Turistička iskustva u kulturnom turizmu

Dundara, Nina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:782174

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

NINA DUNDARA

TURSITIČKA ISKUSTVA U KULTURNOM TURIZMU

Završni rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

NINA DUNDARA

TURSITIČKA ISKUSTVA U KULTURNOM TURIZMU

Završni rad

JMBAG:0303036540, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Fenomenologija iskustva u turizmu

Mentor: doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2018.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Nina Dundara, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera turizam ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Nina Dundara dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Tursitička iskustva u kulturnom turizmu koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

Sadržaj:

1. UVOD 1
2. OSNOVE TURIZMA 2
2.1. Definicije pojmova turist i turizam 2
2.2. Selektivni oblici turizma 5
2.3. Turističke potrebe 6
2.4. Turistički motivi 8
3. KULTURNI TURIZAM 9
3.1. Definicija pojmova kulturni turizam i kulturni turist 9
3.2. Tipologija kulturnih turista 10
3.3. Tipologija kulturnog turizma 11
3.4. Obilježja i motivi kulturnog turizma 13
3.5. Kultura i kulturna baština 14
4. KULTURNE MANIFESTACIJE U ISTRI 17
4.1. Definicija manifestacija 17
4.2. Vrste manifestcija 17
4.3. Kulturne manifestacije 19
4.4. Manifestacije u Istri 20
4.5. Pozitivni i negativni utjecaji kulturnih manifestacija u Istri 25
5. ZAKLJUČAK 26
LITERATURA 27
POPIS TABLICA 28
POPIS SLIKA 28
SAŽETAK 29
SUMMARY 29

1. UVOD

Tema ovog završnog rada je turistička iskustva u kulturnom turizmu. Kuturni turizam je jedna od vrsta selektivnog oblika tuirzma i on u sebi sjedinjuje dva vrlo bitna pojma: kulturu i turizam. Ta su dva pojma veoma povezana i jedan drugog upotpunjuju. Naime kultura i kulturna baština predstavljaju atraktivnost turističke destinacije i pa su samim time i preduvjet turističkog odabira. Turisti nužno ne moraju biti motivirani kulturom, oni mogu posjetiti neku destinaciju iz drugog razloga ali usputno mogu sudjelovati u kulturnom životu tog mjesta i na taj način ispunjavaju funkciju kulturnog turista.

Cilj ovog završnog rada je pobliže analizirati kulturni turizam, ponašanje kulturnih turista te objasniti pozitivne i negativne utjecaje kulturnih manifestacija.

Metode koje su se koristile za potrebe ovog završnog rada su metoda kompilcije, metoda klasifikacije, metoda dokazivanja, dedukativna metoda te metoda analize.

Završni rad se sastoji od tri međusobno povezan dijela. Prvo poglavlje započinje sa objašnjavanjem osnovnih pojmova u turizmu,a završava sa opisivanjem turističkih motiva. Sljedeće poglavlje započinje definiranjem osnovnih pojmova u kulturnom turizmu, i govori se o tipologiji kulturnih turista i turizma, kao i o kulturi u kulturnoj baštini. U posljednjem poglavlju definiraju se kulturni manifeatcije, te se navodi koje se sve kulturne manifeatcije održavaju u Istri te koji je njihov pozitivni i negativni utjecaj na destinaciju.

2. OSNOVE TURIZMA

Raspravljati o turizmu danas znatno je teže nego o početcima njegova razvoja. Turizam je stekao status jedne od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog doba. S obzirom na to da turizam zadire gotovo u sve sfere društvenog i gospodarskog razvoja uopće, on istodobno međusobno djeluje kompleksno i komplementarno te je duboko inkorporiran u tijekove svakidašnjeg života. To je vjerovatno glavni razlog zbog kojeg nam se čini da o turizmu svi sve znamo i da svi možemo davati relevantne ocjene o najrazličitijim pitanjima vezanima uz turizam, što je kod nas već postalo sasvim uobičajna praksa.

U izučavanju bilo koje materije nužno je poći od definicija osnovnih pojmova kojima se objašnjavaju elementi bitni za razumjevanje srži te materije. Samo se tako mogu izbjeći brojni nesporazumi koji mogu proizaći iz krivog poimanja samo naizgled sličnih stvari, odnosno pojmova, što u završnici može rezultirati krivim ocjenama, procjenama i poduzetim akcijama. Tko zaista želi ući u razjašnjenje problematike razvoja turizma, ubrzo spoznaje da dotiče jedno od najmultidisciplinarnijih područja znanstvenog istraživanja.

2.1. Definicije pojmova turist i turizam

Riječ turist i turizam svima su nam dobro poznate i u našem su se jeziku odavno udomaćile. I jedna i druga riječ dolaze od engleske riječi tour, koja je u početku imala značenje samo za kružno putovanje. Definicija navedenih pojmova ima gotovo koliko i autora iz najrazličitijih znanstvenih disciplina. Baš zbog toga što je turizam prepun mnogoznačnih društvenih i ekonomskih funkcija vezanih upravo uz čovjeka/putnika/turista i što je etimološko i povijesno gledano najprije došlo do pojave turista, a tek je njihova aktivnost u određenom mjestu rezultirala pojavom turizma, valja najprije definirati pojam turist. Da bi se uopće moglo definirati navedeni pojam,

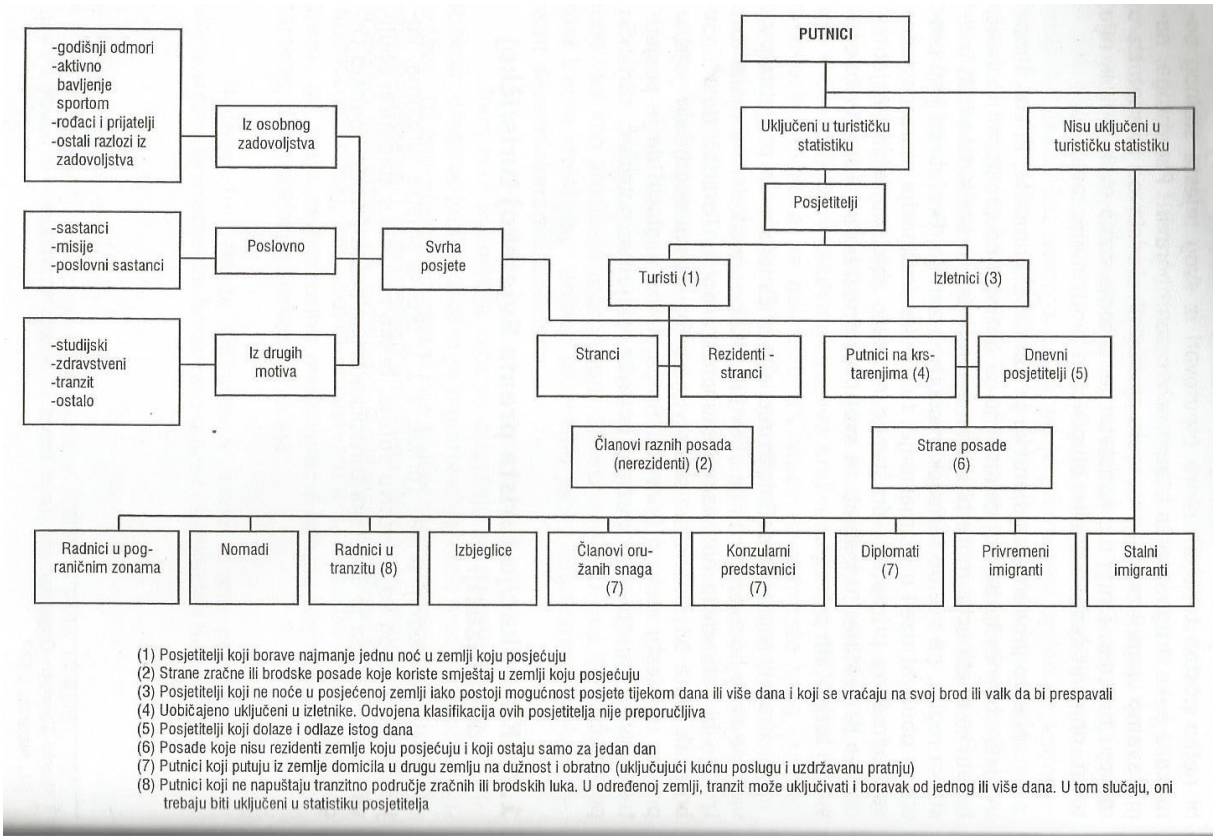
ali i izvedenicu tog pojma – turizam, treba imati u vidu nekoliko kriterija koji moraju biti zadovoljeni,a to su:[1]

- Prostorna komponenta- da bi osoba mogla postati turistom, mora krenuti na put. Svaku osobu koja poduzima putovanje od točke A do točke B nazivamo putnikom. No svaki putnik ipak nije turist, iako je svaki turist putnik. Svjetska turistička organizacija (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) u svojoj definiciji navodi da se putovanje mora zbivati izvan uobičajne sredine određene osobe (bilo u zemlji, bilo u inozemstvu). S obzirom na to da je teško definirati što se razumjeva pod „uobičajnom sredinom“, valja odredite geografske granice unutar kojih se određena osoba kreće u svojoj uobičajnoj životnoj rutini. Vanhove (2005:5) smatra da uobičajnu sredinu jedne osobe čini izravna udaljenost od mjesta rada ili obrazovanja, kupnje i sl. te od ostalih mjesta koja se učestalo posjećuju.
- Obilježja putovanja-osoba napušta uobičajnu sredinu na vlastitu inicijativu i to dobrovoljno u okviru svog slobodnog vremena te ne obavlja neku lukrativnu djelatnost (ne privređuje) niti tijekom putovanja niti u odredištu svog putovanja, a to je putovanje uvijek dvosmjerno, što znači da se turist uvijek vraća u mjesto svog stalnog boravka (domicil).
- Vremenska komponenta-osoba mora privremeno izbivati izvan uobičajne sredine dulje od 24 sata, ali maksimalno do godine dana. Za osobu koja izbiva izvan uobičajne sredine manje od 24 sata (ne ostvaruje noćenje) koristi se naziv izletnik (engl. excursionist). Svjetska turistička organizacija korsiti se i terminom jednodnevni posjetitelj (engl. same-day visitor).
- Svrha putovanja-osobe koje putuju motivirane odmorom, rekreacijom, sportom, zdravstvenim razlogom ili posjetom prijateljima i rodbini, ili su na poslovnom putu, studiju (kraćem od godine dana), hodočašću, prema definiciji UNWTO-a, ubrajaju se u turiste. Turistima se ne smatraju: aktivni pripadnici oružanih snaga, putnici na dnevnim rutinskim putovanjima, putnici koji svakog dana putuju na posao, u školu, na studij, putnici u tranzitu, migranti i radnici na privremenom radu, nomadi, izbjeglice i prognanici te osobe iz diplomatskog kora i konzularni predstavnici.

[1] N. Čavlek, et al., *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, školska knjiga d.d., 2011., str. 25.

Koristeći se navedenim determinantama, Svjetska turistička organizacija definira turista kao posjetitelja. To je osoba koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i čija glavna svrha putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.[2]

Da bismo laške razumjeli do sada naveden pojmove na slici 1 daje se klasifikacija putnika koju je objavila Svjetska turistička organizacija.



Slika 1. Klasifikacija putnika prema WTO

Izvor: B. Pirjevec, O. Keser (2002.), Počela turizma, mikrorad d.o.o., Zagreb

Jednako kao i u slučaju definiranja pojmova turist, u traženju najprikladnije definicije turizma brojni znanstvenici pokušavali su proniknuti u samu bit te pojave, svaki iz svog područja znanstvenog interesa. Zaista je teško kreirati definiciju koja bi uključivala sve vidljive i skrivene dimenzije ove izuzetno kompleksne i

[2] ibidem, str 26.

polifunkcionalne aktivnosti. Jedna od najpoznatijih definicija turizma koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K. Krapf 1942. godine glasi: Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.[3] Tu je definiciju prihvatio i AIEST i ona je dugo bila općeprihvaćena definicija turizma u svijetu, a i danas se uvelike upotrebljava.

2.2. Selektivni oblici turizma

Selektivne vrste turizma, kako im i ime kaže, su one koje svojim sadržajem i s obzirom na mjesto gdje su i vrijeme kad se odvijaju mogu najbolje zadovoljiti dominantne motive u sferi turističke potražnje: želju za ponovnim povratkom u izvornu prirodu, urođenu potrebu svih ljudi za igrom i igranjem i potrebu za komuniciranjem s drugim ljudima, kao i sve ostale vitalne, bioantropološke i psihosociološke potrebe što ih sve veći broj ljudi, živeći u ekološki degradiranoj i totalnoj alijeniranoj urbanoj sredini, ne može zadovoljiti u svakodnevnom životu.[4] Kao neke od karakteristika selektivnog turizma su: heterogenost, elastičnost na promjene, mobilnost, odgovornost prema stanovništvu itd.

[3] ibidem, str 29.
[4] V. Jadrešić, *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma,* Zagreb, Plejada, 2010., str. 175.

Selektivne oblike turizma moguće je razvrstati u dvije osnovne skupine, i to ovisno o tome temelje li se sadržaji ponude pretežno na prirodnim ili pretežno na društvenim resursima.[5]

Specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim resursima	Sprecifični oblici turizma zasnovani na društvenim resursima
Zdravstveni turizam,sportski turizam, nautički turizma, ekoturizam, seoski turizam (agroturizam), lovni i ribolovni turizam, naturizam,robinzonski turizam i drugi.	Kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događanja (event tourism), vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, casino-turizam i drugi.

Tablica 1. Specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim i društvenim resursima

Izvor: N. Čavlek, (2011.), *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga d.d., Zagreb

2.3. Turističke potrebe

Turističke, kao i sve druge čovjekove potrebe su povijesno, fiziološki i kulturno uvjetovane. S obzirom da je čovjek biološko, ali i društveno biće, formiran na različitim sustavima društvenih vrijednosti, formiraju se i vrlo različiti sustavi potreba koji su u procesu stalnog razvoja i transformacije. Turističke potrebe u najvećem dijelu zadovoljavaju se turističkim dobrima ili uslugama ekonomskog značenja. Dio turističkih potreba zadovoljavaju slobodna prirodna dobra koja nemaju ekonomski značaj.[6]

Može se reći da su svekoliki čovjekovi napori usmjereni na približavanje potreba i mogućnosti. I pored toga većina ljudi živi u uvjetima u kojima ne može zadovoljiti osnovne potrebe. U svim slučajevima odnos između potreba i dobara rješava se

[5] N. Čavlek,et al., op. cit., str. 40.
[6] A. Dulčić, L. Petrić, *Upravljanjem razvojem turizma*, Zagreb, Mate d.o.o., 2001., 12.

izborom, tj. davanjem prioriteta jednim pred drugim vrstama potreba, odnosno uspostavljanjem hijerarhije njihova zadovoljavanja.[7]

Iz svega prethodno rečenog turističku potrebu[8] možemo definirat kao skup pojedinačnih potreba koje zajednički (skupno) zadovoljavaju pojedince ili skupinu potrošača s namjerom da se odmore ili rekreiraju na turistički način, a to znači radi obnavljanja svoje psihičke i fizičke snage.

U teroriji potrebe se uglavnom dijele na dvije osnove skupine:[9]

Primarne ili egzistencijalne potrebe	Sekundarne potrebe
Potreba za hranom, vodom, stanovanjem, odjećom, obućom, ogrijevom i sl.	Turističke potrebe još uvijek su u domeni sekundarnih potreba, i to onih višeg reda jer do zadovoljenja tih potreba dolazi tek kada čovjek zadovolji svoje primarne potrebe te odluči da iz hijerarhije niza sekundarnih potreba može podmiriti i svoje turističke potrebe, što ovisi o njegovu vlastitu izboru. To znači da se zadovoljenje sekundarnih potreba može međusobno supstituirati, pa prema tome zadovoljenje „turističkih potreba ima daleko veći stupanj elastičnosti od zadovoljenja primarnih potreba“ (Pirjavec, 1998:25).

Tablica 2. Primarne i sekundarne potrebe

Izvor: Izvor: N. Čavlek, (2011.), *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga d.d., Zagreb

[7] ibidem, str. 13.
[8] N. Čavlek, et al., op. cit., str. 32.
[9] loc. cit.

2.4. Turistički motivi

Odgovoriti na pitanje zašto ljudi putuju nije nimalo jednostavno, pogotovo ekonomistima. Često ni sami turisti ne mogu artikulirati svoje stvarne motive koji su ih potaknuli na turističko putovanje (Dann, 2000:394). S obzirom na to da se uglavnom radi o našim unutrašnjim i vrlo subjektivnim poticajima koji ovise i o bihevioristićkim osobinama turista, na to pitanje bi lakše odgovorili psiholozi i sociolozi. Većina znanstvenika se općenito slaže s odgovorom da su glavni motivi koji pokreću ljude na tursitičko putovanje bijeg od rutine svakodnevice, odnosno odmor, rekreacija izvan uobičajne sredine, očuvanje zdravlja i želja za novim doživljajima.[10]

Kako homo turisticus ima raznovrsne, brojne i uvijek nove potrebe, tako se i motivi i očekivanja neprestano mijenjaju. Stoga je poznavanje motiva koji ljude pokreću na turistička putovanja od posebne važnosti za sve pružatelje usluga u turizmu jer im to omogućava da svoje proizvode i usluge oblikuju prema interesima turističkih potrošača.[11]

[10] N. Čavlek, et al., op. cit., str. 35.
[11] N. Čavlek, et al., op. cit., str. 36.

3. KULTURNI TURIZAM

Ne postoji jedinstvena, specifična definicija kulturnog turizma jer stručnjaci koji se njime bave uzimaju u obzir ono što se zasniva na njihovu vlastitom proizvodu i resursima s kojima rade. Neki ga zovu kulturnim turizmom, neki turizmom baštine, neki turizmom kulturne baštine. Svi ipak dijele istu odgovornost: upoznavanje turista s onim što naš grad, regiju ili državu čini različitima i zanimljivima, bez obzira na to je li to umjetnost, kultura, povijest ili sve zajedno.

3.1. Definicija pojmova kulturni turizam i kulturni turist

Kultura izravno utječe na turizam, a turizam sve više utječe na kulturu koja postaje važan motiv turističkih putovanja. Kulturni turizam je veoma teško definirati zbog različitih i fleksibilnih definicija kulture. Kulturu se u kontekstu turizma može definirati kao ukupnost materijalnih (cjelokupna turistička infrastruktura) i duhovnih vrijednosti (običaji, životni stil, tradicija) koje zajednica osjeća kao svoj jedinstveni način života. Ako kulturu shvatimo u ovom kontekstu, odnosno u njenom sveobuhvatnom smislu kao ukupan način života određene zajednice, društvene grupe ili naroda, onda kulturni turizam, osim potrošnje kulturnih proizvoda iz prošlosti, isto tako uključuje i suvremenu kulturu, tj. svakodnevne prakse i način života ljudi u receptivnim destinacijama. Nešto što je u jednoj kulturi uobičajno i svakodnevno, u drugoj kulturi može biti novo. Kulturni se turizam dakle na sastoji samo od pasivne potrošnje, odnosno promatranja i obilaska povijesnih lokaliteta, muzejskih zbirki, slika ili kazališnih predstava. Sve je više turista zainteresirano za kreativni tuirzam koji se sastoji od aktivnog sudjelovanja u kulturnim aktivnostima poput slikarstva, fotografiranja, plesanja, kuhanja, itd. Smith (2009.) stoga predlaže sljedeću definiciju kulturnog turizma: „Pasivno, aktivno i interaktivno uključivanje u kulture i zajednice, putem kojeg posjetitelji stječu nova iskustva obrazovne , kreativne i zabavne prirode.“[12]

[12] M. Dujmović, *Kultura turizma*, Pula, Tiskara Zelina d.d., 2014., str. 108.-109.

Jedna od čestih definicija kulturnog turizma koje nalazimo u literaturi je sljedeća: „Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrukovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s najmerom prikupljanja novih informacija i iskustva kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.“ (Richards 1999: 17)[13]

Većinu kulturnih turista posebno interesiraju lokacije i autentičnost kulturnog doživljaja ili iskustva. Smith (2003.) npr. Razlikuje post-turizam od kulturnog turizma. Postturist je svjestan da je turističko iskustvo komodificirano i shvaća ga kao igru; za njega putovanje ne predstavlja potragu za samoispunjenjem, a privlačnost turističkog iskustva razumljiva je sama po sebi i on prihvaća činjenicu da su prezentacije turističkog mjesta jednako važne kao i samo mjesto (Rojek, 1993.). Kulturni turisti, za razliku od postturista, pokazuju više interesa za izvornu interakciju s lokalnim zajednicama i njiovom tradicijom. O kulturnom turizmu možemo govoriti i kao o putovanju u kojem kulturni turist sudjeluje kao istraživač i pustolov.[14]

3.2. Tipologija kulturnih turista

Prema nekim autorima kultura je jedan od glavnih motivacijskih faktora za tzv. kulturne turiste, ali ne nužno i primarni. Kulturni turisti ne čine honmogenu grupu ili kategoriju, pa tako npr. Greg Richards (2007.) govori o pet vrsta kulturnih turista:[15]

- Namjerni kulturni turist (purposeful cultural tourist), za kojeg je kultura primarni motivator i koji je u potrazi za intenzivnim kulturnim iskustvom;
- Kulturni turist na razgledavanju (sightseeing cultural tourist), koji putuje iz kulturnih pobuda, ali je u potrazi za površnim kulturnim iskustvom i doživljajima i uglavnom se sastoji u obliasku kulturnih atrakcija;
- Slučajni kulturni turist (serendipitous cultural tourist), koji nije primarno motiviran kulturom, ali koji dolaskom u destinaciju doživljava intenzivno kulturno iskustvo, dakle ne posjećuje destinaciju zbog kulture, ali na licu mjesta ipak ostvari dubok kulturni turistički doživljaj;

[13] D. A. Jelinčić, *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb, MEANDAR, 2008., str. 43
[14] M. Dujmović, op.cit., str. 110.
[15] Ibidem, str. 111.

- Povremeni kulturni turist (casual cultural tourist), za kojeg je kultura nevažan motivacijski čimbenik i koji je u potrazi za površnim iskustvom.
- Usputni kulturni turist (incidental cultural tourist), za kojeg kultura nije utvrđeni motiv, ali koji posjećuje kulturne atrakcije.

3.3. Tipologija kulturnog turizma

S obzirom na njegovu raznolikost i složenost, kulturni je turizam možda najbolje podijeliti u nekoliko podsektora ili tipologija. Smith (2009.) tako razlikuje turizam naslijeđa, turizam umjetnosti, kreativni turizam, urbani kulturni turizam, ruralni kulturni turizam i domorodački turizam.[16]

Turizam naslijeđa usmjeren je na materijalnu (građevine, spomenike, artefakte, arheološka nalazišta, historijske predjele, itd.,) i nematerijalnu kulturno povijesnu baštinu (tradicije, običaje, sjećanje, ideje, jezike, vjerovanja, itd.). Doživljavati „nešto“ postalo je i cilj i zadatak turističkog putovanja koji se ne svodi samo na odmor, a stvaranje tog „nečeg“ onda postaje motivacijski imperativ profesionalaca u turističkoj industriji.

Turizam umjetnosti (Arts Tourism) je podsektor kulturnog turizma i turizma naslijeđa i usmjeren je na vizualne i izvedbene umjetnosti, kao i na kulturne festivale i događaje. Umjetnost je bila glavni motiv za odlazak na putovanje još u 16. stoljeću, kada počinju putovanja povezana sa tzv. Velikim putovanjem (Grand Tour).

Kreativni turizam sastoji se od aktivnog sudjelovanja u aktivnostima kulturnog turizma i stvaralačkom radu na idividualnoj ili kolektivnoj osnovi. Umjetničke i kreativne aktivnosti poput slikarstva, lončarstva, fotografiranja ili plesa sastavni su dio godišnjih odmora. U nekim slučajevima grupe turista sudjeluju u aktivnostima u izolaciji od lokalnih zajednica, dok u drugim interakcija između domaćina i gosta predstavlja glavni dio turističkog doživljaja i iskustva. Vodeću ulogu u razvoju kreativnog turizma danas ima UNESCO koji zagovara veći pristup kulturi i povijesti i autentično uključivanje u stvarni kulturološki život nekog mjesta i njegovih ljudi. Kreativni turizam javlja se kao reakcija na pasivnu konzumaciju u kulturnom turizmu i

[16] loc.cit.

uključuje kreativne konzumente koji troše interaktivna iskustva, koja im pomažu u osobnom razvoju i kreiranju identiteta putem povećanja osobnog kreativnog kapitala. Kreativni turizam oslanja se na nematerijalne resurse, koji potiču iz lokalne sredine i koji mogu biti jedinstveni samo za dati prostor i koji ne zahtijevaju skupe investicije za održavanje, ali su mnogo suptilniji za plasman i zahtijevaju veliki napor i suradnju upravljačkog sektora, kreativnih pojedinaca i stanovništva u destinaciji.

Urbani kulturni turizam usredotočen je na aktivnosti koje se odvijaju u gradovima. Neke od tih aktivnosti odnose se na nslijeđe ili umjetnost, posebno u povijesnim gradovima ili gradovima kulture. Ovaj apsket kulturnog turizma posebno je zastupljen kod obnove i regenaracije bivših industrijskih gradova ili gradskih središta, koja se pretvaraju u mjesta novih tursitičkih atrakcija u obliku ogromnih zabavnih kompleksa i kompleksa za provođenje slobodnog vremena, novih kulturnih i kreatvnih četvrti i mega-događaja.

Ruralni kuturni turizam odvija se u ruralnim područjima gdje je glavna turistička atrakcija priroda. Neke od aktivnosti usredotočene su na ekološki ili poljoprivredni razvoj (npr. ekološki muzeji ili agroturizam), gastronomski ili vinski turizam ili kulturne krajolike (mjesta i područja povezana s literarnim ili filmskim turizmom). Sve je veći broj zdravstevnih i wellness ili holističkih centara koje se grade u ruralnim područjima i koja nude kulturne, kreativne i duhovne aktivnosti poput joge ili meditacije.

Etnički ili domorodački turizam privlači one turiste koji žele posjetiti lokalno stanovništvo u njihovim naseljima i koji žele sudjelovati u njihovim kulturnim običajima i tradiciji. To okruženje može biti rezervat, nacionalni park, džungla, pustinja ili planinski predjeli i često uključuje neku udaljenu i relativno fragilnu lokaciju koja je teško dostupna prosječnom turistu. Glavni motivacijski čimbenik je izvorna i spontana interakcija između turista i lokalnog stanovništva. To je oblik turizma koji iziskuje krajnje obazrivi pristup jer su kolonijalne vlast u prošlosti veoma loše postupale s lokalnim stanovništvom i oduzimale im zemlju i pokušavale uništiti i obezvrijediti njihove običaje i tradicionalan način života. Danas postoje mnogobrojni turopreatori koji zarađuju na egzotičnosti domorodačkih, etničkih i plemenskih grupa. Aktivnosti poput posjete lokalnim plemenima (tzv. hilltribe), planinskog ili pustinjskog trekinga postaju sve popularnije, pogotovo u destinacijama poput Jugoistočne Azije i Srednje Amerike.

3.4. Obilježja i motivi kulturnog turizma

Potreba za promjenom, slobodom i doživljajem, usađene su u ljudsko biće i predstavljaju inicijalni faktor ljudskog djelovanja, to je impuls koji u interakciji s ostalim ljudskim osobinama potiče formiranje turističke motivacije. Jedna od prvih i najčešćih motivacija da se krene na turističko putovanje je želja čovjeka da vidi čuvene povijesne spomenike, mjesta koja su poznata po nekom događaju iz prošlosti, remek-djela svjetske umjetnosti, prirodne ljepote i slično. Kulturne potrebe usađene su u um čovjeka još tijekom odgoja i školovanja.

Motivi kulturnog turizma povezani su isključivo sa kulturnim turistima kroz potrebu za upoznavanjem kulture kraja kojeg posjećuju.

Na putovanja postoji visoka razina predznanja i zainteresiranosti, te jaka usredotočenost na temu koja ih je motivirala na putovanje. Motiv je zasigurno čimbenik koji utječe na broj putovanja, smjer kretanja turista, ali i na brojne sociokulturne posljedice u turističkoj destinaciji. Neki motivi koji dominiraju jesu: okvir obično-neobično, push-pull, inverzijski okvir i okvir igre.[17]

- Okvir obično-neobično – gdje obično simbolizira ustaljene obrasce ponašanja koji su čovjeku dosadni i od kojih se želi na putovanju odmoriti. Putovanje u drugu zemlju pruža turistu priliku da se susretne i upozna sa različitim kulturnim obrascima i običajima drugih zemalja, te da ih doživi na svoj jedinstven način.
- Push-pull okvir (poticajni i privlačni okvir) – dolazi od receptivnih zemalja koje generiraju turističke posjete, da bi motivirali turiste na putovanje. Utječući direktno na sustav turističkih privlačnosti, kod turista se razvija potreba koju se nastoji zadovoljiti.
- Inverzijski okvir - predstavlja uključivanje turista u svakodnevni život, manifestacije i običaje posjećenog mjesta, gdje se razvija temeljna snaga motiva za ponovnom posjetom. Turist spremno prihvaća svoju ulogu, koja utječe na pojačavanje intenziteta doživljenog iskustva.

[17] Grgorović, G. (2010) *Kulturni turizam i europski gradovi kulture*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli: Odjel za ekonomiju i turizam

- Okvir igre – predstavlja slobodno vrijeme u kojem turisti mogu razvijati svoje kreativne interese prikupljujući psihofizičku energiju za nove svakodnevne zadaće. Dokolica predstavlja kvalitetno provedeno slobodno vrijeme koje je oslobođeno obveza i dužnosti.

Motivi suvremenog kulturnog turista kombinacija su nabrojenih motiva, ali i onih koji su povezani sa individualnim željama potencijalnih turista. Da bi se putovanje ostvarilo i da bi turist odabrao određenu destinaciju potrebno je da se složi nekoliko motiva, rijetko postojanje samo jednog motiva izaziva kod čovjeka potrebu koja se nastoji zadovoljiti. U skladu da motivima kulturnih turista oblikuje se i njihova percepcija očekivanog zadovoljstva na kulturnom putovanju.

3.5. Kultura i kulturna baština

Budući da kulturu želimo definirati u odnosu na turizam, korisno je proučiti upravo sociokulturne aspekte turizma. Stoga treba promotriti sve sudionike koji se javljaju u turizmu. U kulturnom kontaktu važno je razlikovati lokalno stanovništvo i njegovu kulturu, turiste i turističku kulturu (zajendičku većini turista), rezidualnu kulturu (jedinstvennu za svako turističko tržište), turističke djelatnike (koji pružaju usluge turistima i djeluju kao posrednici između domaće i gostujuće populacije), njihovu menadžersku i poslovnu kulturu itd. (Brown 1990: 80). U turizmu se miješaju ljudi i kulture, oblici i snage svojstvene svakoj pojedinačnoj lokalnoj zajednici, odnosno turistima, a bolje razumjevanje tih faktora dovest će nas do shvaćanja turizma kao faktora promjene u samoj zajednici, ali i izvan nje. Diskusije o lokalnoj i turističkoj kulturi često se vode oko toga koja od tih dviju pobjeđuje ili na koji način djeluju jedna na drugu. Međutim i lokalnu i turističku kulturu najbolje je proučavati u odnosu na rezidualnu kulturu, koja, u tom slučaju, može objasniti kako se turisti iz različitih kultura ponašaju na različite načine (Jafari 1987: 157).[18]

Često se pretpostavlja da je kultura koju turisti sa sobom „donesu“ na godišnji odmor njihova vlastita kultura, odnosno kultura njihove zemlje, a da je kultura s kojom su u kontaktu kultura zemlje/države u kojoj borave. Takvo shvaćanje često vodi k stvaranju stereotipa. Ponašanje svih sudionika turističkog procesa literatura često

[18] Jelinčić Danijela Angelina, op. cit., str. 29

označava pojmom *turistička kultura.* Turisti će *se prije, za vrijeme i poslije putovanja* ponašati u skaldu s turističkom kulturom. *Touroperator*, vodič, službenik u turističkoj agenciji ili ugostitelj, primjerice, ponašat će se *svaki radni dan* kao da je na godišnjem odmoru, u skladu s turističkom kulturom. Iako radi, njegovo je ponašanje uvjetovano prisutnošću turista, koja onda to ponašanje i oblikuje. Budući da mu je radno mjesto uvjetovano turizmom, govorimo o promjeni ponašanja, pa čak i načina života uvjetovanog turizmom, što nazivamo *turističkom kulturom*.[19]

Kultura se, prema tome, u odnosu na pojam „turizam“ može definirati kao *ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti u oblasti turizma te stupanj čovjekova poznavanja tih rezultata, što uključuje u sebi poglede, odnose, rizike, ponašanje ljudi, bilo turista, bilo nositelja turističkih usluga svih vrsta* (Vizjak, prema Ravkin 1999: 292). Odlikuje se ukupnošću spoznaja, normi i vrijednosti koje zajednica osjeća kao svoje jedinstven način života i kojim se predstavlja drugoj zajednici s kojom dolazi u kontakt. Obuhvaća i reprezentira ponašanja članova zajednice te duhovne i materijalne proizvode koji su stvoreni njihovim djelovanjem. Ona je proces i podložna je promjenama u prilikama kada se različite grupe suočavaju, a onda i pokušavaju „pomiriti“ vlastite standarde značenja i vrijednosti sa standardima druge skupine (Jelinčić 2000: 9).[20]

Kultura uključuje duhovnu razinu (spoznaje, norme, vrijednosti), materijalnu razinu (proizvodi čovjekova ponašanja i djelovanja), način života zajednice (modaliteti interakcije duhovne i materijalne razine) te kontinuiran proces.[21]

Pojam kulture sadržava ono što ljudi misle (stavove, uvjerenja, ideje i vrijednosti), rade (kulturom normirani načini ponašanja ili način života) i stvaraju (umjetnička djela, artefakti, kulturni proizvodi) (Littrell 1997: 107). Ona se ostvaruje procesima (ideje i način života ljudi) i proizvodima tih procesa (građevine, artefakti, umjetnost, običaji, „atmosfera“). Kultura vezena uz turizam, u skladu s tim, ne može označavati samo obilazak materijalnih oblika kulture, već uključuje i upoznavanje načina života populacije u određenoj destinaciji.[22]

[19] ibidem, str. 30
[20] loc.cit.
[21] ibidem, str. 31.
[22] loc.cit.

Pojam kulturne baštine također je vezan uz pojam kultrunog turizma, kao jedan od njegovih najsnažnijih resursa. UNESCO, kao međunarodna organizacija s relevantnim curriculumom u sustavnom proučavanju baštine i organiziranju aktivnosti veznaih uz nju, nudi definiciju kulturne baštine koju ćemo uzeti kao referentan primjer. U Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972. godine baština je pragmatično definirana: Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokaliteta koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost. Tri su glavne komponente Konvencije pri definiranju kulturne baštine:

Spomenici: djela arhitekture; monumentalna djela iz područja skulpture i slikanja; elementi ili strukture arheološke prirode; crteži, pećine i prebivališta; kombinacije obilježja izuzetne univerzalne vrijednosti, povijesne, umjetničke ili znanstvene;[23]

Skupine građevina: skupine samostojećih ili povezanih građevina koje zbog svoje arhitekture, homogenosti ili položaja u okolišu posjeduju izuzetnu univerzalnu vrijednost, povijesnu, umjetničku ili znanstvenu;

Lokaliteti: čovjekova djela ili kombinirana djela prirode i čovjeka te područja koja uključuju arheološke lokalitete izuzetne univerzalne vrijednosti, povijesne, umjetničke ili znanstvene (United Nations World Heritage Convention Concerning Protection of the World Cultural and Natural Heritage 1972: 1). [24]

[23] loc.cit.
[24] ibidem, str. 32.

4. KULTURNE MANIFESTACIJE U ISTRI

Manifestacije imaju veliku ulogu u kreiranju turističke ponude i imaju veliki utjecaj na dolazak turista u neku destinaciju. Upravo zbog neke manifestacije bila ona kulturnog, sportskog, zabavnog ili sličnog sadržaja neki će turisti doći u određenu destinaciju koju inače nebi posjetili. Što su to manifestacije, koja vrsta manifestacija postoji,koje se kulturne manifestacije održavaju u Istri te koji je njihov utjecaj na turizam bit će objašnjeno u slijedećim potpoglavljima.

4.1. Definicija manifestacija

Da bi se moglo govoriti o manifestacijam potrebno je definirati njihov pojam.

Termin manifestacija potječe od latinske riječi „manifestare“ koja znači objavit, javno nastupati u svrhu zajedničkog izražavanja pripadanja jednom cilju. Suvremeno značenje riječi manifestacija je karneval, festival, smotra, svečanost, dok se u istom značenju može koristiti i termin organizirani događaj.[25] Manifestacije podrazumjevaju posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se pomno, unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli društveni, kulturni ili korporativni ciljevi.[26]

4.2. Vrste manifestcija

Postoji više vrsta manifestacija. Manifestacije se dijele s obzirom na veličinu, sadržaj i vrstu, te mogu biti planirane ili neplanirane.

Manifestacije prema vrsti mogu se podijeliti na: kulturne, sportske, zabavne, vjerske, znanstvene i gospodarske. Njihov stupanje privlačnosti određen je vrstom i značenjem priredbe, mjestom i vremenom održavanja manifestacija, a praksa je

[25] V. Jovanović, U. Delić (2010): *Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbi*ji, Turizam i Hoteljerstvo, Srbija, Beograd, str. 204

[26] S. Pivčić, (2015/16): *Upravljanje manifestacijama-nastavni materijali/skripta*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 6.

pokazala da su u turizmu najposjećenije manifestacije zabavnog i sportskog karaktera. Kulturne manifestacije su, ipak , bitan motiv za putovanje i često se njime koristi u promociji i kreiranju prestiža destinacije na tržištu. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Područja interesa prilično su različita i uključuju: kulturno-povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulutrne događaje i sl. Samo posjetom turističke destinacije u njezinu prirodnom okruženju mogu se vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna, prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folkolora, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima , povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom.[27]

Postoji i podjela na planirane i neplanirane manifestacije. Neplanirane manifestacije mogu biti javne i privatne, ali zbog svoje prirode nisu predmet izučavnja upravljanja manifestacijama. Fokus se stavlja na planirane manifestacije zbog njihovih karakteristika i činjenice da je potrebno provesti postupak strateškog plainiranja kako bi se realizirale. Planirani događaji su privremene pojave s unaprije određenim početkom i krajem. Svaki takav događaj je jedinstven, proizlazi iz mješavine upravljanja, programa, postavljanja i ljudi. Tu pripadaju državne i političke manifestacije, poslovne manifestacije, zatim obrazovne, privatne i umjetničke manifestacije.[28]

Manifestacije s obzirom na veličinu dijele se na:[29]

- Mega manifestacije
- Karakteristične manifestacije (*Hallmark*, engl.)
- Glavne manifestacije
- Lokalne manifestacije

[27] N. Čavlek, et al., op. cit., str. 153.
[28] D. Getz. (2008): *Event Studies – Theory, Reserach and Policy for Planned Events*, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd., Oxford, str. 21.-22.
[29] L. Van Der Wagen, B. Carlos, (2008): *Event Management-Upravljanje događanjima, Za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Mate d.o.o, Zagreb, str. 2.

Manifestacije s obzirom na sadržaj dijele se na:[30]

- Festivali kulturnog i zabavnog karaktera
- Sportska događanja
- MICE industrija ili poslovna događanja (meetings, incentives, congresses, events)

4.3. Kulturne manifestacije

Kako je u prethodnom poglavlju navedeno više vrsta manifestacija, u ovom će se poglavlju detaljnije govoriti o kulturnim manifestacijama.

Kako bi se moglo govoriti o kulturnim manifestacijam, potrebno je prije odrediti njihovo definiciju.

Kada se organizira događaj s ciljem njegovanja, prezentacije i očuvanja kulture, govori se o kulturnim manifestacijama. Njihov se značaj može promatrati kroz mogućnost prenošenja tradicije s generacije na generaciju i unapređenja kulturnog potencijala nekog područja. Kulturni se značaj manifestira kroz očuvanje i promociju tradicije i kulturne baštine, društveni značaj u unapređenje socijalizacije lokalne zajednice, ali i privlačenju brojnih posjetitelja iz regije i šire.[31]

Kulturne manifestacije osim što imaju veliki značaj za određeni prostor, one su zbog svog jedinstvenog sadržaja atraktivne i imaju mogućnost privlačenja ljudi koji nisu dio tog prostora lokalne zajednice. Upravo se zbog toga kulturne manifestacije ne moraju samo korstiti kako bi se očuvalo kulturno nasljeđe neko pordučja, iako je to njihova glavna svrha, već mogu biti sredtvo pobljšanja turističke ponude i samog imiđa turističke destinacije koji će je učiniti boljom i drugačijom od ostalih.

[30] Ibidem, str. 11.
[31] Jovanović, V., Delić, U. (2010): op.cit., str. 205.

4.4. Manifestacije u Istri

Istra kao najveći hrvatski poluotok ima mnogo manifestacija kako zabavnog tako i kulturnog sadržaja koje se održavaju tijekom tijekom cijele godine. Kako je tematika ovog potpoglavlja kulturne manifestacije u nastavku ćemo navesti nekoliko značajnijih kulturnih manifstacija koje se održavaju u Istri.

Labin Art Republika

Labin Art Republika projekt je oživljavanja povijesne i kulturne baštine starog istarskog grada Labina. Održava se tijekom ljetnih mjeseci na otvorenim i zatvorenim lokacijama labinske starogradske jezgre. Labin Art Republiku čine glazbeni, scenski, likovni i drugi sadržaji u kojima sudjeluju domaći i inozemni izvođači. Za posjetitelje su otvoreni ateljei, galerije i zbirke, a u samom gradu djeluje više od trideset akademskih slikara. U tom periodu Labin se pretvara u umjetničku republiku. Njegovo Malo kazalište, crkva, stari trg, ulice i skaline preuzimaju ulogu pozornice. Na njegovim „daskama" nastupaju razne kazališne skupine i glazbenici. Zvukovi klapa, orkestara klasične i folklorne glazbe te jazz bendova odjekuju labinskim uličicama.[32]

LegendFest, Festival narodnih priča, legendi i mitova Istre

LegendFest ili Festival narodnih priča, legendi i mitova Istre - manifestacija koja se od 2006. godine održava u organizaciji Udruge Val kulture u Pićnu. Vampiri, vještice, čarobnjaci, divovi, patuljci, vile i vilenjaci likovi su iz nestvarne prošlosti koji zabavljaju posjetitelje pitoresknog istarskog mjesta. Festival se održava na više lokacija u povijesnom središtu Pićna dok se glavne predstave odvijaju na glavnoj pozornici na otvorenom. Mjesto je za vrijeme trajanja festivala obučeno u stare istarske tkanine, šeće se u tradicionalnoj istarskoj nošnji, čuje se domaći melos, pije domaće vino. Svaki kutak mjesta ispunjen je sadržajima bilo pjesnicima koji recitiraju, pripovjedačima, malim narodnim skečevima ili predstavama. Posebnost ove

[32] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/1601/labin-art-republika/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

manifestacije je da se djeca aktivno mogu uključiti u neku od radionica i uz pomoć stručnog voditelja sudjelovati u izvođenju predstave. Ova kulturna manifestacija se odvija na način multimedijalnog i interaktivnog spoja prostora, vremena i stila. Sadržajno je podijeljen na predstave, izložbe, performanse, projekcije filmova, koncerte i radionice. Svake godine gost festivala je jedna zemlja koja se predstavlja svojim teatrom i sličnim programima na istu temu. Cilj i svrha festivala je upotpunjavanje kulturno umjetničke ponude Istre te oživljavanje Pićna i Kringe. Festival nije natjecateljskog karaktera, a zna okupiti u ovom malom istarskom mjestu velik broj izvođača i ljubitelja manifestacije ovakvog tipa. Od 2009 godine, posjetiteljima je omogućeno kampiranje za vrijeme trajanja Festivala na području ispod glavnog igrališta što ukazuje na veliko zanimanje za ovu manifestaciju.[33]

Motovun film festival

Motovun film festival (MFF), međunarodni festival posvećen inovativnim, svježim i snažnim filmovima nastalim u malim kinematografijama i nezavisnim produkcijama. Osnovali su ga 1999. Rajko Grlić, Boris T. Matić, Mike Downey i Igor Mirković (koji su prije toga bili sudionici Imaginarne filmske akademije, svojevrsne ljetne filmske škole u Grožnjanu), a Održava se u Motovunu svake godine krajem srpnja i početkom kolovoza. Projekcije se odvijaju u obnovljenom motovunskom kinu i na trgu pred crkvom te na još nekoliko improviziranih lokacija (školsko igralište, hotelska terasa, Kanal, gradske zidine i dr.). Prvi festival održavao se 10–15.VIII.1999., a bio je zamišljen kao smotra bez nagrada. U nazočnosti oko 8000 posjetitelja prikazano je 38 filmova iz desetak zemalja. Od 2000. najboljem filmu prema odluci tročlanog međunarodnoga žirija dodjeljuje se nagrada Propeler Motovuna. Te je godine nagradu dobio film Billy Elliot (Stephen Daldry). Festival ima i selekciju kratkih filmova Motovun on Line, koja se može vidjeti i preko Interneta. Na drugom festivalu prikazano je 70 filmova iz 15 zemalja, a nagradu za najbolji film dobio je The Last resort (Pawel Pawlikovsky). Nagradu od 2001. dodjeljuje žiri mladih film. profesionalaca. Svoju nagradu od 2001. dodjeljuje i Fédération Internationale de la Presse Cinématographique (FIPRESCI), najstarija i najuglednija udruga filmskih

[33] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/1659/legendfest-festival-narodnih-prica-legendi-i-mitova-istre/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

kritičara. Nagrada Od A do A, za najbolji film nastao u regiji od Albanije do Austrije, novčana je nagrada kojom se potiče distribucija filmova. Gl. nagradu 2002. dobio je film Bloody Sunday (Paul Greengrass), 2003. Punch-Drunk Love (Paul Thomas Anderson), a 2004. Ae Fond Kiss (Ken Loach). Prvi direktor festivala bio je Boris T. Matić, zatim Olinka Vištica pa Igor Mirković. Umjetnički je direktor Rajko Grlić. Zahvaljujući neformalnu karakteru, intenzivnim događajima i kvalitetnu odabiru filmova festival je od početka privlačio veliku pozornost stručne i široke javnosti, te se o njemu u dnevnom i periodičnom tisku opširno pisalo.[34]

Pula film festival

Pulski filmski festival, uobičajeni naziv godišnje film. manifestacije koja je osnovana 1954. u Puli kao Revija domaćeg filma, tj. profesionalnih jugosl. filmova. Pokrenuo ga je ravnatelj pulskoga Kinematografskoga poduzeća Marijan Rotar s potporom tadašnjega hrv. Udruženja kinematografa i Jadran filma. Stalni mu je pokrovitelj do 1980. bio jugosl. predsjednik J. Broz. God. 2003. grad. vlasti u Puli osnovale su Javnu ustanovu Pula Film Festival (ravnatelj T. Lušetić, od 2004-2006. M. Lučić, Zdenka Višković-Vukić 2006-), koja je organizator festivala zajedno s Ministarstvom kulture RH, Hrvatskom televizijom te Festivalskim vijećem. Do tada je festival više puta promijenio ime (1956. Revija jugoslavenskoga filma, 1960. Festival jugoslavenskoga igranoga filma, 1992. Filmski festival u Puli, 1995. Hrvatski filmski festival, Pula), no u puku se popularno naziva Pulskim festivalom. Prva je revija održana krajem lipnja 1954. Do tada je jugosl. kinematografija proizvela ukupno 31 igrani film i oko 550 dokumentarnih i kratkometražnih filmova, koji su većinom bili djela hrv. autora i film. djelatnika. Od 1955. festival postaje natjecateljskim i održava se ugl. krajem srpnja. Nagrada publike Jelen uvedena je 1958., nagrada žirija Zlatna arena, potonji zaštitni znak festivala, 1960., a nagrada Skupštine općine Pula za najbolju režiju i film Zlatna vrata Pule 1970. Festival je započeo s dvadesetak film. radnika, nešto manje predstavnika poduzeća i desetak novinara, bez službenoga žirija, ali s 10000 gledatelja u Areni (oko 37000 do kraja smotre). Tada je od pet domaćih i dvaju koprodukcijskih igranih filmova te 16 dokumentarnih glasovanjem

[34] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/332/motovun-film-festival/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

gledatelja pobijedio film Vesna (redatelj F. Čap), a odabirom novinara Stojan Mutikaša (F. Hanžeković). Na 18. festivalu 1971. pojavile su se prve službene cenzure, povučen je film redatelja D. Makavejeva W. R. Misterije organizma; 37. festival, održan 1990. u jeku dem. promjena u Hrvatskoj, prikazao je do tada najviše filmova (njih 37); 38. festival 1991. prekinut je nakon prikazivanja filma Krhotine (Z. Ogresta) zbog agresije JNA na Hrvatsku, a 39. festival, prvi u samostalnoj državi Hrvatskoj, održan je pod ravnateljstvom I. Škrabala s međunar. koncepcijom Adriatic–Baltic–Croatia. Od 1993. prikazuju se samo filmovi hrv. proizvodnje; na 41. festivalu prikazan je tek jedan domaći film Cijena života (B. Žiža), te je održana revija Filmske večeri u Areni – 100 Years of Cinema; na 43. prikazani su među ostalim prva hrv. nezavisna produkcija – film Nausikaja (V. Ruić) i najgledaniji hrv. film (oko 300000 gledatelja) Kako je počeo rat na mom otoku (V. Brešan); na 44. prikazan je među inim i cjelovečernji crtani film Čudnovate zgode šegrta Hlapića (M. Blažeković). Od 47. smotre ponovno je prihvaćena međunar. koncepcija. Jubilarni, 50. festival bio je svečarski, predsj. žirija bio je Jiři Menzel. Do 1991. ravnatelji su mu bili M. Rotar, F. Hadžić, B. Torbica, B. Bekić, M. Luks, P. Volk, M. Novaković, D. Kosanović, M. Bizjak, Gorka Ostojić Cvajner, potom Davorka Lovrečić, Lj. Šikić, A. Oremović, A. Debeljuh. Osim film. projekcija P. f. f. organizira i različite popratne programe, rasprave, izložbe i dr. Posjećuju ga službeni film. predstavnici iz inozemstva i razni gosti, npr. J.-P. Aumont, M. Carné, Elizabeth Tylor, R. Burton, S. A. Gerasimov, A. Latuada, S. Peckinpah, M. Forman, J. Malkovich i dr.[35]

Sajam knjige u Istri

Sajam knjige u Istri, sajamsko-književna priredba hrvatskih i inozemnih pisaca i prevoditelja te prodajna izložba hrv. i inozemnih nakladnika. Utemeljila ga je 1995. pulska knjižara i poduzeće Castropola d. o. o., a idejni je začetnik bio B. Obradović. Od utemeljenja vodi ga Magdalena Vodopija. Održava se u Puli svake godine početkom prosinca i traje desetak dana. Od 2001. održava se u Domu hrvatskih branitelja. Na prvom sajmu izlagalo je 56 hrvatskih nakladnika, već sljedeće godine postao je međunarodni, a 2004. bilo je više od 200 izlagača. Od 2001. zove se Sa(n)jam knjige u Istri. Za trajanja sajma održavaju se predstavljanja knjiga i izdanja,

[35] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/796/pula-film-festival/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

književne večeri, glazb. priredbe i izložbe. U sklopu sajma od 2004. dodjeljuje se književna nagrada Kiklop u više kategorija (urednik/urednica, biblioteka, prozno djelo, debitantska knjiga, pjesnička zbirka, knjiga eseja, publicistička knjiga, dječja knjiga, knjiga inozemnog autora/autorice, prijevod, oblikovanje knjige, hit). Biračko tijelo, koje čine članovi hrv. stručnih, književničkih i znan. udruga i ustanova, glasuje u dva kruga: za nominiranje po triju kandidata u svakoj kategoriji i za nagrade.[36]

Trka na prstenac

Trka na prstenac, pučko konjaničko natjecanje pokrenuto 1976. u Barbanu, po uzoru na viteško nadmetanje koje se u doba mlet. uprave u tome gradu priređivalo na kraju XVII. i poč. XVIII. st. na slobodnome sajmu o blagdanu Duhova. Najstarija zabilježena trka održana je 10.VI.1696. Na drugoj zabilježenoj trci, nepoznata nadnevka održavanja, među 18 su natjecatelja slavodobitnici zajedno bili O. Quellis i Fortunat Paludi Stigher, a na trećoj, također nepoznata nadnevka, od 6 je takmaca najuspješniji bio Zvane Dragonja. Na posljednjoj znanoj trci 4.VI.1703. sudjelovalo je 8 jahača, a najvještiji je bio Antun Rovis. Natjecatelji su većinom bili plemići i građani iz istar. gradova koji su posjedovali konja i vitešku opremu. Prema zabilježenim podatcima o održanim trkama, svaki je natjecatelj sudjelovao trokratnom trkom, nastojeći u galopu kopljem nabosti prstenac sastavljen od dvaju križno spojenih kovinskih kružnih prstenova. Pogodak u sredinu (sridu) prstenca obješena na užetu ponad staze donosio je tri boda (punta), u otvor iznad sredine dva, u onaj ispod nje jedan, a ubod kopljem u otvore smještene lijevo odn. desno od sredine nosio je pola boda. Pogodak i broj bodova potvrđivali su suci (danas ČASNI SUD), pred koje se jahač s prstencem na koplju morao vratiti čim bi zaustavio konja. Stara je viteška igra obnovljena na temelju zapisa ljetopisca J. A. Batela i istraživanja D. Klena, i prema pravilima što dijelom proizlaze iz negdanjih, održana 14.VIII.1976. s konjanicima iz Barbana i Barbanštine odjevenim u istarske nar. nošnje. Od tada je ubrzo prerasla u godišnju sportsko-zabavnu priredbu. O njezinoj se organizaciji od 1979. brine Društvo Trka na prstenac, a od 1995. na trkalištu Gradišće održava se i

[36] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/865/sajam-knjige-u-istri/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

prednatjecanje nazvano Trka na viticu. Do 2003. u kolovozu ili rujnu održano je 28 nadmetanja, s 10 do 16 natjecatelja. [37]

4.5. Pozitivni i negativni utjecaji kulturnih manifestacija u Istri

Istra tijekom godine ima mnogo kulturnih manifestacija, kao što je u prethodnom potpoglavlju navedeno, no ipak sve te manifestacije imaju kako pozitivne tako i negativne utjecaje što se će se objasnit u ovom potpoglavlju.

Kao pozitivne učinke kulturnih manifestacija možemo navesti to da što je manifestacija poznatija to će se povećati imidž same destinacije te će to privući veći broj turista u tu destcinaciju. Samim održavanjem kulturnih manifestacija povećava se i mogućnost barem privremenog zapošljvanja lokalnog stanovništa, te povećanje cjelokupnog prihoda od turizma.

No uz brojne pozitivne učinke manifestacije za sobom nose i mnoge negativne učinke. Tijekom održavanja manifestacija pojavljuje se velika količina otpada što sudionici ostavljaju za sobom. Također može doći do oštećenja područja na kojem se manifestacija održava kao npr. u tvrđavi, zagađenja okoliša i tome slično. Kao još jedan negativan utjecaj manifetacija možemo navesti buku tijekom održavanja tih manifestacija što rezultira žalbom lokalnog stanovništva. Lokalno stanovništv povećava cijene hrane i pića tijekom održavanja manifestacija kao i pružanja ilegalnih usluga prijevoza i smještaja posjetiteljima manifeatcija što također ima negativan utjecaj.

[37] Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/1117/trka-na-prstenac/istra-a-z/ ,(22.08.2018)

5. ZAKLJUČAK

U posljednjim desetljećima turizam je pokazao svoj široki spektar djelovanja iako je njegov razvoj,povijesno vrlo kratak. Naime, turizam je proširio svoje djelovanje na druge sektore ili ih vezao uz sebe, bilo to zadovoljavanjem turista, proširenjem ponude i tome slično, pa danas djeluje u kooperaciji s njima. Tako su se razvili različiti oblici turizma koje nazivamo selektivnim oblicima turizma. U današnje vrijeme javljaju se novi profili putnika posebnih interesa, fokus se stavlja na interes, a ne više na atraktivnost lokaliteta.

Kao jedna od vrsta selektivnog oblika turizma javlja se i kulturni turizam. Kultura i turizam su međusobno povezani te sama kultura predstavlja motiv turističkog dolaska u neku destinaciju. Iako turisti ne moraju primarno biti motivirani kulturom, ona može predstavljati njihov sekundarni motiv. Također, turisti posjećuju razne kulturne manifestacije koje imaju pozitivne i negativne utjecaje na turističku destinaciju.

Ipak može se zaključiti da kulturni turizam ima i negativne i pozitivne strane, ali bitno je održati ravnotežu i znati na dobar način iskoristiti kulturu neke destinacije.

LITERATURA

1. KNJIGE:

Čavlek, N., et al., *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga d.d., 2011.

Dujmović, M., *Kultura turizma*, Pula, Tiskara Zelina d.d., 2014.

Dulčić, A., Petrić, L., *Upravljanjem razvojem turizma*, Zagreb, Mate d.o.o., 2001.

Getz, D., *Event Studies – Theory, Reserach and Policy for Planned Events*, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd., Oxford, 2008.

Jadrešić, V., *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma,* Zagreb, Plejada, 2010.

Jelinčić, D. A., *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb, MEANDAR, 2008.

Jovanović, V., Delić, U., *Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbi*ji, Turizam i Hoteljerstvo, Srbija, Beograd, 2010.

Van Der Wagen, L., Carlos, B., *Event Management-Upravljanje događanjima, Za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Mate d.o.o, Zagreb, 2008.

2. IZVORI S INTERNETA I OSTALO

Grgorović, G., *Kulturni turizam i europski gradovi kulture*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli: Odjel za ekonomiju i turizam, 2010.

Istrapedia, dostupno na: http://www.istrapedia.hr/hrv/istra-a-z/21/kulturne-manifestacije/

Pivčić, S., *Upravljanje manifestacijama-nastavni materijali/skripta*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2015./16.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim i društvenim resursima ... 6
Tablica 2. Primarne i sekundarne potrebe 7

POPIS SLIKA

Slika 1. Klasifikacija putnika prema WTO 4

SAŽETAK

Kulturni turizam je takva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta muzeji, izložbe, manifestacije ili pak materijalna turistička baština. Kulturni turizam uključuje putovanja u koja su uključene posjete kulturnim resursima bez obzira na osnovni motiv. Svrha kulturnog turizma je istraživanje i otkrivanje spomenika i lokaliteta, a samim time ima i pozitivne učinke jer pridonosi njihovom očuvanju i održavanju.

Ključne riječi: kulturni turizam, baština, muzeji, manifestacije, izložbe, kulturni resursi

SUMMARY

Cultural tourism is such a type of tourism where the destination of tourist visits is museums, exhibitions, manifestations or material tourist heritage. Cultural tourism includes trips involving visits to cultural resources, regardless of the underlying motive. The purpose of cultural tourism is to explore and discover monuments and sites, and thus has positive effects as it contributes to their preservation and maintenance.

Keywords: cultural tourism, heritage, museums, events, exhibitions, cultural resources