Uloga mitova i legendi u formiranju turističke ponude otoka Brača**

### **Sažetak**

U ovom će se radu prikazati nematerijalna kulturna baština otoka Brača kao važnog čimbenika razvoja održivog turizma otoka. Cilj je rada ispitati iskorištenost mitova i legenda u formiranju turističke ponude kroz analizu postojećeg stanja te formaciju novih prijedloga koji bi se mogli iskoristiti u turističke svrhe. S obzirom da su mitovi i legende sastavni dio kulturnog turizma, a budućnost održivog turizma između ostalog se temelji i na kulturnom turizmu, potrebno je ispitati lokalitete otoka koji svoju turističku vrijednost temelje na ovakvom vidu usmene predaje, koja se uz njih veže. Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka. Za prikupljanje podataka korištena je znanstvena i stručna literatura kao što su knjige, članci i internetski izvori. Kod istraživačkog dijela korištena je kvalitativna metoda nestrukturiranog intervjua. Na osnovu prikupljenih podataka o postojećim lokalitetima te grafi koja nije vezana za određeni lokalitet, dat će se prijedlozi mogućnosti razvoja novih lokaliteta, koji bi uz pravilno gospodarenje akumulirali novu, dosad nedovoljno iskorištenu vrijednost. Predložen je i model razvoja participativnog turizma koji uključivanjem različitih dionika lokalne zajednice, poput pružatelja usluga uključenih u realizaciju razvojnih projekata, lokalnih turističkih zajednica, lokalnih stručnjaka osigurava održivost lokalne zajednice. Uključenost lokalne zajednice u proces donošenja odluka koristi lokalnoj ekonomiji i potiče poštovanje stanovnika prema njihovom tradicionalnom načinu života i vrijednostima. Primjena navedenog koncepta omogućila bi produljenje turističke sezone i stvaranje prepoznatljivog identiteta destinacije.

Ključne riječi: kulturna baština, identitet destinacije, participativni turizam, mitovi i legende

---

<sup>1</sup>Ante Trutanić, student, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu; ante.trutanic@aspira.hr

<sup>2</sup>Petra Mandac, mag. educ. hist. art., viši predavač, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira; petra.mandac@aspira.hr

## 1. Obrazloženje teme

Povijest otoka Brača obiluje mitovima i legendama koji se već stoljećima prenose s koljena na koljeno, pretežito putem usmene predaje. Pripovijedanje, odnosno prenošenje priča, predstavlja ujedno i važno komunikacijsko sredstvo i lijek od zaborava. U današnje vrijeme pripovijedanje i oživljavanje tih priča iz davnina predstavlja i važan marketinški alat kojim se istovremeno priče spašavaju od zaborava i unapređuje turistička ponuda. Naime, mogućnost njihova korištenja u turističke svrhe, tj. obogaćivanje postojeće turističke ponude kroz revitalizaciju i vizualizaciju tih priča, vrijedan je potencijal kojeg svakako ne treba zanemariti. Osim postojeće ponude, koja je pretežito zasnovana na prirodnim i kulturnim ljepotama samog otoka te gastronomiji, revitalizacijom mitova i legenda stvara se dodatna vrijednost turističkog iskustva kojim se upotpunjuje doživljaj i boravak u samoj destinaciji.

Participativni turizam koji uključuje veći broj dionika, naročito lokalnog stanovništva koje bi svojim sudjelovanjem dalo posebnu notu dinamike u predočavanju priča, važan je pri stvaranju novog turističkog proizvoda. Formiranje ovakvog, novog kulturno-turističkog proizvoda temeljenog na participaciji imao bi veliku ulogu u cjelokupnoj turističkoj ponudi otoka Brača. Ključ formiranja kvalitetnog proizvoda leži u podizanju kvalitete života i dobrobiti lokalnog stanovništva, a sve promatrano kroz prizmu ostvarivanja dodatne ekonomske koristi te podizanja razine doživljaja posjetitelja otoka. Lokalno stanovništvo ostvaruje dodanu vrijednosti putem dominantne uloge u formiranju ponude i direktnog utjecaja na istu te dobivanjem povratne informacije o zadovoljstvu posjetitelja iz prve ruke. Na taj se način stvara jedan zdrav temelj za daljnji razvoj i sinergiju kulture i turizma te očuvanje nematerijalne i materijalne kulturne baštine.

### 1.1. Formulacija predmeta i cilja

Cilj je ovoga rada ispitati iskorištenost mitova i legenda u formiranju turističke ponude kroz pregled postojećeg stanja te formiranje novih prijedloga koji bi se mogli iskoristiti u turističke svrhe. S obzirom da su mitovi i legende sastavni dio nematerijalnog aspekta kulturnog turizma, a budućnost održivog turizma između ostalog se temelji i na kulturnom turizmu, potrebno je ispitati lokalitete otoka koji svoju turističku vrijednost temelje na ovakvom vidu usmene predaje koja se uz njih veže.

Na osnovu prikupljenih podataka i građe koja nije vezana isključivo za određeni lokalitet, dat će se prijedlog mogućnosti razvoja starih i formiranja novih lokaliteta, koji bi uz pravilno gospodarenje akumulirali novu, dosad nedovoljno iskorištenu vrijednost.

### 1.2. Metodologija

Metode koje se koriste u radu uobičajene su metode koje se koriste u društvenim znanostima, tj. metoda analize, metoda sinteze, metoda deskripcije te induktivna i deduktivna metoda. Metodom analize nastoji se raščlaniti složene pojmove i zaključke na jednostavne dijelove i elemente. Metoda sinteze korištena je pri sastavljanju jednostavnih misaonih rečenica u složene. Metoda deskripcije odnosi se na jednostavno objašnjavanje činjenica bez odgovarajućeg znanstvenog objašnjenja (Cohen, Manion i Morrison, 2007, str. 45).



Kod deduktivne metode primjenjuje se deduktivni način razmišljanja pri čemu se iz općih stavova dolazi do pojedinačnih zaključaka. S druge strane, kod induktivne metode zaključuje se na induktivan način predmetna problematika, a zaključak se donosi na temelju analize pojedinačnih činjenica (Žugaj i sur., 2006, str. 85).

Za potrebe provođenja sekundarnih istraživanja koristila se metoda *desk research*. Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka. Pri prikupljanju podataka korištena je znanstvena i stručna literatura kao i internetski izvori. Kod terenskog prikupljanju podataka koristi se metoda promatranja koja služi usvajanju novih spoznaja, dio je cjelovitog procesa istraživanja, a rezultati su bilježeni i analizirani kvalitativno (Tkalac Verčić i sur., 2010).

## 2. Kulturno i povijesno nasljeđe otoka Brača

Područje otoka Brača obilježeno je bogatom kulturno-povijesnom baštinom, važnom ne samo u lokalnom već i nacionalnom kontekstu. Najstariji arheološki nalazi na otoku datiraju još iz mlađeg kamenog doba, točnije iz razdoblja između 3000. g. pr. Kr. i 2000 g. pr. Kr., a radi se o materijalnim ostacima pronađenima u špilji Kopačini kod Donjeg Humca, Nerežišćima i Škripu. U metalno doba Brač naseljava ilirsko pleme Delmata, a tijekom tog razdoblja nastaju brojne gradine ograđene suhozidom, među kojima su najpoznatije Rat kod Ložišća, Koštilo kod Bola, Vela Gomila kod Nerežišća, Malo Gračišće, Gomila na Brkati i Hum kod Gornjeg Humca, Gradac i Velo Gračišće kod Selaca te gomile – ilirski grobni spomenici kojih je mnogo nađeno na području Bobovišća, Ložišća, Donjeg Humca, Nerežišća i Selaca, a ponajviše oko Gornjeg Humca (Vrsalović, 1968).

U starom vijeku za vrijeme grčke kolonizacije srednjeg Jadrana na samom Braču ne nalaze se dokazi koji bi potvrdili postojanje grčkih naselja, tek moguće njihov posredan utjecaj na kulturu i društvenu situaciju autohtonog stanovništva. Nakon pokorenja ilirskih plemena zavlada je rimska dominacija, a Rimljani su na novoosvojenim područjima, osnovali provinciju Dalmaciju. Utjecaji rimske civilizacije na otoku Braču ogledaju se u poljoprivredi, pomorstvu, stočarstvu, graditeljstvu, kamenarstvu, skulpturi i religiji. Naime, na istočnom dijelu otoka Brača u Bunjama pronađeni su ostatci rimske *villae rusticae*.<sup>3</sup> Na tom je području pronađen raznolik arheološki materijal, keramičke posude, stakla, kamene pločice, životinjske kosti i drugo (Belamarić, 2014). Kršćanstvo se na otoku Braču kao i u ostatku Dalmacije počelo razvijati 313. godine nakon Milanskog edikta. U to vrijeme podižu se crkve, bazilike, samostani i krstionice. Značajniji su starokršćanski spomenici na području Brača bazilika u Sutivanu, bazilika u Lovrečini, crkva sv. Jadre iznad Splitske te crkva sv. Tudora kod Nerežišća (Vrsalović, 1968). U srednjem vijeku Brač politički pripada Bizantu. Da je bračka kulturna povijest od nacionalnog značaja, dokazuje i Povaljska listina, jedan od najvažnijih dokumenata hrvatske pismenosti.

Razdoblje od 12. do 15. stoljeća predstavlja novu fazu povijesnih zbivanja na otoku koje je obilježeno promjenama u političkoj i društvenoj strukturi. Iako je otok bio naseljen hrvatskim stanovništvom, službeni jezik bio je latinski jezik. Brač je bio pod mletačkom vlašću gotovo četiri stoljeća. Zbog stalnih napada Osmanlija, hrvatsko stanovništvo bježi u Dalmaciju pa tako i na Brač, posebno nakon pada

<sup>3</sup> *Villae rusticae* je starorimski izvangradski stambeni i gospodarski prostor. Bila je središte zemljišnog posjeda te mjesto na kojem je živjelo osoblje i robovi te gdje su boravile životinje.

Bosne. Tada dolazi do formiranja novih naselja kao što su Bol, Postira, Pučišća, Milina, Sumartin, Splitska, Sutivan, Supetar i Povlja. U doba mletačko-turskih ratova, gradovi na otoku osiguravali su se utvrđenjima. Nakon prestanka turske opasnosti, u 18. stoljeću, razvijaju se mali gradovi na otoku. (Vrsalović, 1968).

Bogatoj povijesti otoka svjedoče brojna nalazišta, spomenici i arhitektura, a registrirano je čak 200 kulturnih dobara od čega je 149 nepokretnih kulturnih dobara, 49 pokretnih te dva nematerijalna kulturna dobra. U ranokršćanskom razdoblju na otoku se grade brojne bazilike, crkve i samostani. Brač je poznat i po kulturi izgradnje suhozida koji dominiraju u ruralnim područjima otoka, a najstarije konstrukcije datiraju još iz ilirskog doba.<sup>4</sup>

Za prepoznatljivost Brača u svijetu zaslužan je i brački kamen koji se još od antičkih vremena vadio iz kamenoloma, a kojim su se gradile brojne znamenite građevine. U muzeju otoka Brača koji se nalazi u Škripu mogu se pronaći brojni materijalni ostatci rimske, kasnoantičke i ranosrednjovjekovne kulture, koji svjedoče o bogatoj prošlosti otoka. Na otoku se nalazi i arheološko nalazište Vičja luka na kojem su pronađeni ostatci ilirsko-grčke civilizacije. Važnu kulturnu baštinu otoka čini i Zmajeva špilja iz 15. stoljeća koja se koristila kao obitavalište i hram poljičkih glagoljaša koji su u njoj provodili svoj redovnički život.<sup>5</sup>

Osim materijalne kulturne baštine, otok Brač krase i bogata nematerijalna kulturna baština koja se manifestira kroz usmenu predaju, predstave, svečanosti, običaje, obrede, tradicijske obrte i slično. Nematerijalna zaštićena dobra otoka Brača tradicijsko su jelo brački vitalac<sup>6</sup> te tradicionalna doška torta hrapoćuša.

### 3. Mitovi i legende otoka Brača

E. B. Tylor još je 1871. godine definirao kulturu kao složenu cjelinu koja obuhvaća znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, pravo, običaje i one sposobnosti koje je čovjek stekao kao član društva. Iz Taylerove definicije kulture vidljivo je da je kultura u izravnoj vezi s ljudima te da ona postoji od kada je i ljudi na određenom prostoru. Kao što je vidljivo iz uvodnog dijela u kojemu je prikazan kratak povijesni pregled, kontinuitet života na Braču proteže se još od prapovijesti. Tijekom čitavog tog razdoblja Brač je uvijek bio naseljen te nikada nije došlo do prekida kontinuiteta naseljenosti. S obzirom na duljinu razdoblja razvoja kulture na otoku, evidentna je bila činjenica da neće biti problem iznaći mitove i legende potrebne za obogaćivanje turističke ponude otoka (Babić, 2014).

Veći je pak problem bio izdvojiti one najatraktivnije, s obzirom na njihovu brojnost i raznolikost. Ipak, pri odabiru samih legendi misao vodilja bila je izabrati legende i mitove iz različitih društvenih sredina i općina kako bi se u konačnici mogao dati prijedlog revitalizacije postojeće turističke ponude izabranih mjesta, tj. općina. Naime, trendovi u svjetskom turizmu te digitalizacija i globalizacija doveli su do potražnje za novim dodatnim sadržajima u destinacijama te doprinijeli okretanju postojećim, a neiskorištenim potencijalima. Osim prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti, sve više raste potražnja i

<sup>4</sup> Lokalna razvojna strategija Lokalne akcijske grupe Brač 2014. – 2020. godine, str.7-9. Preuzeto s: <https://www.lagbrac.hr/lag-brac-ciljevi-i-mjere-lokalne-razvojne-strategije-2014-2020/> (18. 7. 2021.)

<sup>5</sup> Kulturna baština Brač. Preuzeto s: [https://bestofbrac.com/hr/kategorija\\_objekta/kulturna-bastina/](https://bestofbrac.com/hr/kategorija_objekta/kulturna-bastina/) (19. 1. 2021.)

<sup>6</sup> Brački vitalac je tradicionalno jelo otoka Brača, priprema se od janjećih ili kozlećih iznutrica.

za nematerijalnim, popratnim sadržajem koji lokalitet nudi. Upravo na nematerijalnoj baštini zasniva se i pojam *storytelling* koji se odnosi na pripovijedanje priča s autentičnim pozadinama. Lokacije o kojima se priča povezane su s određenim legendama, mitovima ili pripovijestima.

*Storytelling* je jedan od tri principa participativnog turizma koji se zasniva na pričama, osjetilima te profinjnosti. Participativni turizam uključuje različite dionike lokalne zajednice koji stvaraju nove, autentične kulturno-turističke proizvode. Svaka destinacija ima svoju autentičnu priču, a *storytellingom* se omogućava da se kroz priče i legende stvara interakcija s destinacijom i infrastrukturom te se u konačnici stvara novi turistički proizvod.

### 3.1. Definiranje pojma legende

Prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije legenda je „izvorno, čitanje odabranih poglavlja iz priča o životima svetaca, odnosno knjiga ili zbirka u kojoj su takve priče skupljene“. Tradicionalne su one priče koje potječu od nekog istinitog povijesnog događaja ili stvarne povijesne ličnosti. Najveća zbirka legenda je katolička zbirka *Acta Sanctorum* iz 17. i 18. stoljeća. Najstarije hrvatske legende su legenda o četrdeset mučenika i legenda o sv. Juri. Radnja legende se odvija u prošlosti i glavni likovi su ljudi. Često se radi o ratovima, pobjedama, junacima ili pak nekim fantastičnim temama kao što su vile, dugovi i druga bića (Tangherlin, 1990).

Na otoku Braču postoje brojne legende, pripovijetke i priče koje se odnose na neku svetu osobu kao što su sv. Ivan, sv. Roko, sv. Jure, sv. Ivan Krstitelj i drugi. Kako što je već spomenuto, otok vrvi raznolikim pričama mitovima i legendama te su odabrane i obrađene samo neke od njih, ciljano i sukladno lokaciji. U sklopu istraživanja obrađene su legende: Kuća u kući, O stopama sv. Jurja, sv. Ivan Povaljski, O kolaču i gomili (koloc) te Mačka u kampanelu. Za potrebe izrade ovoga rada dat je jedan primjer legende u izvornom obliku kako bi se stekao uvid u građu i na što bolji način prikazao njen sirovi potencijal.

#### 3.1.1. Legenda Kuća u kući ili legenda o palocu

Kuća u kući nalazi se u Bolu i zaštićeni je spomenik kulture. Legenda govori o siromašnom težaku Marku koji je sagradio kuću na zemlji obitelji Vuković koja je brojala šestero braće, od kojih tri svećenika i tri pomorska kapetana. Ta tri kapetana, plovili su svojim jedrenjakom i trgovali čitavim Mediteranom te su se nakon svojih mnogobrojnih pohoda odlučili oženiti s tri Španjolke i sagraditi im veliku kuću – paloc, na svojoj zemlji, upravo na mjestu Markove kuće. Legenda kaže da su braća za otkup ponudila Marku velik novac, ali Marko svoju kuću nije želio prodati.<sup>7</sup>

Legenda Kuća u kući na izvornom bolskom dijalektu glasi:

Jemo kuća danas jelna u Buol, ona se zove paloc, palocu njoj je kuća druga. A ova kuća vela, tuo je bila ugrojena za šiest braćie, Vukovići su se zvolii. A kuća unutra je bila jel nega nevuojnega čovika, Morko mu je bilo ime, a zvolii su ga, bi je onako grintov, grintov i prilišno je bi sardit, bilo mu je ime Morko, a zvolii su ga Morko Sila. I muoj Morko, ćapali su ovi Vukovići, jemali su ništo vartla svuoga okolo njegovie kuće. I govori: „Doj, Morko, prodoy ovo tuoga i

<sup>7</sup> Kuća u kući. Preuzeto s: <http://zaklada-brac.hr/zanimljivosti/prica-o-kuci-u-kuci/> (24. 1. 2021.)

prodoj kuću, da mi učinimo ovuod kuću.“ A vuon da nieće! A oni kozali: „Po plotićemo ti.“ Tri su bili brata kapitona, a tri su bili popa, tri pomuorsko kapitona. I Morko da nieće. I oni tako š njin na lipe, e, mapotla ni biločo, nego se vajalo na silu, tako da su oni išli u komunu kol šindika. Ti šindik je bi Vužio, kako da bismo danas kozali načielnik. I šindik pozove Morka: „Čuješ, Morko, dohodili su mi Vukovići, pustinono, po kal ti oće judi plotit.“ „E, ne puščon jo to, mogu oni grodit di kuću na drugo mīsto!“ ne do Morko nikako. I jedonput, jemo veli piergul ovi Vužio i fumo čibuk, lulu, onu tursku, i Morko bi se javijo nedijon, pokli se dospila funcijun u crikvu, i govori: „Čuješ, Morko, jes ti uriedi onu stvor sa Vukovićiman?“ A vuon odozdola njemu kože: „Ča se to tebe tiče?“ A tuo ni bilo lako reč u ona doba jelnemu šindiku! A vuon govori: „Kako ti to olgovoroš jelnemu šindiku! Znoš ti da moje pero na daleko dosimje.“ A Morko govori: „Tvoje Pero na daleko, a moja puška još i daje, do u tebe na polžuor.“ E, kal je to vuonreko, vej ni bilo kul-kamo, to je vuon puno reko i pripuno i olma je šindik pozvo bandure, koji su bili u Nerežišća, da se Morko arešto. Ma Morko je to nikako dozno, i Morko biž ća iz Bola. A di je išo, u Dubrovašku Republiku. Opeta govorin, onda je bilo ako si čo učini u mīsto, onda si se ti priboci vonka za godišće don i moreš se opeta vrotit. I vuon se priboci tamo, a oni počieli grodit ovamo kuću, opasoli kuću Morkota, iskopali fundamiente, i oni to počeli tuote grodit. Dovelī meštre, i to je još danas ta kuća tuote. E, ma Morkota avizali iz Bola njegovi prijateji, svojta, da se grodi tako i tako. I Morko jelnu noć tamo skupi nīke jude u Dubrovnik i evo ti ga, evo ti ga jelnu nuoc sa nīkuon brodicon, s nīkin brodićen, i duošo ti ovamo povar konvienta u Buol na Martinicu i iskricali se, doni Morko četiri barila proha. Tako ti barili, koliko je tuo, koliko je kili bilo, ne znon, svakako doni vuon četiri barila proha i da će vuon lagumat njihovu kuću, di su Vukovići ugodili svoj novi dom. I oni iskopali, pol tri kantuna iskopali po jelnu bužu na četvartu i stavili oni proh, da će tuo oni užgat kal evo ti olnikuda nīkuor in duošo i zateko hi i ni bilo kul kamo, vajalo uteć ća, ostavit sve tuo. I ovega puta ni in ni uspilo izlagumat. I tuo je do danas ostalo tako, ostala ta kuća tako, oni su bili malo brenzali sa otin. I onda Morko ća je duošo dobije ol vlosti drugu kaznu da se opeta nesmi za dvo godišća pokazat u Buol. I tako je tuo bilo. Kal je bilo potla, e ništa, dokle će vuon bit tamo, oni su ugodili zide. I kapiton, imali su, tri su brata bila popa, a tri kapitona, kal ova tri kapitona išli po darvenariju, po giede i kaparjune, sve, išli u Mletke. Veneciju, da čedu tamo ukarcat. Odovuode se digli, svaki je imo svoju bruod, nave su se zvole, imali su svoje mornore, i oni su išli iz Bola prema Veneciji po lenjom za pokrit ovu kuću. A još Morkova kuća unutra, da kal se ova pokrije, da čedu onu raskopat i izvuć je kroz vrotā vonka, u kamienje. Kal tamo ih ćapalo vonka nevrime, neviēra, potopili se i kapitoni i brodi i mornori, ni se nīkal nošla nonki, ća se ono reče, jelno daska ol broda. I tuo se tumaćilo, i do danas se tumaći da je tuo kazna božja (Jutronic, 1975).

### 3.2. Definiranje pojma mita

Sukladno elektronskom izdanju Hrvatske enciklopedije u tradicionalnom značenju riječi, mit je priča o nadnaravnim radnjama božanstava ili neke vrste junaka koje su utemeljile neku kulturu. Njegovo je prepričavanje putem usmene predaje prvotno bilo ritualni događaj sa svrhom obnavljanja kolektivnoga sjećanja i osjećaja pripadnosti nekoj zajednici. Ključna društvena, vjerska i kulturna uloga mita potiče

njegovo širenje i ulančavanje u skupine mitova grupirane oko središnjega lika. Iako su takvi kulturni likovi na neki način zaštitni znakovi određenih zajednica. Mit, kao forma, ne poznaje neku fiksiranu, autentičnu inačicu, već se u predaji svaki put pojavljuje ponešto preinačen, odnosno prilagođen specifičnim okolnostima dane izvedbe. U sklopu istraživanja obrađeni su mitovi: Mit o Viverima, Mit o spilji Krosnici, Zmajeva Špilja i Macići noću napadaju blago. Za potrebe izrade rada dat je jedan mit u izvornom obliku, ali u dvije inačice.

### 3.2.1. Macići noću napadaju blago

Mitovi o macićima često su proturječni budući da se na nekim mjestima lik tumači drugačije. Primjerice, u nekim se pričama govori da su to bića ili čudovišta koja vole nestašluk, dok u drugima predstavljaju umrlu nekršteno djecu koja hodaju s upaljenim komadom drveta u ruci. Macića je u hrvatskoj i bračkoj tradiciji opširno prikazao A. I. Carić, koji je ovaj fenomen opisao kao „najobičnije i najčešće noćno strašilo“. Na Braču macić predstavlja nakaznog čovjeka s velikim šešišrom, koji se danju krije po bunjištima, a dok hoda nosi uza se glavnju<sup>8</sup>, luta po grobljima te sije i uzgaja ondje travu i tuče noće putnike. Kopneni macić je zle čudi dok je morski macić dobar, donosi nekim ljudima vreće novca, a oni ga zauzvrat hrane fritulama. Također, postoji i vjerovanje da je macić mali bog sličan Panu<sup>9</sup> koji noću jaše na konjima i mazgama (Jutronić, 1975). U nastavku su prikazane dvije priče o macićima.

Maćići odagnali konje

„Kal bi odagnali na pašu judi konje po donu, onda sutra da će hi ujutro puoć vaziest, ali nebi hi bilo nidir, nidir, nidir. Po nekoliko don judi bi hi iškali, i posji bi hi nošli noder kuo zna kul. Reklo bi se da su hi macići odagnali i na njiman jaholi i onda bi hi opeta dognali nose“ (Jutronić, 1975).

Ni tuo bi kozjor tuo je bi macić.

Jedon čovik je išo vako u oštariju, tako su prin judi hodili, i vidi je pri sobuon jednega kozjora, i govori on: „Lipo ću ga jo sal dovest doma, po ćemo ga mi zaklat. Ko zna čihov je, komugod je uteka, biće iz bikarije, ovin koji posu, a sal će nami dobro duoć.“ I gre on vodi ga za roge, tega kozjora i duošo u duor i zove ženu: „Margarita, Margarita, dones kajin i nuož.“ A ona dohodi dole, nosi kajin i nuož, dohodi u duor govori kako je kozjor ispol nje olparhnu i onda nju govori: „Čo čo čo Margarita, kajin i nuož. Čo kajin i nuož.“ I onda je uteko ća. Ni tuo bi kozjor, bi je macić (Jutronić, 1975).

## 4. Prijedlog revitalizacije postojeće kulturno turističke ponude lokaliteta

Počeci razvoja turizma na otocima u Hrvatskoj bilježe se u prvoj polovici 19. stoljeća, kada se uvode prve parobrodne linije koje su tada zaobišle Brač budući da se na njemu do tada još nije razvilo značajnije urbanističko mjesto. Razvoj turizma na otoku Braču započeo je nešto kasnije, nakon Prvog svjetskog rata, izuzev rijetkih ljetnikovca i manjih pansiona koji su i prije toga bili posjećivani. Značajniji razvoj bilježi se tek između dva svjetska rata. Osnivaju se „Zadruga za promet stranaca“ 1923. godine u Supetru i „Društva za unaprjeđenje turizma“ u Sutivanu (Kuveždić, 2001).

<sup>8</sup> Glavnja, pren. jača grana ili komad drveta; cjepanica

<sup>9</sup> Pan je prema grčkoj mitologiji bog pastira, stada, njiva, šuma, polja, zaštitnik lovaca te se naziva i zaštitnikom prirode.

Turizam na Braču, logično doživljava svoj pad tijekom Drugog svjetskog rata. Slijedom devastacije postojeće hotelske arhitekture, posebice u Supetru, javila se potreba za sanacijom te jačanjem cjelokupne otočne infrastrukture. Snažna turistička izgradnja počinje krajem 60-ih godina 20. stoljeća, kada su se proširili postojeći objekti i smještajni kapaciteti, a što se nastavlja i idućih dvadeset godina. Najviše su se izgradila mjesta Bol i Supetar u kojima su se podigla turistička naselja, hoteli, kampovi i pansioni. U drugim mjestima na otoku uglavnom su zastupljeni privatni smještaji ili manji hoteli.

#### 4.1. Trenutno stanje utilizacije edukativnog sadržaja na odabranim lokalitetima

Razvoj turizma na Braču napreduje iz godinu u godinu, ali bez obzira na tu činjenicu niska je prepoznatljivost otoka kao kulturno-edukativne turističke destinacije. Ponuda edukativnih sadržaja u mjestima je mala, a manjka i novih, inovativnih turističkih proizvoda. Nastavno na mitove i legende koji su odabrani u sklopu ovoga istraživanja prikazano je i trenutno stanje na odabranim lokalitetima s naglaskom na lokalitete vezane za prezentirane legende i mitove.

Mjesto Bol samo po sebi obiluje kulturno povijesnim znamenitostima te ima potencijal postati atraktivna kulturna turistička lokacija. Nažalost, evidentna je neadekvatna ili nepostojeća valorizacija prirodnih i kulturnih resursa te kulture života stanovnika Bola, a nedostaje i edukativnog sadržaja vezanog direktno uz ponude lokaliteta. Također, javlja se nedostatak inovativnosti u promidžbi. Mnogi turistički potencijali nisu još uvijek mobilizirani što se posebno odnosi na povijesno-kulturne resurse koji su nedovoljno prezentirani. Posjetitelji koji borave na ovom području često su malo ili nikako upoznati s kulturno-povijesnom baštinom. Na bogatoj kulturno-povijesnoj baštini općine Bol moguće je ostvariti sinergiju kulturnog i participativnog turizma uz kvalitetne programe koji bi zainteresirali kako domaće tako i strane goste.

Kulturno-turistički potencijal mjesta Povlja također je nedovoljno iskorišten, a turistička zajednica općine Selca trebala bi u svojoj ponudi i promovirati turističke izlete, makar je to službeno zadaća turističkih agencija. Osim neiskorištenog prirodnog i kulturno-povijesnog potencijala koje mjesto posjeduje, objekti koji bi mogli donositi velike prihode neodržavani su te propadaju. Starokršćanska bazilika, Povaljska listina, Povaljski prag i stope svetog Ivana Povaljskog te legenda koja prati ove lokalitete, nisu uključeni u turističku ponudu inkluzivno, već podosta nesinkronizirano. Tako se kao glavni problem postavlja nemogućnost prepoznavanja ciljane skupine turista, to jest prepoznavanje obiteljskog turizma kao forme na koju bi se trebalo fokusirati.

Turistički resursi općine Sutivan nešto su bolje iskorišteni posebice u vidu revitalizacije stare kamene arhitekture u centru samog mjesta Sutivan u obliku Boutique Hotela Lemongarden koji se sastoji od tri kuće: gospodska kuća Ilić Dvori, kuća Definis Dvor i Vesna, koje su zaštićene kao spomenička baština stara preko 300 godina<sup>10</sup>. Jedna od atrakcija mjesta Sutivan su i Kavanjinovi dvori, kuća obitelji Kavanjin – splitskih plemića, a koja je izgrađena u periodu od 1690. do 1705. godine te poznato sutivansko groblje s katakombama. Nažalost, dva potonja lokaliteta su zahvaljujući neriješenim imovinskim odnosima te neadekvatnom održavanju u prilično derutnom stanju. Iako je lokalna legenda o *Maški u kampanelu*

<sup>10</sup>Sutivan, Otok Brač, *Mačka u kampanelu*. Preuzeto s: <https://www.visitsutivan.com/cat-in-the-bell-tower/> (3. 2. 2021.)

utilizirana u turističke svrhe, na svojevrsan je način podlegla komercijalizaciji i izgubila svoju iskonsku vrijednost, premda je vidljiv veliki potencijal za kreiranje specijaliziranog turističkog proizvoda.

Posljednje mjesto koje će se spomenuti je mjesto Dol koje također ima veliki potencijal za razvoj specijalizirane turističke ponude. Razlikuje se od drugih mjesta jer nema signala, interneta niti kafića te je kao takvo idealno za posjetitelje koji žele uživati u iskonskoj prirodi, miru i tišini. Nažalost, sukladno takvoj izoliranosti od modernog načina života otežana je i promocija same lokacije putem nekih kanala koji su trenutno popularni, poput Instagrama i Facebooka te ostalih društvenih mreža. Mjestu Dol potrebna je veća i kvalitetnija promocija svih sadržaja koje nudi kao što je veći broj eko-etno sela u okolici te agroturizam Kaštil Gospodnetić gdje se kroz *storytelling* prezentira život jedne obitelji u 19. stoljeću te mitu o bićima Macićima i Viverima (Jelinčić, 2014).

#### **4.2. Implementacija legenda i mitova u turističku ponudu**

U zadnje vrijeme istakao se trend da turisti sve više traže autentična lokalna iskustva u destinacijama koje posjećuju. Ono što svaku destinaciju čini atraktivnom prije su svega ljudi, to jest način života lokalnog stanovništva, običaji i gastronomija, kao glavni nosioci nematerijalne baštine određene zajednice. *Storytelling* je idealno oruđe za ovaj vid djelatnosti jer omogućava povezivanje ljudi s mjestom, osobom ili događajem, dodavanje važnosti doživljaju, stvaranje interesa, povezivanje intelekta i osjećaja te zabavljanje dramtizacijom i humorom. Kako bi se na što bolji način prikazala atraktivnost destinacije, važno je uključivanje *storytellinga* kao važnog elementa formiranja turističke ponude lokaliteta.

Svaka destinacija, pa tako i otok Brač, ima svoju autentičnu priču koju je potrebno pronaći te prezentirati na adekvatan način, a da se pritom banalno ne komercijaliziraju postojeći običaji lokalne zajednice. Prednosti *storytellinga* kao tehnike u turizmu povećanje je broja publike kroz usmenu predaju, ponovni dolazak te davanje lokalnim i regionalnim turističkim organizacijama razlog da prepoznaju proizvod te ga oglašavaju. Osim toga, stvara se dodatni publicitet te se turist kroz legende i mitove educira o samom lokalitetu te duhu njegova stanovništva, za što je potrebna važna vještina interpretacije (Floričić, Floričić, 2019).

Kao što je već rečeno, kod implementacije legenda u turističku ponudu važno je uključivanje lokalnog stanovništva. Kako bi se stvorio novi turistički proizvod, važno je sudjelovanje lokalne samouprave, a u procesu razvoja legenda i mitova sudjeluju različiti dionici kao što su muzeji, turističke zajednice, hotelijeri, škole i vrtići, privatni iznajmljivači, udruge i lokalne zajednice te samo stanovništvo. Lokalno stanovništvo trebalo bi djelovati kao tim koji bi bio sastavljen od lokalnih udruga profesionalaca, studenata, volontera, umirovljenika i ostalih stanovnika koji bi imali svoju ulogu u prezentaciji proizvoda.

##### **4.2.1 Odabrani primjer a) legenda Kuća u kući**

Legenda o Kući u kući atraktivna je i autentična priča koja je izravno vezana za specifični lokalitet. Sam objekt trebao bi se otvoriti i revitalizirati na adekvatan način te biti dostupan kako posjetiteljima tako i domicilnom stanovništvu, bar tijekom ljetne sezone ako ne i kroz čitavu godinu. Prijedlog revitalizacije objekta uključuje organizaciju ribarskih večeri koje bi nudile autohtonu gastronomsku ponudu mjesta

Bol. Zbog velike kvadrature okućnice samog objekta, dvorište bi moglo poslužiti za prikaz starih zanata kao što je pletenje ribarskih mreža od strane lokalnog stanovništva. Na taj način turiste bi se informiralo o lokalnim običajima i zanatima kroz zanimljiv i edukativan način inkluzijom lokalne zajednice. Jedan od prijedloga je i organizacija kulturnih večeri zabavnog karaktera koje bi se održavale u ljetnim mjesecima za vrijeme turističke sezone. Večeri bi se sastojale od igrokaza, predstava s kostimiranim glumcima, a scenografija bi bila vezana uz spomenutu legendu. U organizaciji bi sudjelovalo lokalno stanovništvo, studenti i volonteri te djeca.

Nakon predstave održao bi se glazbeni koncert u kojemu bi sudjelovali polaznici Međunarodne ljetne glazbene škole Pučišća i Glazbene škole Bol. Svi bi posjetitelji osim u dobroj glazbi mogli uživati i u bogatoj gastronomskoj ponudi te ponudi domaćih vina koju bi na štandovima prodavali volonteri. Spoj atraktivne priče i povijesnog lokaliteta čine dobre temelje i sastavnice koje, ako se poslože na pravi način, mogu tvoriti novi turistički proizvod te na taj način dodati novu vrijednost boljskoj turističkoj ponudi.

#### **4.2.2. Odabrani primjer b) mitska bića Vivieri i Macići noću napadaju blago**

Prijedlog revitalizacije lokaliteta organizacija je izleta koji bi uključivao odmor u etno i eko selu Dol. Izlet bi uključivao razgledavanje crkve Blažene Djevice Marije te crkvice sv. Petra u kojoj je sačuvano najstarije crkveno zvono na otoku Braču. Izlet bi vodio lokalni turistički vodič koji bi turiste informirao o lokalitetu te ispričao mit o bićima koja su živjela u obližnjim špiljama. Tijekom posjeta Kaštilu posjetitelji bi, osim što bi mogli razgledati Kaštil, mogli kušati i različite domaće specijalitete, a organizirala bi se i gastronomska radionica u kojoj bi se prikazala tradicionalna priprema torte hrapoćuše. Posjetitelji bi mogli sudjelovati u pripremi torte te je na kraju pripreme i kušati. Za sve posjetitelje mlađeg uzrasta odnosno djecu, u Kaštilu Gospodnetić bilo bi organizirano oslikavanje tijela mitskim bićem viverom. Djeci bi mitsko biće viver u obliku tetovaže ostalo kao kratkotrajna uspomena ali i dugotrajno sjećanje na posjet mjestu Dol.

## **5. Model razvoja participativnog turizma**

Participativni turizam uključuje sve dionike unutar određene destinacije koji zajedno stvaraju nove, autentične kulturno-turističke proizvode. Tri principa dizajna baziranih na zajednici su priče, osjetila te profinjenost. Priče su te koje mogu očarati publiku i stvoriti nove inspiracije dionicima. Osjetila su izraženija jer dolazak na lokaciju, zabavno učenje te iskustvo dijeljenja pobuđuje svih pet osjetila. Profinjenost se očituje u kreiranoj poruci brenda, jedinstvenom komuniciranju, aktivnostima, promotivnoj kampanji te konstantnom traženju boljeg rješenja.<sup>11</sup>

Razvoj participativnog turizma na otoku Braču pridonosi intenzivnijem stvaranju posebne kulturne ponude, ali i jačanju konkurentnog položaja destinacije. Važno je stvaranje jedinstvenog turističkog proizvoda koji bi bio prepoznatljiv te stvorio identitet destinacije. Neophodno je obuhvatiti život lokalnog stanovništva, kulturnu i povijesnu baštinu te ih integrirati prema potrebama turista. Jedan od načina je *storytelling* koji bi uključivao suradnju lokalne zajednice u formiranju turističkog proizvoda. Legende i

---

<sup>11</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. *Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom*, str. 9. Preuzeto s: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA\\_2020\\_ABC/c\\_dokumenti/200128\\_prirucnik\\_PT\\_hrv.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf) (15. 1. 2021.)



mitovi otoka Brača zanimljive su i autentične priče koje bi trebalo uklopiti u turističku ponudu određenih mjesta iz kojih one potječu. Na taj bi način turisti doživjeli novo iskustvo na poseban i edukativan način. Za uspješan razvoj važna je uključenost svih sudionika koji su uključeni u turistički razvoj destinacije. Lokalno stanovništvo trebalo bi se uključiti u turističke manifestacije koje uključuju predstave na otvorenom, prepričavanje legenda i mitova, prikazivanje starih zanata i običaja. Lokalno stanovništvo trebalo bi biti angažirano u proizvodnji autohtonih namirnica te autohtonih suvenira, pri čemu svoju ulogu imaju i bračke strukovne škole poput turističko-ugostiteljske i kamenoklesarske škole u Pučišćima.

Tablica 1. SWOT analiza uvjeta za razvoj participativnog turizma na otoku Braču

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- bogata povijesno-kulturna baština</li> <li>- bogata prirodna baština</li> <li>- velik broj legenda i mitova</li> <li>- prepoznatljivi prirodni fenomeni kao što su Vidova gora i Kolač</li> <li>- prepoznatljivi povijesni fenomeni kao što su Murvica i pustinjački samostan</li> <li>- tradicija turizma na otoku</li> <li>- dobra prometna povezanost</li> <li>- velik broj stalnih žitelja koji se bave turizmom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nedovoljna suradnja u turizmu između jedinica lokalne samouprave</li> <li>- nezainteresiranost lokalnih iznajmljivača za produbljivanjem ponude na ove aranžmane</li> <li>- slaba zainteresiranost lokalnog stanovništva za uključivanje u projekte</li> <li>- loša marketinška pokrivenost</li> <li>- nedovoljna promocija participativnog turizma</li> <li>- nedovoljna raznolikost turističke i kulturne ponude</li> <li>- sezonska orijentiranost turizmu (sunce i more)</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- diversifikacija turističkog kadra</li> <li>- produženje sezone</li> <li>- stvaranje identiteta destinacije</li> <li>- suradnja svih dionika u turizmu</li> <li>- uvođenje novih tehnologija</li> <li>- stvaranje jedinstvenog turističkog proizvoda</li> <li>- investiranje u ljude i lokalitete</li> <li>- podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva</li> <li>- uklapanje kulturnog segmenta u već postojeći okvir Brača kao ciklodestinacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bolja ponuda sadržaja na konkurentskim otocima (Hvar, Vis)</li> <li>- kulturni događaji u blizini kao što je Splitsko kulturno ljeto, Viško kulturno ljeto i Hvar Summer Festival</li> <li>- kvalitetnija promocija od strane većih kulturnih događaja u okolici (Split, Hvar, Makarska, Vis)</li> <li>- COVID-19 pandemija</li> <li>- promjena pravnih regulativa u vidu zakona o turističkoj djelatnosti</li> </ul>

Izvor: izrada autora

### 5.1. SWOT analiza

Iz prikazane SWOT analize uvjeta za razvoj participativnog turizma može se uočiti da otok Brač raspolaže brojnim snagama i prilikama u razvoju ovog oblika turizma. Prijetnje razvoju participativnog turizma već su afirmirana kulturna događanja u okolici Brača kao što je Splitsko kulturno ljeto i slično. Uspješan razvoj Brača kao turističke destinacije uvjetovan je proaktivnim djelovanjem svih njezinih dionika. Ključni su dionici turističke destinacije, pored turista, zaposlenici u turizmu, poslovni subjekti u turizmu kao nositelji turističke ponude, kulturne ustanove, lokalna samouprava, investitori u turističke sadržaje te samo lokalno stanovništvo.

Ako se poče od postavke da je lokalno stanovništvo zaposleno u turizmu i ovisi o njemu (na direktan ili indirektan način) ključni čimbenik koji pridonosi izgradnji prepoznatljivosti destinacije i njene diferencijacije u odnosu na druge turističke destinacije trebala bi biti značajna prednost. No, na osnovi prikupljenih informacija (od prije dostupni rezultati provedenih istraživanja na terenu), a u svrhu izrade SWOT analize, ispituje se kojim mehanizmima lokalno stanovništvo, a posebno oni koji djeluju i zaposleni su u turizmu, pridonose izgradnji Brača kao branda, to nije slučaj.

Nažalost, odgovor na ovo pitanje ukazuje da lokalna zajednica kao takva ima jako malu ulogu u formiranju turističke ponude otoka, bilo zbog nerazvijenosti suradnje među općinama na svim razinama ili zbog opće nezainteresiranosti populacije. Kao jedini interes nameće se ekonomska dobit u svrhu čega se akumuliraju ideje promocije kulturnog i drugih vidova turizma, koje nemaju dugoročnu održivost te kao takve nisu ni ekološki prihvatljive. Loša marketinška promoviranost otoka uvelike proizlazi iz činjenice da se još uvijek nove tehnologije ne implementiraju na pravilan način. Također, veliki broj stalnih žitelja otoka starija je populacija koja nije izrazito zainteresirana za razvoj i sudjelovanje u novim projektima te za korištenje novih tehnologija. Kako bi se otklonile sve prijetnje i slabosti, važno je ulaganje u kvalitetu promociju te edukaciju lokalnog stanovništva kao i njihov aktivni angažman u očuvanju i revitalizaciji tradicije otoka u turističke svrhe.

## 5.2. Marketinške i promotivne aktivnosti

Za uspjeh bilo koje turističke destinacije važno je kreiranje pozitivnog imidža destinacije, što se postiže komunikacijom s javnosti i pozitivnom prisutnošću u medijima. Osim toga, turistička zajednica mora služiti kao izvor podrške turističkom gospodarstvu, pružanjem informacija o posjetiteljima te kreiranjem baze relevantnih podataka. Za uspješnu promociju važno je intenziviranje internog marketinga koji uključuje poznavanje vlastitih proizvoda i usluga te njihovo razvijanje uz potpunu orijentaciju na kupca.<sup>12</sup>

Akcijski plan razvoja trebao bi uključivati unapređenje turističke promidžbe te stalno unapređenje kvalitete turističke ponude. Ciljane skupine na koje bi se trebalo fokusirati pri promotivnim aktivnostima obitelji su s djecom, mladi parovi te rekreativci. Za uspješno provođenje marketinških aktivnosti potrebno je jače uključiti lokalno stanovništvo, turističke dionike, turističke zajednice općina na Braču te Turističku zajednicu Splitsko-dalmatinske županije. Razvoj specijaliziranih događaja, gastronomskih manifestacija, večeri poezije ili igrokaza te organizacija izleta uz *storytelling* zahtijevaju dobru promociju.

Promocija bi bila realizirana putem radija, novina, interpretacijskih panoa te putem stranica turističkih zajednica i društvenim mrežama. U turističkim uredima bile bi dostupne brošure koje sadržavaju detaljnije informacije o tematskim izletima. Turisti bi se mogli informirati o događajima i manifestacijama putem mrežnih stranica turističkih zajednica na kojima bi u okviru kalendara događanja bio prikazan datum njihova održavanja. Predstave koje uključuje mitove i legende, večeri poezije, ribarske večeri bile bi promovirane i putem interpretacijskih panoa te društvenih mreža Facebook i Instagram. Na stranicama Instagrama „Best of Brač“ i „Visit Brač“ postavljale bi se slike održanih predstava, ribarskih večeri te večeri poezije. Osim toga, na Facebook stranici Visit Brač bio bi objavljen i plan i program svih

<sup>12</sup>Jelinčić, D. A. Trendovi i vještine potrebni u turizmu današnjice. Preuzeto s: [https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi\\_i\\_vjetine.doc](https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi_i_vjetine.doc) (26. 8. 2018.)

aktivnosti koje bi se održavale za vrijeme ljetnih mjeseci. Promocija bi se trebala odvijati u suradnji i koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom. U smislu brendiranja Brača, mogao bi se iskoristiti grb otoka na kojem je prikazan sv. Juraj kako ubija zmaja te po uzoru na *Istra Inspirit* stvoriti snažan brend koji uključuje mitove i legende otoka.

## 6. Zaključak

Izazovi koji utječu na kreiranje turističke ponude današnjice pojava je turista s posebnim zahtjevima, razvoj selektivnih oblika turizma, trend održivog razvoja te posebice razvoj kulturnog turizma. Primjena modela participativnog turizma osim što bi obogatila ponudu otoka Brača, omogućila bi i produljenje turističke sezone. Formiranje turističkog proizvoda koji bi se temeljio na participaciji, a koji bi bio prezentiran putem različitih elemenata *storytellinga*, imao bi značajnu ulogu u cjelokupnoj turističkoj ponudi otoka. Pripovijedanje bračkih mitova i legenda, osim što bi pridonijelo spašavanju od zaborava dijela zaboravljenog nasljeđa otoka, omogućilo bi i stvaranje snažnog marketinškog alata te unapređenje turističke ponude.

Za formiranje uspješne i cjelovite ponude potrebno je umrežavanje svih dionika u turističkom sektoru. Kako bi legende i mitovi bili implementirani u turističku ponudu na što bolji način, potrebno je jače sudjelovanje lokalnog stanovništva u njihovoj interpretaciji. Lokalno stanovništvo ima ključnu ulogu u stvaranju autohtonog turističkog proizvoda kroz njihov angažman u predstavama, stvaranju gastronomske ponude, prikazivanju lokalnih običaja i kulture.

Također, spoj suvremene tehnologije i tradicije omogućio bi veći interes posjetitelja pogotovo mlađe populacije. Kako bi se ostvarili svi zadani ciljevi, potrebna je organizacija koja bi uključila hotelijere, turističke agencije, turističke zajednice i lokalno stanovništvo kako bi se podigla kvaliteta organiziranih manifestacija. Izuzev toga, potrebno je veće i efikasnije ulaganje u promociju te formiranje novih, suvremenih marketinških strategija kako bi se kreirala kvalitetna i prepoznatljiva kulturna ponuda.

Važno je prepoznavanje svih potencijala odnosno resursa koji se mogu iskoristiti kako bi se formirala što bogatija turistička ponuda, a opet da se pritom ne ugrozi autentičnost otočkog življenja. Mitovi i legende predstavljaju snažne resurse koji, ako se implementiraju na dobar način, mogu činiti kvalitetan i specifičan turistički proizvod koji ne ugrožava postojeće uhodane turističke modele, već se sljubljuje s njima.

## Literatura

1. Babić, V. (2014). *Bračke predaje u suvremenoj etnografiji*. Zadar: Odjel za kroatistiku i slavistiku, Sveučilište u Zadru.
2. Belamarić, J. (2014). *Otok Brač*. Zagreb: Turistička naklada.
3. Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2007): *Metode istraživanja u obrazovanju*, Svezak 1, str. 3-45. Jastrebarsko: Naklada Slap.
4. Floričić, T. i Floričić, B. (2019). *Kulturna baština u turističkoj destinaciji – vrednovanje i održivi menadžment*. Dostupno u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Preuzeto s: <http://katalog.nsk.hr/> (18. 3. 2021.)
5. Jutronić, A. (1975). *Brački zbornik 11*. Skupština općine Brač-Supetar i Institut za narodnu umjetnost Zagreb.
6. Jelinčić, I. (2014). *Macić i Viver u bračkim vjerovanjima u nadnaravna bića*, No. 21.
7. Karlić B, Vučetić M. (2014): *Brač – vodič otokom*, Makarska: Morski vodiči d. o. o.,
8. Kuveždić, H. (1999.) *Tourism development on the island of Brač*, Vol. 34. No. 1.
9. Kuveždić, H. (2001). *Razvoj i suvremeno stanje turizma na otoku Braču*. Zagreb.
10. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2020). *Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom*.
11. Šimunović, P. (1997). *Brač: vodič po otoku*. Zagreb: Golden marketing.
12. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010) *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. Zagreb: M.E.P. d. o. o.
13. Vrsalović, D. (1968). *Povijest otoka Brača*. Supetar: Skupština općine Brač.
14. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Ekonomski fakultet.
15. Žugaj, M., Dumičić, K., Dušak, V. (2006). *Temelji znanstvenoistraživačkog rada: metodologija i metodika*. 2. dopunjeno i izmijenjeno izdanje. Varaždin: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike.

## Internetski izvori:

1. *Best of Brač: Mitovi i legend*. Preuzeto s: <https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/kolac-koji-ostvaruje-vase-zelje/> (3. 2. 2021.)
2. Hrvatska enciklopedija. *Legenda*. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica> (23. 2. 2021.)
3. *"It Happened Not Too Far from Here...": A Survey of Legend Theory and Characterization*, Timothy R. Tangherlini, *Western Folklor*, Vol. 49, No. 4 (1990), pp. 371-390, Western States Folklore Society. Preuzeto s: <https://doi.org/10.2307/1499751> (18. 3. 2021.)
4. Jelinčić, D. A. *Trendovi i vještine potrebni u turizmu današnjice*. Preuzeto s: [https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi\\_i\\_vjetine.doc](https://bib.irb.hr/datoteka/220848.Trendovi_i_vjetine.doc) (26. 8. 2021.)
5. *Kuća u kući*. Preuzeto s: <http://zaklada-brac.hr/zanimljivosti/prica-o-kuci-u-kuci/> (24. 1. 2021.)
6. Lokalna razvojna strategija Lokalne akcijske grupe Brač 2014.-2020. godine, str.7-9. Preuzeto s: <https://www.lagbrac.hr/lag-brac-ciljevi-i-mjere-lokalne-razvojne-strategije-2014-2020/> (18. 3. 2021.)
7. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: *Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom* (str. 9.). Preuzeto s: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA\\_2020\\_ABC/c\\_dokumenti/200128\\_prirucnik\\_PT\\_hrv.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf) (15. 1. 2021.)

8. Općina Selca. *Rimska villa rustica na lokalitetu Bunje Novo Selo*. Preuzeto s: [http:// ww w.selca.hr/novosti/rimska-villa-rustica-na-lokalitetu-bunje-novo-selo-](http://ww.w.selca.hr/novosti/rimska-villa-rustica-na-lokalitetu-bunje-novo-selo-). (15. 1. 2021.)
9. TZ Sutivan. *Mačka u kampanelu*. Preuzeto s: [https://www.visitsutivan.com /cat-in-the-bell-tower/](https://www.visitsutivan.com/cat-in-the-bell-tower/) (3. 2. 2021.)

## **Abstract**

### **The role of myths and legends in the formation of the tourist offer of the island of Brač**

This paper will present the intangible cultural heritage of the island of Brač as an important factor in the development of sustainable tourism on the island. The aim of this paper is to examine the use of myths and legends in the formation of the tourist offer through the analysis of the existing state and the formation of new proposals that could be used for various tourist purposes. Given that myths and legends are an integral part of cultural tourism, and the future of sustainable tourism is based, among other things, on cultural tourism, it is necessary to examine the localities of the islands that base their "tourist value" on this type of oral tradition. Secondary data sources were used to create the paper. Scientific and professional literature, such as books, articles and Internet sources, was used to collect the data. For research purposes a qualitative method of unstructured interview was used. Based on the collected data on existing localities and material (not related to a particular locality), proposals will be made for the possibility of developing new localities, which, with proper management, would accumulate new, hitherto insufficiently used value. A model for the development of participatory tourism has also been proposed, which ensures the sustainability of the local community by involving various local community stakeholders, such as service providers involved in the implementation of development projects, local tourist boards and local experts. Involvement of the local community in the decision-making process benefits the local economy and encourages respect for residents towards their traditional values and a way of life. The application of this concept would enable the extension of the tourist season and the creation of a recognizable identity of the destination

Keywords: cultural heritage, destination identity, participatory tourism, myths and legends

## **Sažetci s predavanja**

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.48-022.257:338.483.12

**Goran Ćorluka<sup>1</sup>**

## **Prekomjerni turizam na lokalitetima kulturno-povijesne baštine – kako izbjeći i pronaći optimalnu mjeru**

### **Sažetak**

Većina znamenitosti kulture i baštine diljem svijeta uglavnom ciljaju na strategiju 'više dolazaka turista, više noćenja'. Ovakav pristup dovodi do nekontroliranog rasta turizma i preopterećenja destinacijskih kapaciteta, što rezultira negativnim reperkusijama s gospodarskim, društvenim, kulturnim i ekološkim manifestacijama. Prekomjerni turizam, ili bolje reći neuravnoteženi turizam, preuzima turizam. Baštinom i kulturnim mjestima mora se upravljati na način da budu učinkovitiji ciljajući strategiju 'manje je više'. Ponudom kvalitetnijeg proizvoda mjesto ostaje autentičnije, povećava se iskustvo gostiju i povećava se prosječna potrošnja posjetitelja. U ovom scenariju baština i kulturna strana na svom su pravom mjestu. Smanjenje broja posjetitelja na razini destinacije dovodi do sukoba interesa između destinacije i pružatelja usluga unutar destinacije, tzv. linearnih tvrtki s linearnim poslovnim modelom, gdje više turista znači više prihoda. To dovodi poslovni model destinacije u sukob s vlastitim dionicima. Strategija 'manje je više' lakše je primjenjiva na pojedinom mjestu, a ne na destinaciji u cjelini. Štoviše, problem prekomjernog turizma na mjestima kulture i baštine mora se riješiti. Turistička destinacija mora pronaći ravnotežu između ekonomskih, ekoloških, društvenih i kulturnih učinaka turizma. Osim toga, time štiti svoju nosivost, a time i svoje resurse. Naime, destinacija može imati turiste, ali turisti ne bi trebali imati destinaciju. Utemeljene destinacije/lokacije kulture i baštine trebale bi iskoristiti ovu priliku za ponovno promišljanje turizma. Nova odredišta/mjesta kulture i baštine trebaju ciljati strategiju 'manje je više!'. Pronalaženje mjere između razvoja turizma i okoliša doprinosi kvaliteti lokalnog života, smanjenju kulturnih utjecaja, očuvanju prirode, boljem doživljaju posjetitelja, promjeni percepcije kupaca, širenju sezone i većem prihodu.

Ključne riječi: kulturno-baštinsko područje, prekomjerni turizam, strategija, utjecaji

---

<sup>1</sup> Dr. sc. Goran Ćorluka, zamjenik pročelnika Odjela za nastavu i međunarodnu suradnju, Sveučilište u Splitu; gcorluka@oss.unist.hr

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 338.48-022.257:338.483.12

**Goran Ćorluka<sup>2</sup>**

## **Overtourism at heritage and cultural sites – how to avoid it and find the sweet spot**

### **Abstract**

Most heritage and cultural sites worldwide are targeting the strategy – more tourist arrivals, more overnight stays. This approach leads to uncontrolled tourism development and to overloading destination capacities, resulting in negative repercussions with economic, social, cultural and ecological manifestations. Overtourism, or rather, unbalanced tourism is taking over the travel and tourism industry. Heritage and cultural sites must be managed in a more efficient way – by targeting the strategy less is more. By offering better quality products the site is kept more authentic, guest experience as well as average spending per visitor are increased – in this scenario heritage and cultural sites reach their sweet spot. Decreasing the number of visitors per destination leads to the conflict of interest between the destination and service providers within the destination, so called linear companies with a linear business model where more tourists are equal to more revenues. That puts destination's business model at odds with its own stakeholders. The strategy less is more can easily be applied to a certain site, rather than the destination. Nevertheless, the problem of overtourism at cultural and heritage sites must be addressed. A tourist destination must find the balance between economic, ecological, social, and cultural tourism impacts. Additionally, this protects its carrying capacity and consequently its resources. Namely, a destination can have tourists, but tourists shouldn't own the destination. Established destinations/cultural and heritage sites should use this opportunity to rethink tourism. New emerging destinations/cultural and heritage sites should target the strategy less is more! Finding the sweet spot between tourism development and environment contributes to local life quality, lowering cultural impacts, preservation of nature, better visitor experience, change of customer perception, extending the tourist season and more revenue.

Key words: cultural and heritage site, overtourism, strategy, impacts

---

<sup>2</sup> Goran Ćorluka, PhD, Assistant Professor, VICE Head of Department FOR ACADEMIC AND INTERNATIONAL AFFAIRS  
University Department of Professional Studies, University Split, Croatia; gcorluka@oss.unist.hr



Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.483.12(450.725Benevento)

**Rossella Del Prete<sup>1</sup>**

## **Kulturna baština i turizam: slučaj Beneventa (Italija)**

### **Sažetak**

Jedan od ciljeva istraživanja bio je potaknuti dionike lokalne politike prema razvijanju inovativnih modela upravljanja za bolje upravljanje kulturnom baštinom, čime se utječe na promicanje korištenja kulturnih aktivnosti kao alata za unapređenje i promicanje kulturne baštine i, općenito, kao alata za održivi razvoj teritorija koji potiče interkulturalni dijalog i donosi strategije za zaštitu i promicanje istih kulturnih dobara. Ova tema, u vrijeme dramatičnih rezova a vezano za financiranje kulturnog sektora u cjelini, vrlo je aktualna jer proizlazi iz potrebe odgovora na pitanja, oklijevanja i izazova s kojima se institucije i kulturni subjekti neprestano susreću pokušavajući unaprijediti kulturnu baštinu. Kako bi se definirale nove strategije i nove metode u vidu oba upravljanja kulturnim mjestima, projekt se oslanjao na komparativnu analizu koja je uključila sve partnere projekta, predstavnike institucija te akademske i poslovne zajednice, uz gospodarske i kulturne subjekte. Svatko od njih bio je uključen u sudjelovanje pri izradi plana upravljanja, čiji je cilj bio iznošenje inovativnih strategija i učinkovitih modela upravljanja na temelju različitih postojećih sustava u zemljama partnerima projekta. To je također bilo usmjereno na pronalaženje moguće integracije kroz različite politike lokalnog razvoja.

Ključne riječi: kulturna baština, turizam, javna povijest, CCI, Benevento, lokalni razvoj

---

<sup>1</sup> Rossella Del Prete, vanredni profesor za ekonomsku povijest na Sveučilištu Sannio, Italija; Vijećnik za kulturu, Unesco i turizam, Općina Benevento; [delprete@unisannio.it](mailto:delprete@unisannio.it)

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 338.483.12(450.725Benevento)

**Rossella Del Prete<sup>2</sup>**

## **Cultural Heritage and Tourism: the case of Benevento (Italy)**

### **Abstract**

One of the objectives of research was to encourage local policy stakeholders to develop an innovative model of governance for a better management of cultural heritage, thus promoting the use of cultural activities as a tool to enhance and promote cultural heritage sites and, more generally, as a tool for a sustainable development of the territory fostering intercultural dialogue and enacting strategies to protect and promote the same cultural assets. This subject - at a time of dramatic cuts to the funding for the cultural sector at large- is highly topical, as it rises from the need to give an answer to questions, hesitations and challenges which institutions and cultural operators constantly experience while trying to enhance cultural heritage. In order to define new strategies and new methods in terms of both governance and management of cultural sites, project has relied on a comparative analysis that has involved all the project's partners, the representatives of the institutions and of the academic and business communities, along with economic and cultural operators. Each of them was involved in "participatory" working out of a governance plan, meant to outline innovative strategies and efficient management models on the basis of the different existing systems in the project partner countries. This was also geared towards finding a possible integration across the different policies of local development.

Keywords: Cultural Heritage, Tourism, Public History, CCIs, Benevento, local development

---

<sup>2</sup> Rossella Del Prete, Adjunct Professor of Economic History, University of Sannio, Italy; Councilor for Culture, Unesco and Tourism, Municipality of Benevento; delprete@unisannio.it

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 2-523.6:338.483.12(497.58)

**Marija Domikulić<sup>1</sup>**

## **Povijest u budućnosti**

### **Sažetak**

Djeca spontano i brzo usvajaju znanja iz svoje okoline i društva. Odlasci na izlete i terenske nastave šire njihove vidike te čine odličnu vezu između stvarnoga svijeta i znanja koja usvajaju u učionicama. Učenje o povijesti i kulturi u njima budi razumijevanje prošlih generacija i modernih vremena jer su prošlost i sadašnjost međuovisne i isprepletene. Utisci koje stječu ostaju urezani u njihovom sjećanju te su temelj na kojem počiva njihova budućnost i budući turistički trendovi. Pored muzeja i palača bogat i dubok zdenac kulturnog blaga i znanja čuvaju i samostani i crkve. Gotovo da nema samostana čija vrata ne čuvaju bogate i vrijedne zbirke iz književnosti, slikarstva, kiparstva te običaja naših predaka. Nerijetko, u obilascima materijalnih i duhovnih vrijednosti, posjetitelje vode entuzijasti koji prezentiraju svoje životno djelo. Oni nesebično dijele svoju ljubav i žar prema povijesti i kulturi te tako mladim umovima pomažu da upoznaju prošlost, razumiju sadašnjost i grade budućnost. Kada se govori o obliku izgradnje i uobličavanja kulturne svijesti kod djece i mladih, ističe se kulturno-turistički itinerer *Blaga dalmatinskih samostana* Turističke agencije Eklata. Program obuhvaća obilazak samostanskog kulturnog blaga Dalmacije s uključenim prirodnim i kulturnim znamenitostima. Sjaj jadranskih bisera kao što su Makarska, Omiš, Split i Trogir te autentičnost ljepota krša Imotskog i Sinja sačuvani su predanošću crkvenih redova isusovaca, franjevac i benediktinaca. Obilaskom sakralno-kulturnih čvorišta djeci i mladima usađuju se životne vrijednosti, potiče se kreativnost i oblikuje se ne samo njihova budućnost nego i budućnost hrvatske kulture i budućih turističkih trendova.

Ključne riječi: samostan, kultura, djeca

---

<sup>1</sup> Marija Domikulić, projekt menadžer, Turistička agencija Eklata; marija.domikulic@eklata.com

**Marija Domikulić<sup>2</sup>**

## History in the future

### Abstract

Children acquire information from their environment and society spontaneously and quickly. Going on field trips and learning outside the classroom broadens their horizons and connects the real-world experience with the knowledge they acquire in the classrooms. Since the past and the present are both interdependent and intertwined, learning about history and culture teaches them to understand the past generations as well as the modern times. The impressions they form remain engraved in their memory and they are the foundation on which their future and future tourist trends rest. Alongside the museums and palaces, monasteries and churches treasure a rich and deep well of cultural gems and knowledge. There are almost no monasteries which do not keep rich and valuable collections of literature, paintings, sculptures and customs of our ancestors. Often, during the tours of material and spiritual values, visitors are guided by enthusiasts who present their life's work. They selflessly share their love and enthusiasm for history and culture, help young minds to learn about the past and understand the present in order to build the future. When it comes to building and shaping cultural awareness among children and young people, Eklata's cultural-tourist itinerary of the Treasures of Dalmatian Monasteries stands out. The program includes a tour of the monastic cultural treasures of Dalmatia with natural and cultural sights included. The splendor of Adriatic pearls such as Makarska, Omiš, Split, Trogir and the authenticity of the beauties of the karst of Imotski and Sinj have been preserved by the devotion of church orders such as the Jesuits, Franciscans and Benedictines. By visiting sacral-cultural joints, children and young people are instilled with life values, creativity is encouraged and not only their future is shaped, but also the future of Croatian culture and future tourist trends.

Key words: monastery, culture, children

---

<sup>2</sup> Marija Domikulić, project manager, Tourist agency Eklata; marija.domikulic@eklata.com

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.483:728.81(497.525.2Virovitica)

**Katarina Đurđević<sup>1</sup>**

## **Dvorac Pejačević**

### **Sažetak**

Grad Virovitica prijavio je 2016. godine Integrirani razvojni program obnove Dvorca Pejačević i revitalizacije Gradskog parka na natječaj za obnovu kulturne baštine u funkciji turizma pod nazivom „5 do 12 za Dvorac“. To je najveći projekt Grada Virovitice vrijednosti veće od 81 milijuna kuna, od čega je 85 % sredstava financirala Europska unija iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova za period 2014. – 2020. godine. Okosnica ovoga projekta bila je obnova Dvorca Pejačević i iskorištavanje njegovog potencijala za stvaranje muzejskog postava „Drveno doba“ koji će Viroviticu svrstati u red gradova s iznimnim turističkim ali i kulturnim potencijalom. U sklopu projekta obnovljen je Dvorac Pejačević, Gradskom parku vraćen je perivojni izgled, posađena su nova stabla, grmlje i ukrasno raslinje, uređene su šetnice u parku, kao i šetnica ispred Gimnazije Petra Preradovića koju krase nova, moderna fontana, a postavljeni su i dizajnerski drveni mostovi. Razvijena je i *Plemićka ruta* Virovitičko-podravske županije koju čine Dvorac Pejačević u Virovitici, Kurija Janković u Kapela Dvoru, Centar za posjetitelje Dvorac Janković u Suhopolju, Planinarski dom Jankovac, Posjetiteljski centar Dravska priča, Pustara Višnjica, Zavičajni muzej Slatina i Kuća Petra Preradovića u Grabrovnici. Grad Virovitica uz pomoć EU sredstava sačuvao je Dvorac Pejačević, kao i kulturnu i povijesnu baštinu te ga pozicionirao kao jedan od najljepših dvoraca i turističkih bisera Slavonije.

Ključne riječi: kulturna i povijesna baština, dvorci, revitalizacija

---

<sup>1</sup> Katarina Đurđević, direktorica Turističke zajednice grada Virovitice; katarina.durdevic@tz-virovitica.hr

**Katarina Đurđević<sup>2</sup>**

## **Pejačević Castle**

### **Abstract**

In 2016 the City of Virovitica applied the project of renovation of the Pejačević Castle and the revitalization of the city park called “5to12 for the Castle” for EU funding. This was the largest project of the City of Virovitica with the value of more than 81 million kuna. 85 % of the required funds were financed by the European Union from the European Structural and Investment Funds in the financial period 2014 – 2020. The main purpose of this project was to renovate the Pejačević Castle and restore its rich history and to create a permanent museum exhibition “Wooden Age” which will place Virovitica among the cities with exceptional tourist and cultural offer. As part of the project, Pejačević Castle was renovated, and the park was restored with new trees, shrubs and ornamental plants. Promenades in the park were arranged, as well as the promenade in front of the Petar Preradović High School with a new modern fountain and new designer wooden bridges. The Route of Noble Families of Virovitica-Podravina County which consists of Pejačević Castle in Virovitica, Kurija Janković in Kapela Dvor, Janković Castle Visitor Centre in Suhopolje, Jankovac Forrest Park, Visitor Centre the Drava Story, agro-tourist estate Višnjica, Slatina City Museum and Petar Preradović Interpretation Centre in Grabrovica was established. With the help of European funds, the City of Virovitica has managed to preserve the priceless Castle as well as the cultural and historical heritage and position it as a beautiful touristic pearl of Slavonia.

Keywords: cultural and historical heritage, castles, revitalization

---

<sup>2</sup> Katarina Đurđević, director of the Tourist board of the town of Virovitica; katarina.durdevic@tz-virovitica.hr

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.483.12:711(493.184Bruges)

**Minou Esquenet<sup>1</sup>**

## **Interakcija turizma i zaštite kulturne baštine u Brugesu, gradu svjetske baštine**

### **Sažetak**

Bruges ima 119 000 stanovnika, od kojih približno 20 000 živi u središtu grada. Ljepota i atrakcija Brugesa potvrđena je 2000. godine, kada je UNESCO cijeli srednjovjekovni grad klasificirao kao mjesto svjetske baštine. Grad Bruges upravlja s više od 500 zgrada, uključujući 134 spomenika. Pionir je u upravljanju kulturnom baštinom u Flandriji od 1970. godine. Briga o našim spomenicima uključuje veliku odgovornost i predstavlja nam nekoliko velikih izazova.

#### **1. Grad učiniti održivijim i klimatski robusnijim**

Postoji snažna potreba za uključivanjem današnjih načela održivosti u upravljanju spomenicima. Međutim, nije uvijek lako podvrgnuti zaštićene građevine mjerama koje su bez štetnog utjecaja na njihovu univerzalnu vrijednost baštine. Ovo uključuje velika ulaganja.

#### **2. Integriranje suvremene arhitekture u urbano područje**

Nove zgrade trebale bi se stopiti s okolinom. Neki arhitekti uspijevaju stvoriti visoko inovativne projekte poštujući stroge kriterije, dopuštajući Brugesu da se razvije u suvremeni grad.

3. Turizam grada poput Bruggesa uvelike ovisi o međunarodnom turizmu. Čak i prije pandemije koronavirusa, grad se izričito odlučuje za 'bolje', a ne za 'više'. Sve je veća svijest stanovnika, poduzetnika i posjetitelja da urbani turizam doseže kritičnu točku. Kako bismo ograničili utjecaj turizma, također moramo pratiti njegov utjecaj na našu povijesnu baštinu.

Gljučne riječi: srednjovjekovni grad, UNESCO, održivost, integracija, povijesna baština

---

<sup>1</sup> Minou Esquenet, vijećnik grada Bruggea, Belgija; kabinet.esquenet@brugge.be; cindy.vanhove@brugge.be

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 338.483.12:711(493.184Bruges)

**Minou Esquenet<sup>2</sup>**

# **The interaction between taking care of the valuable heritage and tourism in a world heritage city as Bruges**

## **Abstract**

Bruges has 119,000 inhabitants, approximately 20.000 of which live in the city center. The beauty and attraction of Bruges was confirmed in 2000, when UNESCO classified the entire medieval inner city as a world heritage site. The City of Bruges manages more than 500 buildings, including 134 monuments. It has been a pioneer in terms of heritage management in Flanders since 1970. Taking care of our monuments involves a great responsibility and presents us with several major challenges:

### **1. Making the city more sustainable and climate-robust**

There is a strong need to incorporate today's principles of sustainability in monument management. However, it is not always easy to subject protected buildings to measures without adversely affecting their universal heritage value. This also involves major investments.

### **2. Integrating contemporary architecture in the urban fabric**

New buildings should blend in with their surroundings. Some architects succeed in creating highly innovative projects while respecting the strict criteria, allowing Bruges to evolve into a contemporary city.

### **3. Tourism**

A city like Bruges is highly dependent on international tourism. Even before the coronavirus pandemic, the city explicitly opts for 'better' rather than for 'more'. There is a growing awareness among residents, entrepreneurs and visitors that urban tourism is reaching a critical point. To limit the impact of tourism, we also need to monitor its impact on our historical patrimony.

**Keywords:** medieval city, UNESCO, sustainability, integration, historical heritage

---

<sup>2</sup> Minou Esquenet, Alderman of the city of Bruges, Belgium; kabinet.esquenet@brugge.be; cindy.vanhove@brugge.be



Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 784.1:338.48-6:7/8(497.583Split)

Dunja Kadrić<sup>1</sup>

## Kulturno-turistički itinerer „Tečaj klapskog pjevanja” – od ideje do turističkog proizvoda

### Sažetak

U razvoju složenih turističkih programa DMK ima neporecivu prednost poznavanja jedinstvenosti destinacije kao i emocionalnu povezanost koja jamči veću kreativnost pri razvoju proizvoda. Osmišljavanje i uvođenje novog proizvoda u portfolio agencije prolazi nekoliko faza. U najkraćem obliku možemo ih svesti na razradu ideje, razvoj proizvoda, prodaju i provedbu. Vidljiv interes turista za UNESCO-vu baštinu u Hrvatskoj, otvorenost institucije FDK-a za suradnju, istaknuta potreba turističke valorizacije klapskog pjevanja u strateškim dokumentima, lokalni patriotizam djelatnika agencije – temelji su nastanka ideje o novom kulturno-turističkom proizvodu *Tečaj klapskog pjevanja*. Razvoj programa obuhvaća odabir suradnika pri čemu je potrebno voditi računa o dostupnosti, ali i kvaliteti koja se dodatno podiže edukacijom svih uključenih. Testiranje proizvoda poželjan je korak. Ono se provodi prije stavljanja proizvoda na tržište, ali i kontinuirano nakon svake provedbe, kako bi se uočili potencijalni nedostaci te kako bi se djelovalo preventivno i korektivno u svrhu povećanja zadovoljstva krajnjih korisnika. Kod specifičnih, složenih proizvoda, ključno je poznavanje ciljnog tržišta i očekivanja. Mogućnost modifikacije proizvoda omogućava ispunjenje očekivanja različitim ciljnim skupinama i njihovim zahtjevima. Iako postoji opasnost da turizam negativno djeluje na baštinu i kulturni proizvod, promišljanjem i upravljanjem razvoja proizvoda mogu se postići sljedeći pozitivni efekti: produljenje sezone, jačanje brenda destinacije, veća konkurentnosti, ali i mogućnost za financijsku samoodrživost festivala u budućnosti kao i dodatno ulaganje u očuvanje kulturne baštine. Svakako je potrebno u prvi plan staviti očuvanje baštine i resursa u izvornom obliku, ne pretvarajući ga isključivo u turističku atrakciju već na kulturnoj atrakciji graditi širu priču i nove programe.

Ključne riječi: klapsko pjevanje, baština, kultura

---

<sup>1</sup>Dunja Kadrić, dipl. oec., Voditeljica DMK Turistička agencija Omnivia; dunja.kadric@omnivia.hr

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 784.1:338.48-6:7/8(497.583Split)

Dunja Kadrić<sup>2</sup>

## Cultural tourist itinerary “Klapa singing course” – from idea to tourist product

### Abstract

In the development of complex tourism programs, DMK has the undeniable advantage of knowing the uniqueness of the destination as well as the emotional connection to the topic that guarantees greater creativity in product development. Designing and introducing a new product into an agency's portfolio goes through several stages. In the shortest form, we can reduce them to idea development, product development, sales and implementation. Visible interest of tourists for UNESCO heritage in Croatia, openness of FDK institution to cooperation, emphasized need of tourist valorization of klapa singing in strategic documents and local patriotism among agency employees are the foundations of the idea of a new cultural and tourist product "Klapa Singing Course". The development of the program includes the selection of associates, where it is necessary to take into account the availability, but also the quality that is further enhanced by the education of all involved. Product testing is a desirable step. It is carried out before the product is placed on the market, but also continuously after each implementation, in order to identify potential shortcomings, and to act preventively and correctively in order to increase the satisfaction of end users. For specific, complex products, knowledge of the target market and expectations is crucial. The possibility of product modification enables the fulfillment of expectations to different target groups and their requirements. Although there is a danger that tourism will negatively affect the heritage and cultural product, thinking and managing product development can achieve the following positive effects: extending the season, strengthening the destination brand, greater competitiveness, but also the possibility of financial sustainability of the Festival in the future and additional investment in preservation of cultural heritage. It is certainly necessary to put the preservation of heritage and resources in the original form in the foreground, not turning it exclusively into a tourist attraction, but to build a wider story and new programs on the cultural attraction.

Keywords: klapa singing, heritage, culture

---

<sup>2</sup> Dunja Kadrić, B. Sc. Econ., Head of DMK Omnivia Travel Agency; dunja.kadric@omnivia.hr

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.48-6:641/642+7/8(292.45)

Vladan Krečković<sup>1</sup>

## Virtualna realnost (360VR) i Put rimskih careva i dunavska vinska ruta

### Sažetak

*Put rimskih careva i dunavska vinska ruta* predstavlja jednu od četrdeset i pet kulturnih ruta Savjeta Europe, certificiranih od strane Instituta za kulturne rute u Luksemburgu. U trenutku certifikacije 2015. godine ruta je prolazila četirima državama (Hrvatskom, Srbijom, Bugarskom i Rumunjskom) da bi danas povezivala čak deset zemalja. U međuvremenu ruti su se priključile destinacije iz Slovenije, Mađarske, Crne Gore, Sjeverne Makedonije, BiH i Albanije. Ruta trenutno obuhvaća 25 rimskih lokaliteta i 12 vinskih regija, dok je u njezin razvoj uključeno 40 različitih predstavnika turističke privrede (predstavnici javnog i privatnog sektora). U periodu pandemije, ruta je nastavila s daljnjim razvojem, aktivnije uključujući i turističke agencije iz regije u cilju uspostavljanja službenih predstavnika rute, posredstvom kojih turisti mogu organizirati vlastito putovanje i iskusiti sve elemente turističke ponude. Jedna od posljednjih aktivnosti na ruti tijekom 2021. godine bila je i prezentacija rimskog nasljeđa te pratećeg turističkog sadržaja destinacija u 360VR formatu, zbog čega će uskoro sveukupna ponuda kulturne rute biti dostupna u virtualnoj stvarnosti. Ovakav vid prezentacije posebno je važan u doba pandemije jer, osim atrakcija, turisti mogu vidjeti i ostale elemente ponude te se uvjeriti da destinacije i objekti poštuju sve zadane epidemiološke mjere.

Ključne riječi: kulturne rute, virtualna stvarnost, sigurnost

---

<sup>1</sup> Vladan Krečković, koordinator projekta Dunavski centar za kompetenciju, Srbija; danuberomanwineroute@gmail.com

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 338.48-6:641/642+7/8(292.45)

**Vladan Krečković<sup>2</sup>**

## **Virtual reality (360VR) and the Route of the Roman Emperors and the Danube Wine Route**

### **Abstract**

The Roman Emperors and the Danube Wine Route represents one of the forty-five cultural routes of the Council of Europe certified by the European Institute of Cultural Routes in Luxembourg. At the moment of certification in 2015 the route was passing through 4 countries (Croatia, Serbia, Bulgaria and Romania), while today it connects 10 countries. Meanwhile, destinations from Slovenia, Hungary, Montenegro, Bosnia and Herzegovina, North Macedonia and Albania have joined the route. At the moment, the route gathers 25 Roman localities and 12 wine regions while 40 different representatives of the tourist sector (both private and public) are involved in its further development. During the pandemic, the route continued with its activities by cooperating with tourist agencies with the aim to establish official representatives in each country through which tourists can organise their trips and experience all elements of the route's offer. One of the last activities on the route during 2021 was the presentation of the Roman heritage and the supporting touristic content of the destinations in 360VR format. Soon, the entire tourist offer of the route will be available in Virtual reality format. This type of presentation is especially important in the time of the pandemics, because, besides of the attractions, tourists can also see the remaining parts of the offer while being certain that the destinations and service providers are respecting defined sanitary measures.

Key words: cultural routes, virtual reality, security

---

<sup>2</sup> Vladan Krečković, Coordinator of the Danube Competence Center project, Serbia; danuberomanwineroute@gmail.com

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 502.131.1: 338.483.12 (497.571Motovun)

David Matković<sup>1</sup>

## Obnova i valorizacija kulturne baštine Motovuna u funkciji održivog razvoja turističkog dragulja unutrašnjosti Istre

### Sažetak

Srednjovjekovni gradić Motovun (Montona), čija je veduta jedan od prepoznatljivih simbola unutrašnjosti istarskog poluotoka i Hrvatske općenito, najbolje je sačuvana istarska utvrda koja se razvila na vrhu strmog brežuljka, iznad doline rijeke Mirne. Prvi se put spominje u najvažnijem dokumentu srednjovjekovne povijesti Istre – listini Rižanske skupštine iz 804. godine kao Montona, što znači „Grad u gori”. Motovun je naseljen još u antici, no današnji je izgled poprimio u 12. i 13. stoljeću, kada je vlast nad Motovunom preuzela Mletačka republika. U narednih pet stoljeća nastali su najvažniji kulturni i povijesni spomenici – 26 zaštićenih spomenika kulture, zbog kojih se Motovun nalazi na UNESCO-voj pristupnoj listi. Općina Motovun tijekom proteklih desetak godina, unatoč skromnim proračunskim prihodima, uložila je velike napore u očuvanje i revitalizaciju bogate graditeljske baštine u najstarijem dijelu starogradske jezgre te je pokrenula projekt *Doživljaj Motovuna*, radi očuvanja baštine i unapređenja receptivne infrastrukture. Starogradska jezgra Motovuna turistički živi punim plućima. U njoj je koncentrirana glavna konoba i restorana te brojne trgovine s autentičnim proizvodima motovunskog kraja, a u njoj se organiziraju glavna događanja – Motovun Film Festival, Festival terana i tartufa te Festival Velog Jože. Turistička ponuda temeljena na kulturnoj baštini kontinuirano se unapređuje pa su unatrag nekoliko godina ponudu Motovuna obogatile interpretacijske šetnje Doživi Motovun, srednjovjekovna tiskara Antico i kulturno edukativni centar Kaštel. Kako bi se održala i oplemenila kulturna baština Motovuna, Općina Motovun planira realizaciju dvaju kapitalnih projekata budućnosti – uspinjaču s interpretacijskim centrom i arhitektonsko osvjetljenje starogradske jezgre.

Ključne riječi: Motovun, Istra, starogradska jezgra, uspinjača, osvjetljenje

---

<sup>1</sup> David Matković, direktor TZ Općine Motovun; direktor@tz-motovun.hr

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 502.131.1: 338.483.12 (497.571Motovun)

**David Matković<sup>2</sup>**

## **Restoration and valorization of the cultural heritage of Motovun in the function of sustainable development of the tourist gem of interior Istria**

### **Abstract**

The medieval town of Motovun - Montona, whose veduta is one of the most recognizable symbols of the inner areas of the Istrian peninsula and Croatia in general, is one of the best-preserved Istrian fortresses. It was placed on top of a steep hill above the valley of the river Mirna. It was first mentioned in the most important document of the medieval history of Istria - the document of the Assembly of Rižana in 804 as Montona, which means "Town in the hill". Motovun was inhabited in antiquity, but it acquired its present appearance in the 12th and 13th century, when the Venetian Republic took over power over Motovun. In the next five centuries, the most important cultural and historical monuments were built - 26 protected cultural monuments, and that got Motovun on the UNESCO World Heritage Tentative list. Over the past ten years, the municipality of Motovun, despite modest budget revenues, has made great efforts to preserve and revitalize the rich architectural heritage in the oldest part of the old town and launched the project "Motovun Impressions" to preserve heritage and improve receptive infrastructure. The old town of Motovun is buzzing. It contains many taverns and restaurants, numerous shops with authentic products of the Motovun region, and is the venue of the main events - Motovun Film Festival, Teran and Truffle Festival and Veli Jože Festival. The tourist offer based on cultural heritage is continuously upgrading. A few years ago, the offer of Motovun was enriched by interpretive walks "Experience Motovun", the medieval printing house "Antico" and the cultural and educational center "Kaštel". In order to maintain and enrich the cultural heritage of Motovun, the Municipality of Motovun plans to implement two capital projects in the future - a funicular with an interpretation center and architectural lighting of the old town.

Keywords: Motovun, Istria, old town core, funicular, lighting

---

<sup>2</sup> David Matković, director of the Motovun Municipality Tourist Board; direktor@tz-motovun.hr

Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 316.772.5:338.48-6:7/8(497.583Kaštela)

**Petra Skelin Giljanović<sup>1</sup>**

**Goran Pavlov<sup>2</sup>**

## **Uloga digitalnog prepričavanja u turizmu – CCI4TOURISM i KAŠTELA NATIVES**

### **Sažetak**

Digitalno prepričavanje u turizmu novi je alat kojim možete promovirati zabačene i nove lokalitete i značajno doprinijeti doživljaju posjetitelja. To je idealan alat za novu grupu turista, *free independent travelers*, koji su rastuća skupina u globalnom turizmu. Tijekom predavanja na konkretnim primjerima iz projekata CCI4TOURISM i KAŠTELA NATIVES upoznat ćete mogućnosti upotrebe digitalne tehnologije u stvaranju turističkog doživljaja destinacije i prezentiranju kulturne i povijesne baštine, kao i enološke i gastronomske ponude. Kroz projekt CCI4TOURISM pripremaju se interaktivni digitalni narativi koji će uz mobitele kao digitalne vodiče omogućiti turistima vremenski i prostorno upravljane doživljaje. U sklopu projekta „Lokalno društveno poduzetništvo – KAŠTELA NATIVES” planirana je obnova dijela Kaštela Rušinac, stare utvrde u Kaštel Lukšiću iz 15. stoljeća, koji će kao Baštinska gastronomska utvrda Rušinac postati jedna od nezaobilaznih točaka u turističkim turama kroz Kaštela. Ojačat će se društveno poduzetništvo s ciljem uspostave lokalnih lanaca isporuke turističkih uloga s visokom dodanom vrijednosti koje se temelje na lokalnoj enološkoj i gastronomskoj ponudi te kulturnoj i povijesnoj baštini, a sve uz pomoć digitalnih tehnologija. Digitalne tehnologije su tu, ali koliko se one stvarno koriste u turističkoj promidžbi? Jesu li one samo tu da nas Google prepozna ili to može biti efikasan kanal za komunikaciju prema posjetiteljima?

Ključne riječi: digitalno prepričavanje, *free independent travelers*, digitalni vodiči, enološka i gastronomska ponuda

---

<sup>1</sup> Petra Skelin Giljanović, komunikacijski menadžer, IRI centar i Udruga maslinara „Mastrinka” Kaštela; petra@iricentar.hr

<sup>2</sup> Goran Pavlov, voditelj projekta, IRI centar i Udruga maslinara „Mastrinka” Kaštela; goran.pavlov@iricentar.hr

Presentation abstract

Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021

UDC: 316.772.5:338.48-6:7/8(497.583Kaštela)

**Petra Skelin Giljanović<sup>3</sup>**

**Goran Pavlov<sup>4</sup>**

## **Digital storytelling in tourism – CCI4TOURISM & KAŠTELA NATIVES**

### **Abstract**

Digital storytelling in tourism is a new tool with which you can promote remote and new locations and significantly contribute to the visitors' experience. It is an ideal tool for a new group of tourists, free independent travelers who are a growing group in global tourism. The possibilities of using digital technologies in creating a tourist experience of the destination and presenting the cultural and historical heritage, as well as enology and gastro offer will be shown on the examples of CCI4TOURISM and KAŠTELA NATIVES projects. Through the CCI4TOURISM project, interactive digital narratives are being prepared that will, in addition to mobile phones as "digital guides", provide tourists with time- and space-managed experiences. Restoration of a part of Castle Rušinac, old 15th century fortress in Kaštel Lukšić, is planned through KAŠTELA NATIVES project of Local Social Entrepreneurship. As a Heritage Gastro Fortification, Rušinac will become one of the main tourist checkpoints while visiting Kaštela. Establishing local supply chains for tourism with high added value based on the local enology and gastro offer and cultural and historical heritage, by using digital technologies, will strengthen social entrepreneurship. Digital technologies are here, but how much are they really used in tourism promotion? Are they just there for Google to recognize us or can it be an efficient channel for communication with visitors?

Keywords: digital retelling, free independent travelers, digital guides, oenological and gastronomic offer

---

<sup>3</sup> Petra Skelin Giljanović, communication manager, IRI center and Association of Olive Growers "Mastrinka" Kaštela; petra@iricentar.hr

<sup>4</sup> Goran Pavlov, project manager, IRI Center and Association of Olive Growers "Mastrinka" Kaštela; goran.pavlov@iricentar.hr



Sažetak prezentacije  
Prezentirano: 20. listopada 2021.  
UDK: 338.48:069(497.521.2Zagreb)

**Marko Španjol<sup>1</sup>**

## **Uloga tematskih muzeja u povijesnim gradovima – doprinos Muzeja čokolade Zagreb lokalnoj sredini i turističkoj ponudi**

### **Sažetak**

Muzej čokolade Zagreb privatna je inicijativa čija je vizija postati zanimljiv, relevantan i dobro posjećen muzej u glavnom gradu Hrvatske. Muzej je zamišljen kao mjesto za interpretaciju povijesti čokolade – najpoželjnije slastice današnjega svijeta. Poseban naglasak stavljen je na *storytelling* i uključivanje svih osjetila. Tako posjetitelji započinju svoj posjet u kišnim šumama Južne Amerike, potom upoznaju otkrića Novoga svijeta i na koncu dolaze do industrijske revolucije i moderne čokolade. Također, kako bi doživljaj bio potpun, posjetitelji kušaju razne tipove čokolade i upoznaju se s raznim začinima kojima se čokolade oplemenjuju i uživaju u ugodnoj atmosferi. Muzej čokolade je i mjesto okupljanja i pokretač događanja namijenjenih lokalnoj zajednici. Njegova misija je da postane mjesto okupljanja bilo radi posjete stalnog postava, pohađanja jedne od mnogobrojnih radionica koje Muzej organizira ili pak sudjelovanjem u posebnim događanjima. Muzejski pedagozi pripremili su mnogobrojne sadržaje za sve skupine posjetitelja. U Muzeju se održavaju prezentacije knjiga, predavanja, izložbe i razni drugi sadržaji edukacijskog karaktera. Muzej čokolade Zagreb kreirao je novi kulturni sadržaj u Zagrebu koji su prihvatili i turisti, u trenutku kada je takvih proizvoda nedostajalo jer su mnogi muzeji bili zatvoreni nakon velikog potresa početkom 2020. godine. Muzej čokolade Zagreb postao je tako dijelom Zagreba i njegovog identiteta.

Ključne riječi: čokolada, *storytelling*, lokalna zajednica, radionice, prezentacije

---

<sup>1</sup> Marko Španjol, kustos, Svijet čokolade d. o. o. Zagreb; marko.s@svijetcokolade.hr

Presentation abstract  
Presented: October 20<sup>th</sup>, 2021  
UDC: 338.48:069(497.521.2Zagreb)

**Marko Španjol<sup>2</sup>**

## **Role of theme museums in historic cities – the contribution of The Chocolate Museum of Zagreb to the local environment and tourist offers**

### **Abstract**

The Chocolate Museum of Zagreb is a private initiative with a vision to become an interesting, relevant, and well visited museum in the capital of Croatia. This museum is constructed as a place for the interpretation of the history of chocolate – the most wanted delicacy in the modern world. The emphasis is on storytelling and the engaging of all senses. Visitors of the Museum start the journey in the exotic jungles of South America, then explore great discoveries of the New World, and finish with the Industrial revolution and modern chocolate. They will taste different types of chocolate, explore various spices that can be found in chocolate, and indulge in the relaxing atmosphere of the museum. The Chocolate Museum is a place for gathering and the generator of events designed for the local community. The mission is to bring people together – no matter if they are only visiting the museum, attending one of the many workshops that the museum is organizing or attending some special event. There are numerous activities that museum educators prepared for different categories of visitors. The museum is also open to the book presentations, lectures, exhibitions that have educational value. The Chocolate Museum of Zagreb has created a new cultural product that was well accepted by tourists especially after a big earthquake in 2020 when a number of other museums were closed. The Chocolate Museum of Zagreb has become part of Zagreb and its identity.

Keywords: chocolate, storytelling, local community, workshops, presentations

---

<sup>2</sup> Marko Španjol, curator, Svijet čokolade d. o. o. Zagreb; marko.s@svijetcokolade.hr

Sažetak prezentacije

Prezentirano: 20. listopada 2021.

UDK: 502.131.1:338.48-611(497.523)Varaždin

**Jelena Toth<sup>1</sup>**

## Špancirfest u funkciji održivog turizma

### Sažetak

Špancirfest je najznačajnija kulturno-turistička manifestacija u Varaždinu i jedna od najvećih i najpopularnijih u Hrvatskoj. Značaj Špancirfesta je višestruk: on je sinonim za Varaždin i njegov je najvredniji turistički brend, a poslovni i turistički rezultati koje svake godine generira pokazuju njegovu važnost za razvoj i rast cijelog niza s turizmom povezanih djelatnosti. Od samih početaka festivala bili smo svjesni da je njegov uspjeh moguć samo ako se bude zasnivao na karakteristikama održivog turizma – sadržajno diversificiran, temeljen na lokalnim kulturološkim obrascima te kontinuirano inovativan, kako u osmišljavanju programa, tako i u preispitivanju vlastitog identiteta. Taj se smjer pokazao ispravnim jer je Špancirfest u dvadesetak godina ostvario nezamisliv turistički i promotivni rast, a pokazao se otpornim i na pandemijske izazove. Jedan od većih iskoraka festivala bio je iskorak prema kulturnim i kreativnim industrijama. Špancirfest je postao prava platforma za poticanje kreativnosti, posebno kod mladih ljudi, te prenošenje znanja, vještina i iskustva. Kreativni sadržaji postali su glavne atrakcije festivala, a kreativcima su posvećene cijele ulice i drugi festivalski prostori. I način na koji se pristupa oplemenjivanju javnih prostora u Varaždinu umjetničkim mobilijarom dio su tog plana koji je počeo kao svojevrsni eksperiment da bi se pretvorio u jednu od glavnih sadržajnih i poslovnih okosnica festivala. Špancirfest je potaknuo i otvaranje novih i oplemenjivanje postojećih javnih prostora u varaždinskoj povijesnoj jezgri, doprinio je pokretanju njezine obnove, a svojom je integrativnom snagom aktivirao druge kulturne, gospodarske i turističke subjekte u Varaždinu kroz razne oblike suradnje na popratnim programima festivala.

Ključne riječi: Špancirfest, Varaždin, identitet, festival, obnova stare jezgre

---

<sup>1</sup> Jelena Toth, direktorica Turističke zajednice Varaždin; jelena@tourism-varazdin.hr

**Jelena Toth<sup>2</sup>**

## **Špancirfest as a Function of Sustainable Tourism**

### **Abstract**

Špancirfest is the most important cultural and tourist event in Varaždin and one of the largest and most popular events in Croatia. The significance of Špancirfest is manifold – it is synonymous with Varaždin and is its most valuable tourist brand. Moreover, the business and tourism results that it generates each year show its importance for the development and growth of a range of tourism-related activities. From the very outset of the festival, we were made aware that its success was possible only if it was founded on the characteristics of sustainable tourism: diverse content based on local cultural patterns and continual innovation, both in programme design and in any reappraisal of the festival's identity. This direction proved to be the correct one, as over the last twenty years, Špancirfest has not only achieved unimaginable tourism and promotional growth but it has also proven to be resistant to pandemic challenges. One of the major strides the festival has taken has been towards the cultural and creative industries. Špancirfest has become a real platform for the promotion of creativity, especially the creativity of young people, and a medium for the transfer of knowledge, skills and experience. The festival's creative content has become one of its main attractions, and entire streets and other spaces have been dedicated to creatives. The way in which the improvement of Varaždin public spaces with artistic assets has been part of the 'plan' which began as a kind of experiment and now has become the festival's main content provider and its commercial backbone. Špancirfest has also encouraged the opening of new and the improvement of existing public spaces within Varaždin's historical core, it has contributed to the initiation of its restoration and used its power of integration to activate other cultural, economic and tourist entities in Varaždin through various forms of cooperation with the festival's accompanying programmes.

Keywords: Špancirfest, Varaždin, identity, festival, renovation of the old core

---

<sup>2</sup> Jelena Toth, director of the Varaždin Tourist Board; jelena@tourism-varazdin.hr

## Upute za autore<sup>1</sup>

### 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 pristiglim za objavu, objavljuje u otvorenom pristupu na mrežnoj stranici kongresa. Autorima se preporuča da objavljenju 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: uredništvo@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 broičano 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

---

<sup>1</sup> 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 referenciranje<sup>2</sup>

### 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).

---

<sup>2</sup> 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](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](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](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-najavio-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](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 Authors<sup>3</sup>**

### **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 valorization 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](mailto: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

---

<sup>3</sup> 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 author's work, 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. The reference list font should be Ariel, size 9 pt. For citation and references in tEnglish, we recommend the instructions available at: <https://apastyle.apa.org>.

