VAŽNOST KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U AFIRMACIJI TURISTIČKIH DESTINACIJA NA PRIMJERU MOTOVUNA

Miletić, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:788807

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

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
PREDDIPLOMSKI INTERDISCIPLINARNI STUDIJ KULTURE I TURIZMA

VAŽNOST KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U AFIRMACIJI TURISTIČKIH DESTINACIJA NA PRIMJERU MOTOVUNA

Završni rad

Pula, 2020.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI

PREDDIPLOMSKI INTERDISCIPLINARNI STUDIJ KULTURE I TURIZMA

VAŽNOST KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U AFIRMACIJI TURISTIČKIH DESTINACIJA NA PRIMJERU MOTOVUNA

Završni rad

Student: Karla Miletić, izvanredna studentica

Smjer: Sveučilišni interdisciplinarni studij "Kultura i turizam"

Kolegij: Kulturno povijesni spomenici

Mentor: prof. dr. sc. Slaven Bertoša

Pula, srpanj 2020.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Karla Miletić, kandidatkinja za prvostupnicu Kulture i turizma, 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 bilješke i bibliografija. Izjavljujem da ni jedan dio Završnoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, te ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad na bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

_____

U Puli 24. srpnja 2020.

IZJAVA

o korištenju autorskoga djela

Ja, Karla Miletić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, nositelju prava korištenja, da moj završni rad pod nazivom „Važnost kulturno-povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija na primjeru Motovuna“ upotrijebi da tako navedeno autorsko djelo objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te preslika u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa 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.

Potpis

_____

U Puli 24. srpnja 2020.

Sadržaj

1. Uvod 1
1.1. Predmet i cilj rada 2
1.2. Korištene metode u prikupljanju podataka 2
1.3. Struktura rada 2
2. Kulturno-povijesna baština 3
2.1. Teorijsko poimanje kulturne baštine 3
2.1.1. Materijalna kulturna baština 5
2.1.2. Nematerijalna kulturna baština 7
2.3. Turistička valorizacija kulturnog nasljeđa 8
2.2. Upravljanje kulturno-povijesnom baštinom 11
3. Kulturni turizam destinacije 17
3.1. Pojmovno određenje i nastanak kulturnog turizma 18
3.2. Obilježja kulturnog turizma i kulturnog turista 21
3.3. Turizam nasljeđa 25
3.4. Važnost razvoja kulturnog turizma 28
3.5. Održivi razvoj kulturnog turizma 33
4. Važnost kulturnog nasljeđa Motovuna 35
4.1. Turistička destinacija Motovun 35
4.2. Kulturno-povijesna baština 42
4.3. Kulturni turizam Motovuna 61
4.4. Zaključak istraživanja 64
5. Zaključak 66
Sažetak rada 68

Abstract 69
Literatura 70
Knjige 70
Znanstvene monografije i časopisi ..... **Error! Bookmark not defined.**
Internetski izvori 71
Popis tablica i slika 71

Uvod

Turistička djelatnost u proteklih nekoliko desetljeća doživljava korjenite promjene koje izazivaju duboka i temeljita odstupanja od već zastarjelih koncepata. Poznato je da suvremene turiste karakteriziraju pridjevi poput: znatiželjan, educiran, iskusan, aktivan, prodoran i slični. Samim time turistička ponuda i potražnja prolaze kroz razdoblje transformacije u želji da se prilagode novom, suvremenom turistu. Suvremeni turist, kako je već spomenuto, educiran je i željan učenja, kao i željan aktivnog sudjelovanja u životu lokalne zajednice, odnosno domicilnog stanovništva. Sve je to moguće postići pridavanjem dovoljne važnosti kulturno-povijesnoj baštini kao resursnom temelju razvoja kvalitetne i raznovrsne turističke ponude. Kulturna baština određenog područja predstavlja identitet i imidž, a u konačnici i stvara atmosferu destinacije.

Uspješno valorizirana kulturno-povijesna baština kao rezultat ima stvaranje raznolike turističke ponude, a ponajviše razvoj posebnih oblika turizma koji se nameću kao održiv smjer kretanja turističke destinacije. Bez ikakve sumnje ključni je preduvjet za efikasan razvoj kulturnog turizma postojanje vrijednih kulturnih resursa koje je moguće turistički valorizirati. Kulturni resursi, poput kulturno-povijesnog nasljeđa, izvanredno su sredstvo privlačenja posjetitelja u turističku destinaciju. Oni u konačnici čine ključno obilježje turističke destinacije jer ne smiju postojati i ne postoje dvije destinacije s identičnim kulturnim resursima. Također, bitno je voditi računa o očuvanju tih kulturnih resursa kao temelja turističke ponude, kako bi se koristili na održiv i siguran način te se tako osiguralo njihovo očuvanje za buduće generacije. Treba naglasiti da je interes za sam pojam kulturnog turizma vrlo velik, a pod pojmom kulturnog turizma podrazumijeva se ona vrsta turizma u kojem temeljni razlog turističkih posjeta čine posjeti muzejima, izložbama, koncertima ili predstavlja vrstu turizma koja se usko vezuje uz materijalnu, odnosno opipljivu baštinu i nematerijalno nasljeđe.

Ovaj rad nastoji predstaviti, odnosno naglasiti važnost kulturno-povijesne baštine kao temeljnog resursa razvoja turističkih destinacija. Također, autorica smatra da je od iznimne važnosti predstaviti kulturni turizam koji omogućuje stvaranje kompleksnije i diverzificiranije turističke

ponude koja u konačnici uključuje kulturno-povijesnu baštinu kao resurs kojim osigurava njezinu autentičnost i jedinstvenost.

1.1. Predmet i cilj rada

Cilj izrade ovog završnog rada, prema autorici, objasniti je i prikazati važnost kulturno-povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija. Također, kao temeljni cilj detaljne analize turističke destinacije Motovun ističe se istraživanje važnosti i vrijednosti bogatoga kulturnog nasljeđa. Predmet istraživanja je kulturno-povijesna baština i njezin značajan utjecaj na turističku ponudu i potražnju u turističkoj destinaciji.

1.2. Korištene metode u prikupljanju podataka

Podatci vezani za važnost, ali i sam pojam kulturno-povijesne baštine, kao i njezin utjecaj na održiv razvoj turističkih destinacija, široko su dostupni, a sukladno tome postoji brojna stručna literatura, knjige, publikacije, stručni radovi, kao i mrežni izvori koji su uvelike pridonijeli izradi ovog završnog rada. Sva literatura korištena u izradi rada navedena je na njegovom kraju. Korištene metode za izradu ovog završnog rada jesu: induktivna i deduktivna metoda, metoda deskripcije, metoda analize i sinteze.

1.3. Struktura rada

Završni rad na temu važnosti kulturno-povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija sastoji se od ukupno pet poglavlja. Nakon uvoda, koji objašnjava temu, predmet i cilj rada, korištene metode te strukturu rada, prelazi se na drugo poglavlje.

Drugo poglavlje naziva kulturno-povijesna baština, općenito teorijski određuje pojam kulturne baštine, kao i materijalno i nematerijalno nasljeđe. Također, u ovom se poglavlju napominje važnost njezine valorizacije u turističkim destinacijama, kao i važnost upravljanja kulturnom baštinom. Upravljanje je kulturnom baštinom od posebne važnosti za destinacije koje razvijaju ponudu posebnih oblika turizma pa je stoga ovo potpoglavlje posebno obrađeno i istaknuto.

Nadalje, sljedeće poglavlje govori o važnosti kulturnog turizma kao jednog od temeljnih alternativnih oblika turizma i turističke ponude. Kulturni je turizam pojmovno određen, zatim su istaknuta njegova obilježja, kao i obilježja kulturnog turista koji predstavlja ciljani segment potražnje. Slijedi potpoglavlje koje se bavi s važnošću razvoja i implementacije kulturnog turizma. Zadnje potpoglavlje uključuje održivi razvoj kulturnog turizma destinacije.

Četvrto poglavlje rada postavlja hipotezu o važnosti kulturno-povijesnog nasljeđa Motovuna kao privlačne turističke destinacije središnje Istre. Prije svega, pružen je pregled trenutnog stanja Motovuna kao turističke destinacije, ali isto tako istaknut je smjer budućeg kretanja turizma područja. Nakon toga prikazana je bogata kulturno-povijesna baština Motovuna koja je od velikog značaja za daljnji razvoj turističke ponude. Također, u sljedećem je potpoglavlju prikazan kulturni turizam turističke destinacije Motovun te je izrađena *swot* analiza, kako bi se na jednostavniji način prikazale prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje ovog posebnog oblika turizma.

Zadnje poglavlje rada predstavlja zaključak koji sumira zaključke prošlih poglavlja i daje svojevrsan sud o prikupljenim informacijama. Zaključak u suštini predstavlja rezultat cjelokupnog rada.

2. Kulturno-povijesna baština

Budući da ovaj rad istražuje važnost kulturno-povijesne baštine, autorica se fokusira na pojam kulturnog nasljeđa koji uključuje materijalnu razinu (proizvode čovjekova djelovanja), način života zajednice (interakciju duhovne i materijalne razine) te duhovnu razinu (vrijednosti, stavove, norme, spoznaje). Pojam je kulturne baštine usko vezan uz pojam kulturnog turizma budući da je ona jedan od njegovih najsnažnijih, a zasigurno najvrijednijih resursa. U nastavku rada teorijski je određen pojam kulturne baštine, nematerijalna i materijalna kulturna baština kao i važnost efikasnog upravljanja njome.

2.1. Teorijsko poimanje kulturne baštine

Pojam je kulturne baštine, odnosno kulturnog nasljeđa, širok i nadasve kompleksan. Dostupne su brojne definicije kojima su opisane spoznaje o kulturi i baštini. Međunarodna institucija ICOMOS nasljeđe, odnosno baštinu definira kao izrazito širok koncept koji međusobno povezuje prirodni i kulturni krajolik sa sastavnicom jedinstvenosti koje su dokaz dugog procesa povijesnog razvoja, a zajedno utječu na stvaranje različitih nacionalnih, regionalnih i lokalnih identiteta. UNESCO, pak, predstavlja krovnu instituciju upravljanja i očuvanja svjetske kulturne i prirodne baštine (Floričić i Floričić, 2019., str. II.).

Prema Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972., UNESCO-va definicija kulturne baštine glasi:

"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.
- Skupine građevina: skupine samostojećih ili povezanih građevina koje zbog svoje arhitekture, homogenosti ili položaja u okolišu posjeduju izuzetnu 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" (UNESCO, 1972., prema Jelinčić, 2009., str. 31.-32.).

Nažalost, ova definicija, odnosno odredba kulturne baštine donesena 1972. u obzir uzima isključivo materijalnu dimenziju kulturnog nasljeđa. No, s obzirom na vremenski odmak od prvotne Konvencije i potrebe za definiranjem one nematerijalne komponente kulturne baštine, UNESCO na 32. sjednici Generalne konvencije prihvaća novu definiciju nematerijalne kulturne baštine. Nematerijalna ili neopipljiva kulturna baština prije svega označava praksu, prezentaciju i izričaj, kao i pridruženja znanja i neophodne vještine koje zajednice, skupine ljudi ili u nekim slučajevima pojedinci prepoznaju kao dio svoje kulturne baštine (UNESCO, 1972., prema Jelinčić, 2009., str. 32.). No, o njoj samoj više u nastavku rada.

Kulturna baština, nacionalna baština, odnosno baština je pojam definiran kao nasljeđe fizičkih artefakata i nematerijalnih atributa određene grupe ili društva koje čini ostavštinu prošlih generacija, a brižno se čuva u sadašnjosti, kako bi bilo ostavljeno i očuvano kao nasljeđe za dobrobit budućim generacijama (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 16.). Upravo iz ovih razloga kulturna se baština smatra jednim od najvažnijih resursa u atrakcijskoj osnovi destinacije, a posebno u destinacijama koje imaju tendenciju razvijanja posebne ponude poput kulturnog turizma. Često se, nažalost, događa da sljedeća generacija odbaci ono što je prethodna generacija smatrala kulturnom baštinom pa ponovno oživljavanje nje same uslijedi tek nakon smjene još jedne generacije. Kulturna baština zajednički je naziv za materijalno nasljeđe, ali i ono nematerijalno.

U sljedećim je potpoglavljima prikazan obuhvat kulturne baštine, odnosno materijalne, koja predstavlja temeljno istraživanje ovog rada, kao i one nematerijalne baštine.

2.1.1. Materijalna kulturna baština

Kako je već spomenuto, pojam se kulturne baštine u prošlosti najčešće usko vezivao uz materijalno nasljeđe. UNESCO-va Konvencija o zaštiti kulturne i prirodne baštine iz 1972. isključivo definira kulturnu baštinu u opipljivom smislu. Autorica smatra kako je definicija kulturne baštine od strane međunarodne organizacije vrlo važna pa će se stoga ponovno spomenuti.

"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.
- Skupine građevina: skupine samostojećih ili povezanih građevina koje zbog svoje arhitekture, homogenosti ili položaja u okolišu posjeduju izuzetnu 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 " (UNESCO, 1972, prema Jelinčić, 2009., str. 31.-32.).

Materijalna, fizička odnosno opipljiva kulturna baština, u nekim slučajevima nazvana i nepokretna kulturna baština, uključuje građevine i povijesne lokalitete, spomenike, artefakte i druge elemente koji su vezani isključivo za određeno područje. U to su uključeni predmeti značajni za arheologiju, arhitekturu, znanost ili tehnologiju specifične kulture (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 16.).

Budući da ovaj završni rad istražuje pojam kulturno-povijesne baštine, koja predstavlja dio materijalnog nasljeđa, u sljedećoj je tablici prikazan obuhvat nje same.

Tablica 1: Obuhvat kulturno-povijesne baštine

Kulturno-povijesna baština
- Spomenici kulture
- Stari gradovi
- Arheološka nalazišta
- Zaštićene urbane cjeline
- Dvorci
- Crkve

(Izrada autorice, prema: Geić, 2011., str. 186.)

Prema prikazanoj tablici vidljivo je kako u kulturno-povijesnu baštinu spada nasljeđe materijalnih ostataka određenog područja. Ona obuhvaća: spomenike kulture, stare gradove i naselja, arheološka nalazišta, zaštićene urbane sredine, dvorce, crkve i slično. Kada je definiran pojam materijalne kulturne baštine u sljedećem se potpoglavlju izdvaja nematerijalna kulturna baština.

2.1.2. Nematerijalna kulturna baština

Prvotna je definicija u Konvenciji o zaštiti kulturne i prirodne baštine bila ograničena budući da nije uključivala neopipljivu dimenziju kulturnog nasljeđa, već se odnosila isključivo na materijalnu. Već je spomenuto kako se ta praksa promijenila prihvaćanjem definicije nematerijalne kulturne baštine na 32. generalnoj konferenciji, čime je definicija postala ključni dio Konvencije. Nematerijalna kulturna baština označava prakse, prezentaciju i izričaj, također pridružena znanja i vještine koje zajednice, skupine i pojedinci prepoznaju kao dio svoje kulturne baštine. Takva se nematerijalna baština nekada naziva i živućom kulturnom baštinom te se manifestira pomoću:

- usmene tradicije, jezika i izričaja,
- umjetnosti, prije svega scenske,
- društvenih praksi, rituala i svečanosti,
- znanja i praksa o prirodi i svemiru,
- tradicijskih obrta (Jelinčić, 2009., str. 32.-33.).

Nematerijalna se kulturna baština prenosi s generacije na generaciju i to je čini načinom povezivanja društva i stvaranja tradicije. Takvim prenošenjem s generacije na generaciju zajednice i skupine ponovno stvaraju nematerijalnu kulturnu baštinu u skladu s okolinom u kojoj žive, u skladu s prirodom, ali i povijesnim uvjetima. Nematerijalna ili neopipljiva kulturna baština predstavlja identitet naroda te se s njome poistovjećuju pripadnici naroda, skupina ili slično. Ona također osigurava svojevrstan kontinuitet življenja, a njezinim očuvanjem promiče se, podupire i razvija kulturna raznolikost, kao i kreativnost (Jelinčić, 2009., str. 32.).

Pojam nematerijalne kulturne baštine obuhvaća različite prakse, predstave, vještine, izraze, znanja, ali i instrumente, predmete, rukotvorine te kulturne prostore koji su povezani s tim, koje su prihvaćene kao dio kulturne baštine od strane zajednice, naroda, ali i pojedinaca. Nematerijalnu kulturnu baštinu zajednice i skupine kontinuirano iznova stvaraju kao neizbježnu reakciju na svoje okruženje, svoje djelovanje s prirodom i povijest. Ona im, kako je već naglašeno, pruža osjećaj identiteta i kontinuiteta te tako promiče uzajamno poštovanje društva, ali i promiče kreativnost. To je od posebne važnosti jer upravljanje kulturnom baštinom postaje

sve važnija odlika konkurentnosti na turističkom tržištu unutar Europe (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 17.).

Nakon definiranja kulturne baštine sljedeće poglavlje istražuje važnost valorizacije kulturne baštine. Naime, valorizacija kulturne baštine, kao i uspješno destinacijsko upravljanje njome, imaju brojne pozitivne učinke na njezino očuvanje i sigurno korištenje.

2.3. Turistička valorizacija kulturnog nasljeđa

U prijašnjem je potpoglavlju prikazana kulturna baština, a ovo potpoglavlje osvrće se na turističku valorizaciju kulturnog nasljeđa. Turistička je valorizacija kulturnih resursa od iznimne važnosti budući da njihovo isključivo postojanje nije dovoljno za poticanje turističkog interesa. Kako bi kulturni resursi bili poticaj i razlog dolaska posjetitelja potrebno ih je pravovremeno i na siguran način valorizirati.

Turističke su atrakcije već vrednovani turistički resursi koji imaju posebno privlačna, jedinstvena obilježja, a svojim postojanjem utječu, odnosno povećavaju ukupnu privlačnost i atraktivnost destinacije. To su oni resursi koji su prilagođeni posjetiteljima i dostupni za turističko razgledavanje. Kvalitetna i ključna valorizacija turističkih atrakcija podrazumijeva njezinu transformaciju u turistički proizvod koji tvori ponudu određenog područja, a njezina posjećenost ovisi o interpretaciji koja zaokuplja pažnju turista te im pruža nova saznanja na suvremen način koji podrazumijeva različite angažmane (Floričić i Floričić, 2019., str. 1.). Turistički se resursi, odnosno atrakcije i atraktivnosti, prema teoriji turizma dijele na kulturno-povijesne atrakcije i atraktivnosti, manifestacije i priredbe, znamenite osobe, kulturu života i rada, urbane i ruralne cjeline, kao i one umjetno stvorene atrakcije (Geić, 2011., str. 185.).

Prema Geiću (2011., str. 186.) korištenje kulture u turističkoj djelatnosti i razvoj kulturnog turizma mora biti temeljen na kvalitetnom menadžmentu kulturnih resursa i planskim dokumentima prema određenim razvojnim politikama. Već je spomenuto kako za kulturne resurse, a posebno spomeničko nasljeđe turizam može predstavljati izrazito veliko opterećenje jer direktna turistička valorizacija češće ne donosi mogućnost održavanja, već sustavno i

kontinuirano narušava te iste resurse. U tablici ispod prikazani su kulturni resursi, odnosno uobičajene vrste kulturno-turističkih atrakcija.

Tablica 2: Kulturni resursi

1. Kulturno-povijesne atrakcije		
1.1. Kulturno-povijesna baština		1.3. Kulturne manifestacije
- Spomenici kulture		- Festivali
- Arheološka nalazišta		- Predstave
- Zaštićene urbane sredine		1.4. Znameniti ljudi i događaji
- Stari gradovi		1.5. Kultura života i rada
- Dvorci		- Gastronomija
- Crkve		- Način života lokalnog stanovništva
1.2. Kulturne i vjerske ustanove		- Etničnost
- Muzeji		- Folklor i tradicija
- Kazališta		- Rukotvorine
- Hodočasnička središta		

(Izvor: Geić, 2011., str. 186.)

U tablici iznad prikazani su kulturno-povijesni resursi koje turistička destinacija može posjedovati i na njima graditi autentičnu turističku ponudu. Valorizacija je tih resursa od iznimne važnosti za daljnji razvoj destinacija.

Geić (2011., str. 191.) tvrdi kako je u okviru odnosa kulture i turizma potrebno poseban značaj pridavati valorizaciji i revitalizaciji kulturnog nasljeđa kao temeljne komponente na kojoj se gradi turistička ponuda destinacije. Implementacija, odnosno uključivanje kulturno-povijesne baštine u ponudu destinacije izuzetno je bitan kriterij turističke kulture određenog područja jer

kada se radi o kulturnom turizmu moraju se predvidjeti brojne mjere i akcije koje se provode, a sve u cilju zadovoljenja kulturnih potreba posjetitelja. Prema navedenom, neophodno je analizirati sljedeće elemente:

- Valorizaciju i revitalizaciju spomeničke baštine i kulturne nadogradnje,
- Ulogu koju kulturna baština ima kao čimbenik unaprjeđenja turističke promocije,
- Duhovne vrijednosti i događanja u kontekstu ponude i potražnje,
- Kulturni menadžment u turizmu (Geić, 2011., str. 191.).

Korištenje je, odnosno valorizacija kulturne baštine, složeni segment koji dovodi do novih spoznaja o nizu vidljivih, ali i jedva primjetnih, no i dalje jednako važnih vidova turističko-gospodarske valorizacije nasljeđa na lokalnoj, regionalnoj pa i nacionalnoj razini. Kod pristupa analize o vidovima turističke i gospodarske valorizacije kulturnog nasljeđa navodi se nekoliko glavnih značajki koje ukazuju na samu mogućnost toga:

- Promocija i brendiranje cjelokupnog turizma te veća učinkovitost na globalnom tržištu kroz valorizaciju vrijednosti kulturne baštine,
- Snažnija učinkovitost regionalnog i lokalnog turizma u čijoj je ponudi uključena baština,
- Direktne koristi subjekata u sferi turističkog gospodarstva kroz mogućnosti učinkovitije promocije i plasmana uz poveću cijenu turističkih proizvoda i mogućnost produljenja sezone temeljem vrijednosti i ponude,
- Izravni prihodi koje putem ulaznica realiziraju institucije muzeja, galerija te povijesnih atrakcija uz druge turističke prihode koji se realiziraju u objektima,
- Dio prihoda kulturne baštine kao prostora za organizaciju i održavanje kulturnih i turističkih manifestacija u tijeku turističke sezone,
- Financijska dobrobit od prezentacije etnološkog, etnografskog i drugih oblika nasljeđa, ali i suvremene kulturno-zabavne produkcije inspirirane tradicijom,
- Direktan utjecaj na povećanje zaposlenosti u vezi s raznim oblicima kulturnih sadržaja koji se koriste u turizmu,
- Prihodi od turističkih pristojbi i članarina,
- Prihodi iz osnova spomeničkih i ekoloških renti,
- Određeni udio prihoda od komunalnih taksi i naknade za korištenje spomeničkih interijera i eksterijera u turističkoj djelatnosti,

- Prihodi po osnovi vodičke službe, prodaje suvenira, ali i prodaje kulturno-povijesnih publikacija i slično (Geić, 2011., str. 191.-192.).

Prema Geiću (2011., str. 191.) izravni se i posredni vidovi turističko-gospodarskog korištenja kulturno-povijesne baštine mogu sagledati kroz određene elemente. Ti su elementi: spontana vizualna valorizacija, organizirana vizualna valorizacija, turistička i uslužna, zatim kulturno-turističke ustanove, kulturno-turistički marketing i slično. Ekonomsko vrednovanje spomeničke baštine u budućnosti značajno će utjecati na promjene konzervatorskih praksi, a represivne mjere zaštite potpuno zamijeniti ekonomskim mjerama, stimulirajući procese očuvanja spomenika.

Ranije spomenuta međunarodna institucija ICOMOS kulturnu baštinu definira kao iznimno širok pojam i koncept koji povezuje kulturni i prirodni krajolik sa specifičnostima koje svjedoče o dugom i iscrpnom procesu povijesnog razvoja, a koji utječu na formiranje nacionalnih, regionalnih i lokalnih identiteta. Identiteti predstavljaju sastavni dio modernog života, a zadatak je politike kvalitetno i održivo vrednovanje i upravljanje njima. Ističe se kako su određena baština, kao i kolektivno pamćenje lokaliteta, nezamjenjivi i iznimno važni za razvoj sadašnjosti i budućnosti. Upravo zato je za definiranje i implementaciju razvojnih strategija važno uspostaviti koordiniranu suradnju svih dionika u turističkoj destinaciji (participativni turizam) (Floričić i Floričić, 2019., str. II.).

Već je spomenuto kako upravljanje kulturnom baštinom postaje sve važnija odlika konkurentnosti na europskom tržištu, a u sljedećem se potpoglavlju pobliže objašnjava njegova važnost.

2.4. Upravljanje kulturno-povijesnom baštinom

Budući da je prošlo potpoglavlje zaključeno važnom tvrdnjom koja napominje kako je upravljanje kulturnom baštinom sve važnija odlika konkurentnosti na turističkom tržištu, autorica u ovom potpoglavlju nastoji potvrditi tu hipotezu, ali i prikazati ključnu problematiku upravljanja kulturno-povijesnom baštinom.

Upravljanje je kulturnom baštinom od velike važnosti za turističku destinaciju s obzirom na činjenicu kako je kvalitetnim upravljanjem baštinom moguće spriječiti određene negativne

učinke nastale neprimjerenim i neodrživim iskorištavanjem kulturnih resursa. Prema Geiću (2011., str. 188.) upravljanje kulturnim resursima, odnosno menadžment kulturnih resursa pretpostavlja, ali i zahtjeva koordinirano djelovanje brojnih čimbenika koji čine repertoar kulturne ponude destinacije u segmentu turističko-kulturnih atrakcija i atraktivnosti. Pod pojmom turističkih atraktivnosti smatraju se one prirodne i antropogene, odnosno kulturne vrijednosti šireg područja, a pod pojmom atrakcija uzima se određeni pojedinačni lokalitet, pojava ili manifestacija koji svojim elementima pridonose atraktivnosti destinacije. Društveni resursi temelj su razvoja društvenih i kulturnih atrakcija. Razvrstavaju se u zaštićenu kulturno-povijesnu baštinu – pokretni i nepokretni spomenici, atrakcije temeljene na kulturi života i rada i na znamenitim povijesnim događajima i osobama (Floričić i Floričić, 2019., str. 3.).

Korištenje kulture u turizmu i razvoj specifičnih oblika turizma mora se temeljiti na razvoju menadžmenta kulturnih resursa kao i planskim dokumentima. Neke turističke destinacije podrazumijevaju korištenje kulture u turizmu na tri temeljna načina:

- Podupiranje razvoja kulturnog te umjetničkog stvaralaštva,
- Korištenje umjetnosti i kulture kao jednog od sredstva postizanja izvankulturnih ciljeva,
- Oblikovanje turističke i kulturne politike na takav način da se kultura kao i kulturni razvitak shvaća kao široki prilagodljiv resurs koji u konačnici stvara identitet i imidž te povećava dobrobit zajednice (Geić, 2011., str. 186.).

Bitno je naglasiti kako za kulturne resurse, a posebice spomeničku baštinu, turizam može i često predstavlja veliko opterećenje jer joj izravna turistička valorizacija ne donosi jasnu mogućnost održavanja već je kontinuirano, odnosno sustavno narušava. Upravo je to jedan od temeljnih izazova s kojima se upravljanje kulturnom baštinom susreće. U nastavku će se promotriti mogućnosti, ali i izazovi upravljanja kulturno-povijesnom baštinom.

Participativni turizam, ili uključiv turizam, odgovoran je i održiv oblik turizma koji uključuje sve dionike unutar određene turističke destinacije koji zajednički rade na stvaranju autentičnih, novih kulturno-turističkih proizvoda, a koji kasnije utječu na njihov svakodnevni život, stavove pa u konačnici i okruženje. Uključivanjem različitih dionika u lokalnoj zajednici osigurava se njezina ekonomska, sociološko-kulturna financijska održivost. Participativni turizam je onaj koji osigurava atmosferu, autentičnost, stvara empatiju te osigurava konkurentnost na turističkom

tržištu. On je vrlo važan kod kreiranja specifične ponude, budući da participativni projekti ne služe samo osnaživanju posjetitelja već svaki takav projekt ima tri dionika, institucije, sudionike i publiku. Participativni proces odlučivanja ističe četiri temeljna gledišta u planiranju turizma osnovanog na kulturi i kulturnoj baštini (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 10.). Upravljanje kulturnom baštinom područja zahtjeva simultane akcije dionika lokalne zajednice, budući da je to kompleksan i dugotrajan proces.

Geić (2011., str. 185.) navodi kako teorija turizma dijeli turističko kulturne resurse na kulturno povijesne atrakcije i atraktivnosti, manifestacije i priredbe, znamenite ljude, kulturu rada i života, urbane i ruralne cjeline te one artificijelne atrakcije. Resursni destinacijski menadžment sve ove brojne i nadasve složene segmente treba uspješno uklopiti u kvalitetan turistički proizvod. Bez ikakve sumnje istinska turistička vrijednost destinacije počiva u načinu na koji ona organizira prirodne, društvene, kulturne i povijesne resurse u atraktivnu turističku cjelinu, odnosno ponudu. Upravo je navedeno temeljni zadatak destinacijskog menadžmenta. Destinacijski menadžment je onaj koji osigurava transparentnije procese planiranja, organiziranja te vođenja i kontrole (monitoringa) različitih procesa u turizmu. On je od izrazite važnosti za turističke destinacije s obzirom na to da aktivno sudjeluje u izgradnji njihove prepoznatljivosti, ponude i ostalih čimbenika (Gržinić, 2015., str. 184.).

Zanimljivo je kako destinacijske menadžment organizacije, ustanove odgovorne za zaštitu baštine, posjetitelji, ali i lokalne zajednice obično potpuno različito gledaju na turizam jer su njihovi interesi, ideje, uloge te izazovi u planiranju i implementaciji turizma suštinski drugačiji. Sva ta četiri gledišta bi trebala biti u konačnici ravnopravna ako se želi postići da sve skupine imaju koristi i prosperiraju. Sudjelovanje cjelokupne zajednice u procesima razvoja posebnih oblika turizma podržava lokalnu kulturu, kao i tradiciju, te znanja i vještine koje stvaraju ponos i identitet zajednice. Konačni je cilj sudjelovanja lokalne zajednice iznalaženje istinske autentičnosti, poboljšanje komunikacije među dionicima, stvaranje novih vještina i znanja od koristi za lokalno stanovništvo, uključivanje u procese razvoja i osiguranje održivosti turističke destinacije. Od posebne je važnosti osvijestiti cijelu zajednicu da participativni pristup treba njegovati od same faze planiranja razvoja turizma. U razvojnom procesu, prilikom izrade same dokumentacije trebaju sudjelovati djelatnici u turizmu, javnost, poduzetnici te lokalno stanovništvo, kao i drugi dionici, kako bi se na što odgovorniji i kvalitetniji način pridonijelo

razvoju turističke destinacije i omogućilo stvaranje jedinstvenog turističkog proizvoda za destinaciju (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 13.).

Nakon što je objašnjen koncept participativnog turizma bitno je naglasiti što on omogućava. Participativni turizam turističkim destinacijama omogućava: potporu održivom razvoju destinacije, pravedniju podjelu koristi i troškova, pravedniju distribudciju moći među dionicima, sudjelovanje i podršku dionika, inovativna rješenja i ideje, mogućnosti primjene znanja i sposobnosti dionika, učinkovitost, kreativnost i koncept održivog razvoja (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 10.).

Participativni turizam je iskustven, kreativan, usmjeren prema održivosti, pridonosi dobrobiti lokalne zajednice, njeguje holistički, nenametljiv pristup, postavlja visoku razinu kvalitete, kao konačan cilj temeljen je na suradnji i partnerskom odnosu. Ključ je uspješnog osmišljavanja kulturno-turističkog proizvoda očuvanje kvalitete života stanovnika u lokalnoj zajednici. Turizam se, nažalost, pretežito temelji na bitnoj ekonomskoj koristi, dok se samo ponekad kroz kvalitetno osmišljen kulturno-turistički proizvod osigurava očuvanje društvenih i kulturnih običaja, odnosno baštine. U kreiranju novog kulturno-turističkog proizvoda traže se vrijednosti za poticanje vitalnosti lokalne zajednice, stvaranje zdravog ekosustava, stvarajući kulturni, socijalni, ljudski, financijski, politički i drugi kapital. Participativno, kako je već naglašeno, znači aktivno, prosperitetno, te nadasve okrenuto prema lokalnoj zajednici. Danas je odgovornost za uspješan doživljaj, a time i kulturno-turistički proizvod, na zajednici koja mora prepoznati lokalne potencijale i biti aktivno uključena u njihovo korištenje i usmjerena na specifične zahtjeve tržišta. Kulturni, a u tom slučaju i turistički proizvod, mora nadići pragmatičnost i usmjeriti se na emotivni doprinos, odnosno empatičnost i povezivanje zajednice s lokalitetom i pobuditi interes. Odgovornost kreiranja kvalitetnog kulturnog proizvoda leži u uspješnoj interpretaciji, osmišljavanju, ali zasigurno i izvedbi te komuniciranju sa zainteresiranim stranama. Budući da je turizam obično dio šireg sociološko-kulturni konteksta, autentična su iskustva proizvod ponosa lokalne zajednice te njihove kulture. Zbog prirode je turizma, odnosno njegove dinamičnosti, nepredvidivosti i složenosti, integriranost različitih dionika neophodna, a ono što se traži je kako zaista i ujediniti različite dionike pri stvaranju novog kulturno-turističkog proizvoda (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 10.).

Turistički resursi imaju vlastiti stupanj atraktivnosti i intenziteta, a ovisno o njegovoj jačini, pojedini turistički resursi mogu samostalno utjecati na privlačenje turista, dok većina turističkih resursa djeluje kao klaster, odnosno povećanje intenziteta atraktivnosti ostvaruje u kombinaciji s drugim turističkim resursima. Zbog toga dionici, lokalna uprava turističke destinacije te DMO i drugi trebaju objektivno sagledati atrakcijsku osnovu određene destinacije, klasificirati je i evidentirati te evaluirati potencijale zajedničkog djelovanja, kao i razviti strategije marketinškoga plasmana i promocije na turističkom tržištu (Floričić i Floričić, 2019., str. 5.).

Upravljanje turizmom, a time i kulturnom baštinom, u urbanim sredinama zahtijeva specifičan, integrirani pristup. Uspješno planiranje usmjereno je na predviđanje sukoba interesa između urbanih planera, osoba zaduženih za turistički razvoj, konzervatora i lokalnog stanovništva. U povijesnim gradovima, odnosno gradovima u kojima je kulturno-povijesna baština bitna sastavnica, živi radno aktivno stanovništvo i stoga je nedopustivo pretvaranje tih lokacija, od strane turizma ili industrije nasljeđa, u muzeje ili fosilizirane povijesne atrakcije na otvorenom. Nevjerojatno velikom broju destinacija u svijetu, zbog prevelikoga broja turista koji ih posjećuju, prijeti sustavno uništenje, tako da su problemi konzervacije i upravljanja tim resursima ključne teme kojima se turizam, a posebno kulturni turiam, bavi u posljednje vrijeme. Jedan od glavnih izazova je održavanje ravnoteže između konzervacije i upravljanja posjetiteljima. Konzervatorski su odjeli u pravilu uvijek spremni izdati dozvolu za obnovu baštine, ali nisu uvijek tako blagonakloni prema ogromnom broju posjetitelja ili pak naglom turističkom razvoju. Bez ikakve sumnje, svako turističko područje, lokalitet ili destinacija, bez obzira na svoje prostorne granice, ulazi u turistički razvoj sa svojevrsnim rizikom od moguće saturacije. Kvalitetno i pravovremeno planiranje razvoja turizma na lokalnoj razini, baš kako je gore spomenuto od strane destinacijskog menadžmenta, ali i drugih dionika pridonosi razvoju turizma i izbjegavanju neželjenih posljedica u lokalnoj zajednici koje se manifestiraju u brojnim segmentima (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 39.).

Upravljanje kulturnom baštinom koncept je koji se bavi upravljanjem kulturnim resursima održavajući pritom sustavnu brigu o vrijednosti kulturnih dobara, kako bi sadašnje i buduće generacije mogle u njima kontinuirano uživati. Na taj se način vezuju kulturna baština i održiv razvoj koji imaju zajednički cilj, a to je savjesno korištenje resursa i njihovo očuvanje.

Upravljanjem kulturnom baštinom bavi se, kako je istaknuto, menadžment kulturnih resursa (Jelinčić, 2009., str. 39.-40.).

Kod upravljanja kulturnom baštinom posebno je važno razumijevanje motiva dolazaka i želje za provođenjem vremena posjetitelja na nekom lokalitetu baštine, a ti motivi mogu biti sljedeći:

- Stvaranje novih i zanimljivih spoznaja, inspiracija te znatiželje,
- Stvaranje osjećaja angažmana i participacije (primjerice, studenti arheologije ili kulturnih studija, volonteri i drugi),
- Stvaranje aktivnosti i specifičnih proizvoda objedinjenih interesima određene grupe (npr. različite udruge, škole, parovi, djeca i drugi),
- Omogućavanje istraživanja,
- Povezivanje tehnologije i povijesti (npr. digitalne igre, virtualna stvarnost i sl.),
- Izgradnja samopouzdanja i poboljšanje komunikacijskih sposobnosti (primjerice timski rad, prezentacije, promatranje, intervju i sl.),
- Stvaranje društvenog kapitala (lokalitet ima mogućnost postanka centra zajednice za različite grupe dionika),
- Kreiranje novih odnosa (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 17.).

Osim navedenog, od velike je važnosti razviti kvalitetan i održiv sustav upravljanja posjetima lokalitetima kulturne baštine. Naime, upravljanje je brojem posjetitelja jako važno kod razvijanja koncepta održivog razvoja, budući da su neki od navedenih negativnih učinaka razvoja kulturnog turizma saturacija kulturnih atrakcija zbog povećanja broja posjetitelja, kao i devastacija kulturne baštine zbog velikog broja posjetitelja koje nije moguće kontrolirati. Takav sustav upravljanja brojem posjetitelja radi sukladno s principima održivog razvoja, kako bi se na efikasan način očuvala kulturna baština za budući razvoj i generacije.

Temeljni je cilj i zadatak upravljanja kulturnom baštinom očuvanje nematerijalne i materijalne baštine za buduće generacije, a njega je moguće postići i uvođenjem novih složenih turističkih proizvoda kao što je kulturni turizam, kako bi se potaknulo i financijski omogućilo očuvanje. Aktualiziranjem ponude turističkih destinacija, odnosno implementacijom kulturnog turizma i isticanjem važnosti očuvanja kulturno povijesne baštine stvara se povoljan imidž destinacije koji

u konačnici privlači posjetitelje kojima cilj nije komodifikacija kulture već aktivno sudjelovanje u njoj i edukacija o njoj.

3. Kulturni turizam destinacije

U ovom poglavlju autorica se osvrće na pojam kulturnog turizma. Kulturni je turizam predstavljen kao oblik turizma posebnih interesa ili selektivni, odnosno alternativni oblik turizma koji svoju budućnost ima u svim destinacijama koje svoju ponudu žele temeljiti na svojim kulturnim resursima, odnosno atraktivnostima. Nakon pojmovnog određenja govori se o povijesti i nastanku kulturnog turizma kao jedne od najznačajnijih vrsta posebnih oblika turizma. Svakako, obilježja ove vrste turizma čine ga specifičnim, stoga će se u sljedećim poglavljima ona posebno promotriti. Nakon obilježja potanko se objašnjava važnost implementacije kulturnog turizma kod afirmacije turističkih destinacija.

Prije svega bitno je naglasiti kako je kulturni turizam nastao kao oblik turizma posebnih interesa ili oblik alternativnog turizma, o čemu će više riječi biti u nastavku. Dakle, alternativni se turizam javlja kao odgovor na nedaće koje se vežu za rast i razvoj masovnog turizma destinacije. Masovni je turizam u prošlosti bio povoljno sredstvo/turistički proizvod kod zemalja koje su svoju ponudu usko vezivale za određenu sezonu, a najčešće ljetnu. Naime, masovni je turizam nekada bio poželjan jer je u konačnici donosio dobre ekonomske, odnosno financijske rezultate, no polako upoznajući njegovu suštinsku neodrživost, stručnjaci pokušavaju naći rješenje. Zasićenje jednoličnošću ponude, sezonalnost te neodrživot samo su neki od izazova vezani za masovni turizam koji su prepoznati već nakon desetljeća djelovanja ovog koncepta. U tim je trenucima najvažnije bilo spriječiti daljnji razvoj i širenje masovnog turizma kao izgledno povoljnog sredstva za razvoj gospodarstva određenih država. Još i danas ovaj koncept živi i, nažalost još uvijek, smatran je temeljnim turističkim proizvodom u nekim turističkim destinacijama. Bez ikakve sumnje koncept je masovnog turizma donio povoljnu gospodarsku situaciju zemljama u razvoju i onima kojima je turizam temeljna privredna grana, kao primjerice Hrvatskoj. No, uz sve negativne učinke turističku je ponudu vrlo važno proširiti i produbiti u smislu implementacije novih, inovativnih i održivih proizvoda kojima je temeljni cilj očuvanje, odnosno pametno i održivo korištenje resursne osnove nekog područja. Alternativni turizam ili

turizam posebnih interesa koji se javlja kao odgovor na koncept masovnog turizma, kako i sam naziv govori, definira se kao turizam u potpunosti različit od onog već poznatog. Danas su poznate brojne vrste turizma posebnih interesa, a jedan od najvažnijih je bez ikakve sumnje kulturni turizam.

3.1. Pojmovno određenje i nastanak kulturnog turizma

Bez sumnje može se tvrditi kako je pojam kulturnog turizma vrlo širok i obuhvaća brojne elemente, a samim time nije ga jednostavno definirati. Prema Jelinčić (2009., str. 41.) ne postoji jedinstvena, specifična definicija kulturnog turizma budući da oni koji se njime zaokupljaju uzimaju u obzir jedinstvenost vlastitog proizvoda i resursa. Tomljenović (2006., str. 120.) također napominje specifičnost definiranja pojma kulturnog turizma, no smatra kako je njegovu definiciju izuzetno teško izvući s obzirom na kompleksnost obaju pojmova. Istina je kako su kultura, ali i turizam, pojmovi sami po sebi kompleksni i vrlo nezahvalni za jednostavno, suhoparno definiranje. Kulturni turizam je složen turistički proizvod, što se u konačnici odražava i na karakteristike potražnje za kulturnim turizmom. Upravo zbog njegove kompleksnosti i slojevitosti, pri planiranju razvoja kulturnog turizma nalaže se potreba za njegovim jasnim definiranjem, kao i za identificiranjem osnovnih trendova koje je potrebno uvažavati u tom procesu (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015., str. 7.).

Širina obuhvata ovih pojmova kulture i turizma zaokuplja stručnjake i autore od njihove same pojave. No, svaka definicija kulturnog turizma, naravno dosad određena, ima istaknutu zajedničku važnost, a to je upoznavanje turista s onime što određen grad, regiju ili državu čini različitima i atraktivnima, suštinski to može biti kultura, umjetnost, povijest ili u većini slučajeva kombinacija ovih resursa. Već je spomenuto kako postoje brojne definicije pojma kulturnog turizma, no autorica se odlučila na isticanje definicije Svjetske turističke organizacije (UNWTO-a) kao u ovom slučaju najprikladnije. Dakle, Svjetska turistička organizacija kulturni turizam definira kao putovanja primarno motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, putovanja koja uključuju posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća (Tomljenović, 2006., str. 121.). Navedena definicija predstavlja doživljajnu definiciju

kulturnog turizma, a one uz motivacijske definicije nastoje obuhvatiti pojavu takve vrste turizma u svoj njezinoj kompleksnosti. Najčešće se takve definicije smatraju prilično nepraktičnima pa je uvedena i tehnička definicija ovog fenomena. Tehnička definicija osigurava specifikaciju aktivnosti koje su dio kulturnog turizma, a odraz su karaktera kulturnih resursa određenog područja. U Europi se pod takvom definicijom najčešće navodi i primjenjuje ona dvostrukog karaktera koju određuje European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), a tvrdi kako je kulturni turizam predstavlja sva putovanja koja uključuju posjete kulturnim atrakcijama izvan stalnog mjesta boravka, s ciljem stjecanja novih znanja i doživljaja koji zadovoljavaju kulturne potrebe pojedinca (Tomljenović, 2006., str. 120.-121.).

Dakle, kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je prouzročeno kulturnim atrakcijama izvan njihova uobičajena mjesta stanovanja, a s namjerom prikupljanja novih iskustava i informacija kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe. Kulturni turizam onaj je oblik turizma u kojem je osnovna motivacija posjetitelja otkriti, naučiti, doživjeti i posjetiti materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije i proizvode u destinaciji. Te atrakcije i proizvodi obuhvaćaju skup prepoznatljivih materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja nekog društva. Ta obilježja obuhvaćaju povijesnu i kulturnu baštinu, umjetnost i arhitekturu, gastronomsku baštinu, književnost, glazbu, kreativne industrije te žive kulture sa stilom života, vrijednosnim sustavima, stavovima i tradicijama društva (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 20.).

Povijest turizma oduvijek je uključivala putovanja ljudi motivirana onime što je danas određeno kao kulturno turistički doživljaj, odnosno istaknuta želja za posjetom kulturno-povijesnim spomenicima, muzejima, gradovima i drugim. No kulturni je turist, kao distinktivna grupa posjetitelja, prepoznat tek krajem 1970-ih godina prošlog stoljeća. Kako je do toga došlo i put koji je kulturni turizam trebao proći kako bi bio prepoznat kao turizam specifičnog značaja napominje se u nastavku. Početak je nastanka i razvoja kulturnog turizma stručnjacima i istraživačima nepoznat zbog nekoliko razloga, a koji su sljedeći. Poznato je kako svako putovanje može imati karakteristike kulturnog upravo zbog toga što putnik u ovom slučaju namjerno ili slučajno upoznaje kulturu destinacije, odnosno mjesta u koje putuje. Također, za prve se individualne putnike može tvrditi da su bili kulturni turisti, a razlog tomu nalazi se u činjenici kako je u to vrijeme putovanje bilo isključivo privilegija bogatih, a motivi za odlazak na putovanja bili su naravno, pored ostalih, baš kao i danas, upoznavanje kulture različite od

vlastite. U vremenu kada se turizam snažno razvija i postaje 'pravom' svakog čovjeka, što se dogodilo usred bitnih promjena tek 50-ih godina dvadesetog stoljeća, osnovni motiv kod putovanja nije kultura i njezino upoznavanje već odmor uz gotovo isključivu promjenu lokacije. Bez sumnje ovaj period označili su nagli tehnološki napredak, bolja zarada, ali i mogućnost slobodnog vremena koji su svaki na svoj način radničkoj kasi osigurali nove avanture. Takve promjene uvelike su utjecale na oblikovanje masovnog turizma koji je prije svega označavao svojevrstan bijeg iz monotone rutine svakodnevnog života. 'Bijeg od stvarnosti' postao je način i potreba provođenja godišnjeg odmora, a pojam masovni turist i danas predstavlja putnika koji voli poznat i pasivan odmor. Ovaj je oblik turizma gotovo dva desetljeća dominirao turističkim tržištem, a u nekim područjima i dulje od toga. No već 80-ih godina dvadesetog stoljeća dolazi do velikih promjena na turističkoj sceni. Sve obrazovaniji turisti, veća zarada, ali i kolektivno zasićenje jednostranošću ponude, stvorili su novog putnika – postmodernog turista. Takav novi tip turista zahtijevao je više, a to je u konačnici dovelo do segmentacije turističkog tržišta na određene specijalizirane oblike. Dakle, sukladno i komplementarno turistu kojeg karakteriziraju odlike poput iskustva, potrebe za novitetima, aktivnostima i daljnjom edukacijom, došlo je do razvoja posebnih oblika turizma. Postmoderni turist prilikom kretanja na putovanje odlazi s već unaprijed razrađenom vizijom i planom u kojim sve aktivnostima želi sudjelovati, na koji način se želi približiti lokalnoj zajednici, a ima i posebne interese koji unaprijed određuju odabir destinacije. Postmoderni turist želi uključenost i vlastiti aktivni razvitak, a ne pasivan odmor u kojem je masovni turist uživao. S obzirom na sve navedene odlike novog tipa turista ne čudi što je to zahtijevalo i sve snažnije profiliranje turističke ponude, a sve u harmoniji sa specijaliziranim oblicima turizma. Uza sve što je opisivalo kulturni sektor u Europi, a posebno nepopularan trend financijskog nepodupiranja kulturnog sektora, on svoju priliku vidi u promjenama na području turizma. U tom je vremenu, kako je već spomenuto, postalo očigledno da za daljnji razvoj i zadovoljenje postmodernog turista neće biti dovoljno upregnuti više smještajnih kapaciteta ili ponuditi isključivo izvorne prirodne ljepote, već će se zahtijevati jednako kvalitetan i razvijen kulturni program. Kultura je opet bila u središtu zbivanja, odnosno ponovo je smatrana potrebnom i nadasve važnom sastavnicom turističke ponude destinacija. Upravo zato u to vrijeme novog postmodernog turista ili 80-ih godina prošlog stoljeća počinju značajnija i stručnija istraživanja teme kulturnog turizma. Već desetljeće kasnije kulturni je turizam postao masovna pojava pa u skladu s time Svjetska turistička organizacija procjenjuje da

oko 37 posto međunarodnih putovanja uključuje aktivnosti vezane za kulturu, a neki istraživači zaključuju kako je taj broj i mnogo veći. Nagli porast interesa za kulturni turizam, ali i brojne druge oblike turizma posebnih interesa, pripisiv je gotovo isključivo smanjenju popularnosti masovnog turizma, ali i sve snažnijoj konkurenciji na turističkom tržištu, gdje je s obzirom na ekspanziju kulturne ponude, kao i zasićenje tržišta, sve teže istaknuti svoju jedinstvenost. Smatra se kako je kulturni turizam ili njegova implementacija optimalan način za iskorištavanje kulturnih resursa u turističkoj ponudi, a sve kako bi se konačno osigurala kvaliteta i još važnije očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine kao izraza identiteta zajednice. Zaključno, kulturnim turizmom smatra se novo tržište koje je nastalo odvajanjem potražnje i stvaranjem određenih tržišnih niša. Kulturni su turisti, baš kao što je okarakteriziran postmoderni turist, obrazovaniji, sposobniji, željni učenja, ali i kvalitetni potrošači. Bez ikakve se sumnje može tvrditi kako je kulturna ponuda doživjela gotovo nevjerojatnu ekspanziju, što je vidljivo između ostalog i u povećanju broja muzeja i kulturnih ustanova. Izrazita orijenatacija tih kulturnih ustanova na turiste u konačnici je povezala i oblikovala suradnju sektora kulture i turizma (Jelinčić, 2009., str. 52.-58.; Tomljenović, 2006., str. 119.-121.).

Nakon osvrta na nastanak i sam pojam kulturnog turizma, u sljedećem potpoglavlju navode se obilježja ove specifične vrste turizma, ali i obilježja koja ističu distinkciju kulturnog turista od onog masovnog.

3.2. Obilježja kulturnog turizma i kulturnog turista

U prijašnjem je potpoglavlju prikazan nastanak kulturnog turizma, a uz to spomenuta su njegova obilježja, no s obzirom na njegovu važnost i značaj, u ovome će se potpoglavlju dublje objasniti obilježja, a poseban akcent stavlja se na karakteristike kulturnog turista kao činitelja potražnje ove posebne vrste turizma.

Procjenjuje se da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži komponentu kulture pa je stoga proizvod kulturnog turizma izrazito heterogen i uključuje raznolike aktivnosti pa je teško govoriti o jedinstvenom proizvodu i jedinstvenom profilu kulturnog turista. Općenito se smatra da kulturni turizam obuhvaća putovanja pretežito motivirana upoznavanjem kulturne

baštine, povijesti, umjetnosti i 'kulture života i rada'. Kulturni turisti poželjan su segment iz više razloga, a ponajviše jer su gosti više platežne moći, obrazovaniji i stimuliraju kulturne aktivnosti u destinaciji. Putovanjima motivirana kulturnom najčešće na sebe vežu i pojmove poput edukacije, iskustva i slično pa se onda govori o potrebi učenja i zabave, što je rezultat sve veće obrazovanosti suvremenih turista i generalne potrebe 'rada na sebi'. Upravo je iz tih razloga spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi, što dovodi do daljnje segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o tri osnovna segmenta, a to su:

- putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti kroz koje se upoznaje prošlost,
- putovanja motivirana nazočnošću na kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera uključujući i popularnu kulturu,
- putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se odnose na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlih vremena, poput učenja glagoljice, tradicijskih vještina, suvremenu praksu kulture života i rada ili suvremenu umjetničku produkciju (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015., str. 8.).

Kod planiranja kulturnog turizma posebice treba obratiti pažnju na karakteristike ponude kulturnog turizma. Razvoj je kulturno-turističkih proizvoda paralelan pa i brži s rastom potražnje. Bitno je također naglasiti kako je porast ponude uvjetovan simultanim djelovanjem određenih čimbenika, a neki od njih jesu:

- ubrzani proces urbane obnove i kreiranje imidža gradova, gdje je kultura korištena kao glavni mehanizam revitalizacije i unaprjeđenja,
- promjene u sustavu financiranja kulturnog sektora, gdje je smanjeno financiranje iz proračuna i očekuje se da će institucije u kulturi svoje potrebe sve više financirati iz vlastitih izvora,
- sve intenzivnija konkurencija na turističkom tržištu, gdje je kulturna ponuda lokaliteta korištena kao sredstvo kreiranja autentičnog imidža destinacije (Tomljenović, 2006., str. 124.).

Pored svih navedenih osnovnih segmenata, primjećuje se rast potražnje za specifičnim "kulturnim" resursima, kao i sve očitija integracija kulturnog turističkog proizvoda s

gastronomijom, religijom, umjetničkim ili kreativnim praksama. Stoga danas kulturni turizam predstavlja nešto više od pukog obilaska kulturnih atrakcija, on se okreće prema sve više uključivim oblicima potrošnje. Suvremena turistička djelatnost potiče razvoj kulturnog turizma iz pragmatičnog, odnosno sektorskog interesa, koristi od njegovog razvoja su višestruke i prelaze okvire turizma. Brojni su razlozi za razvoj kulturnog turizma, npr. valoriziranje i čuvanje nasljeđa, zapošljavanje, ekonomski rast, jačanje kulturne ponude, njegovanje tradicije i razvoj identiteta te poticanje kreativnosti. Razvoj kulturnog turizma također stimulira razvoj kulturnih atrakcija (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015., str. 9.).

Pomalo nespretan pojam kulturnog turista nastao je već krajem 70-ih godina dvadesetog stoljeća i u to je vrijeme označavao još uvijek malobrojne bolje obrazovane i bogatije osobe s izraženim interesom za kulturu i umjetnost, dok je, primjerice, danas više nego očita njihova heterogenost. Prema Tomljenović (2006., str. 122.-123.) istraživanja pokazuju kako kulturni turisti općenito spadaju u kategoriju osoba s većim ili čak iznadprosječnim primanjima i višim obrazovanjem te su češće srednje i starije životne dobi, s većim udjelom žena. Kulturni su turisti iskusni putnici koji posjećuju velik broj kulturnih atrakcija tijekom putovanja. Oni su prema većini kategorija, a posebno socio-demografskim karakteristikama i strukturi putovanja i ponašanju u receptivnoj destinaciji, gotovo idealni posjetitelji. S obzirom na navedene karakteristike, studije također dokazuju kako kulturni turisti ne čine homogeno tržište. Oni se suštinski razlikuju po centralnosti koju kultura ima u njihovoj motivaciji, odnosno odluci o putovanju i posjetu određenoj destinaciji. S obzirom na tu motiviranost turista na kulturno putovanje, tipologiju je kulturnog turizma moguće razviti prema samom stupnju motivacije. Prema tome se izvode sljedeće vrste motivacije:

- primarna motivacija – turist ide u posjet određenoj lokaciji s jasno definiranom namjerom da se uključi u kulturni turizam (posjeti festivalima, koncertima, izložbama, predstavama i slično),
- usputna motivacija – turist zbog nekog određenog razloga posjećuje destinaciju, a tek sekundarnu motivaciju predstavlja posjet zbog kulture određenog područja,
- slučajna motivacija – turist putuje, ali nema izraženu želju ni namjeru upoznati se s kulturnom baštinom područja, no za vrijeme svojeg boravka neizbježno će doći u kontakt

s lokalnim stanovništvom putem kojeg će upoznati njihovu kulturu (Jelinčić, 2009., str. 44.).

A prema i u skladu s time, prezentacija kulturnih resursa mora osigurati širok raspon aktivnosti i doživljaja kako bi se mogli prilagoditi pojedinoj vrsti posjetitelja. Dakle, od velike je važnosti razumijevanje motiva dolazaka i želje za provođenjem vremena posjetitelja na određenom lokalitetu baštine, a neki od njih su sljedeći: stvaranje novih spoznaja, inspiracija te znatiželje, stvaranje osjećaja angažmana i participacije, stvaranje aktivnosti i specifičnih proizvoda, omogućavanje istraživanja, povezivanje tehnologije i povijesti, izgradnja samopouzdanja i poboljšanje komunikacijskih sposobnosti, stvaranje društvenog kapitala, kreiranje novih odnosa (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 11.).

Jedno od sadržajnijih istraživanja, provedenih za područje Hrvatske, Instituta za turizam (TOMAS) iz 2008. neke je od ranije navedenih pretpostavki i opovrgnulo. Naime, rezultati istraživanja prikazali su kako prema profilu kulturnih turista prevladavaju posjetitelji srednje (47%) i mlađe dobi (30%), s nešto većim udjelom muškaraca (53%). Pokazalo se kako su posjetitelji muzeja i galerija nešto starije osobe od prosjeka, a na događanjima prevladavaju nešto mlađe generacije. Bez sumnje, potvrđena je teza kako su kulturni turisti mahom ili barem većinskim udjelom fakultetski obrazovani (38%) ili sa završenom višom školom (24%). Većina njih ima visoka ili jako visoka primanja, prema prosjeku, njih čak 55% ima ukupna mjesečna primanja u rasponu od 7.300 kuna pa sve do 21.900 kuna. Među kulturnim turistima, barem za područje Hrvatske, prevladavaju inozemni posjetitelji (62%). Većina je tih kulturnih turista ili posjetitelja motivirana, kako je već i spomenuto, željom za učenjem (26%), u kombinaciji s imidžem atrakcije ili događanja (18%), znatiželjom (18%) te željom za druženjem s osobama u pratnji (17%). Na njihovu već napomenutu upućenost, planiranje te stavove utječu načini prikupljanja informacija. Kulturni turisti često prikupljaju informacije o kulturnoj atrakciji ili određenom događanju čak i više od godinu dana unaprijed (46%) ili po samom dolasku u destinaciju (26%). Pri prikupljanju informacija najčešće se, barem kako je pokazalo istraživanje, oslanjaju na preporuke prijatelja, rođaka ili domicilnog stanovništva, a od formalnih kanala najčešće su korišteni internet (21%), promotivni materijali (18%), TV/radio (16%), turistički vodiči (14%), a najmanje novine ili časopisi (14%). Prije je u radu spomenuto zbog čega kulturni turisti ne čine homogeno tržište, a tek se trećina kulturnih turista može smatrati direktnim,

ciljanim, kulturno motiviranim posjetiteljima koji putuju isključivo zbog posjeta kulturnoj atrakciji ili su na kulturno motiviranom odmoru. Prema dostupnom istraživanju, događanja privlače najveći udio kulturno motiviranih posjetitelja (46%), zatim slijede kulturne znamenitosti (34%) te muzeji i galerije (30%). Za područje je Hrvatske zanimljivo također kako kulturne atrakcije i događanja privlače znatno veći broj posjetitelja u kontinentalnim županijama (49%) nego u primorskim i obalnim područjima (27%). Većina kulturnih turista (85%) svoja putovanja organizira samostalno, a također većina je njih (70%) na višednevnom putovanju. (http://www.iztzg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf, srpanj 2020.)

Nakon interpretacije analize, odnosno istraživanja Instituta za turizam za područje kulturnog turizma iz 2008., vidljivo je kako su kulturni turisti posebni segment potražnje, no nisu homogeno tržište. Također, neke su pretpostavke već spomenute ranije u radu potvrđene, dok su neke opovrgnute.

3.3. Turizam nasljeđa

Turizam nasljeđa predstavlja podsektor kulturnog turizma. S razvojem se industrije nasljeđa koncept baštine sve intenzivnije povezuje s komodifikacijom prošlosti. Turizam je nasljeđa usmjeren na materijalnu kulturno-povijesnu baštinu koja uključuje građevine, spomenike, nalazišta, artefakte i slično te nematerijalnu kulturno-povijesnu baštinu ili tradicije, sjećanja, osjećaje, ideje, vjerovanja i druge (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 34.).

UNESCO, odnosno ključna institucija kod upravljanja i očuvanja svjetske kulturne i prirodne baštine, razvija specijalne programe i mjere u skladu s odrednicama održivoga razvoja – Agenda 2030, za budućnost jedan je od takvih. U Agendi se ističe važnost kompleksnih, različitih oblika turizma kroz koje je moguće afirmirati motivaciju turista kojima suštinski, odnosno primarni motiv dolaska nije isključivo obilazak kulturnih znamenitosti, već oni svojim dolaskom, posjetom i boravkom u destinaciji uče o autentičnosti lokalnog nasljeđa koje, ukoliko je zadržalo jedinstvenost, utječe na razvoj empatije i uvažavanja. Upravo ovo predstavlja temeljne odrednice turizma baštine, odnosno predstavlja potencijale vrednovanja i daje odgovore na različita pitanja

od istinske održivosti, prihvatnih kapaciteta pa sve do sociooloških aspekata povezanih s edukacijom, identitetom te urbanom i ruralnom regeneracijom koju kulturni turizam omogućava (Floričić i Floričić, 2019., str. II).

Dujmović i Vitasović (2019., str. 34.) tvrde da kako bi određena turistička destinacija bila atraktivna turistima, ona nastoji zadržati svoju privlačnost kroz komercijalizaciju prošlosti. Naime, to ostvaruje nudeći turistima slike onoga što oni suštinski žele vidjeti, a ne autentične događaje. Baština je širok i kompleksan pojam koji obuhvaća sve, od povijesnih spomenika, nalazišta, krajolika pa sve do priča iz povijesti. U ključne, odnosno tipične atrakcije turizma nasljeđa spadaju:

- izgrađene atrakcije (zgrade, spomenici, arheološka nalazišta i slično),
- prirodne atrakcije (krajolici, obala itd.),
- vjerske atrakcije (crkve, hramovi, katedrale, džamije, mjesta hodočašća i sl.),
- industrijsko nasljeđe (tvornice, rudnici...),
- literarno nasljeđe (rodne kuće poznatih pisaca, priče i drugo),
- umjetničko nasljeđe (krajolici koji nadahnjuju umjetnike i sl.),
- različite kulturne atrakcije (tradicijski plesovi, festivali itd.) (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 34.).

Da bi turizam nasljeđa bio istinski održiv, mora se kontinuirano raditi na očuvanju kulturne baštine, kako bi i buduće generacije mogle u njoj uživati i koristiti je na siguran i efikasan način. Kako je već i navedeno, zaštita baštine nije jednostavan i lagan proces, a posebice ne u slučajevima kada lokalno stanovništvo ima želju zadržati u tajnosti običaje i tradiciju. To se najčešće događa zbog želje stanovništva da zaštiti zlouporabu i komercijalizaciju baštine od strane posjetitelja ili pak moćnih investitora. Turističke su destinacije često mjesta koja mogu doći u ruke investitora ili ulagača koji ulaganjem u daljnji razvoj potencijalno ugrožavaju materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu područja. Veliki broj posjetitelja u turističkoj destinaciji također može dovesti do akulturacije ili trajnih promjena u kulturi zajednice. U tom slučaju lokalno ili domicilno stanovništvo prilagođava svoje djelovanje, aktivnosti, ali i životne prakse interesima posjetitelja. U navedenim se slučajevima ne radi isključivo o zanemarivanju ili neadekvatnoj zaštiti baštine. Određeni autori smatraju kako baština odražava dominantnu estetiku i javni ukus, odnosno ono što je trenutno popularno, što znači kako ona sama predstavlja elitističku i pristranu pojavu. U literaturi su dostupni različiti stavovi u načinu interpretacije

kulturno-povijesne baštine. Neki smatraju da interpretacija baštine ima ulogu glorifikacije i prikaza mekše verzije povijesti, a sve u cilju izbjegavanja konflikata i kontroverza. Smatra se da turiste ne zanimaju istinske činjenice, odnosno povijesna stvarnost, oni su u potrazi za iskustvenom stvarnošću, a time se kao temeljni cilj turističke industrije izvodi zabava i animacija posjetitelja s jednostavnim i uljepšanim slikama i pričama. Nasuprot tome, postoje autori koji podržavaju stav o tome kako je baštinu potrebno prikazati u istinskom svjetlu, bez obzira na to koliko ona bila sirova ili šokantna. Oni suštinski smatraju kako je važno izvući emociju kod posjetitelja (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 36.).

Za pojam je turizma nasljeđa vrlo važno naglasiti da postoje različiti oblici interpretacija kulturne baštine u turističke svrhe. Primjer interpretacije baštine uključuje "živu baštinu", odnosno aktivno uključenje kostimiranih glumaca u interpretaciju i prezentaciju povijesnih događaja. Autentičnost se destinacije, kako je već naglašeno, može kvalitetno prikazati kroz baštinu, uzimajući u obzir lokalnu zajednicu i sve vrijednosti nekog područja. Primjer interpretacije baštine je i *storytelling* koji je vrlo bitan jer priče čine određenu temu zanimljivom te lakše pamtljivom. *Storytelling* kao metoda interpretacije, osim približavanja priče publici i korištenja radi lakšeg razumijevanja materije, izrazito veliku ulogu ima u interpretaciji nematerijalne baštine – legenda i mitova, posebice na način koji se koristi u kulturno-turističkom proizvodu. *Storytelling* predstavlja socijalnu i kulturnu aktivnost podjele i razmjene priča koja ponekad uključuje improvizaciju i dramatizaciju. Svaka kultura ima svoje priče kao dio kulturne baštine koje se u konačnici mogu koristiti u svrhu zabave, edukacije, očuvanja kulturne baštine, stvaranja moralnih vrijednosti. Putnici sve češće traže autentična, odnosno lokalna iskustva u odredištima i zajednicama koje posjećuju. Ono što destinaciju čini atraktivnom – ljudi, zajednice, hrana, priroda – izvori su priča i potrebno je samo nekoliko ključnih odluka da bi se od njih napravilo nešto dobro, nešto zanimljivo i privlačno, nešto atraktivno i posjetitelju nezaboravno (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 18.). Kulturni turizam, a tako i turizam nasljeđa, više nije u cijelosti povezan s pasivnim konzumiranjem mjesta elitne kulture, već zahtjeva aktivno sudjelovanje u vrijednim kulturnim atrakcijama, sportu, gastronomiji područja i ostalim elementima života koji predstavljaju identitet turističke destinacije. Turizam nasljeđa predstavlja jedan od glavnih turističkih sektora koji bilježe porast u potražnji, a osim tradicijskih procesa i praksi, uključuje vrlo širok spektar ljudi i kultura (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 37.).

Turizam nasljeđa predstavlja segment kulturnog turizma koji u konačnici daje važnost kulturno-povijesnoj baštini koja predstavlja ključni resurs destinacije.

3.4. Važnost razvoja kulturnog turizma

Izravno korištenje kulture u turističke svrhe i razvoj kulturnog turizma potrebno je prije svega temeljiti na razvoju, kako je već spomenuto u prijašnjem poglavlju, menadžmenta kulturnih resursa te planskim dokumentima i razvojnoj politici. Ciljevi turističke politike destinacije većinom obuhvaćaju potrebu razumijevanja i korištenja kulture u turizmu na sljedeća tri načina:

- podupiranje razvoja kulturnog stvaralaštva,
- korištenje kulture i umjetnosti kao sredstva postizanja izvankulturnih ciljeva,
- oblikovanje turističke i kulturne politike, tako da se kultura i kulturni razvitak shvaćaju kao široki adaptabilan resurs koji omogućuje stvaranje identiteta i imidža, a time povećava blagostanje lokalne zajednice (Geić, 2011., str. 186.).

Implementacija kulturnog turizma određene destinacije ima brojne pozitivne učinke. Prije no što se oni navedu, bitno je naglasiti koji su preduvjeti za mogućnost implementacije kulturnog turizma na određenom području.

Stručnjaci i istraživači na području kulturnog turizma slažu se da je kulturni turizam, baš kao i bilo koji drugi oblik turizma posebnih interesa, vrlo teško, a u nekim slučajevima i nemoguće razviti na području gdje je turistička aktivnost slaba. Prema kriterijima, kulturni resursi u hijerarhiji atrakcija zauzimaju sekundarno ili pak tercijarno mjesto, a to znači da su to one atrakcije koje turisti posjećuju kada se već nađu u destinaciji, za razliku od onih koje su same po sebi dovoljno atraktivne da bi bile presudne u donošenju odluke o posjetu destinaciji. Također, faktor na koji je bitno obratiti pozornost jest taj da je primarni destinacijski turistički proizvod kompatibilan s kulturnim turizmom. Logično, u područjima gdje je primarni turistički proizvod "sunce i more", posjetitelji pokazuju manji ili mali interes za kulturni turizam. Isto tako, jedan od preduvjeta kod uvođenja kulturnog turizma jest činjenica da je za kulturne turiste najvažnija atmosfera i imidž destinacije. Atmosfera je vrlo važna kod posjeta određenoj destinaciji jer ako ona nije povoljna, iako je stvar gotovo isključivo individualne percepcije, turisti neće pristizati. Pored sigurne i pozitivne atmosfere, veliku ulogu za kulturne turiste ima i uređenost turističke

destinacije. Uređenost je mjesta bitan element cjelokupnog imidža destinacije, budući da većina posjetitelja turističkih destinacija, koje su često centri kulturne aktivnosti, uživa u razgledavanju građevina, spomenika, u gastronomiji, muzejima i dr. Pod tim terminom uređenosti destinacije ustvari se smatra čistoća grada, mjesta ili sela, uređenost parkova i uspješnost održavanja postojećih struktura. Bez sumnje, stvaranje kvalitetne i održive atmosfere temelj je cjelokupnog razvoja konačnog kulturno-turističkog proizvoda određene destinacije. Svi ovi navedeni preduvjeti važni su kod planiranja, ali i same krajnje implementacije ovog kulturno turističkog proizvoda, koji iz temelja može transformirati ponudu, ali i potražnju za turističkom destinacijom (Tomljenović, 2006., str. 126.-127.).

Osim istaknutih preduvjeta, važnu ulogu u samom planiranju i razvoju kulturnog turizma imaju i strategije razvoja kulturnog turizma. Prema Tomljenović (2006., str. 127.), destinacijama prilikom razvoja kompleksnog turističkog proizvoda kulturnog turizma na raspolaganju stoji nekoliko različitih opcija. Budući da je svaka od njih korištena u brojnim primjerima, autorica smatra kako ih je poželjno navesti. Dakle, prva je popularna opcija, osobito u urbanim centrima i velikim glavnim gradovima: izgradnja novih kulturnih atrakcija. No ovakva strategija, kako ističu neki stručnjaci, vrlo je zahtjevna za provođenje prvenstveno jer zahtjeva izuzetno velika sredstva i ulaganja, a sami su njezini efekti upitni, budući da u gotovo svim poznatim destinacijama postoje već manje ili više atraktivna djela suvremene arhitekture. Zbog svega navedenog, za ovu se opciju odlučuje manji broj destinacija, posebice onih koje su primarno vezane za druge turističke proizvode, a koje tek uvode novosti u ponudu. Druga opcija ili ona kojoj se destinacije češće okreću, zasigurno je uvođenje novih kulturnih događaja. U ovu kategoriju svakako spadaju festivalska događanja, koncerti, kazališne predstave i slično. Ta kulturna događanja u relativno kratkom roku destinaciji daju mogućnost i prepoznatljivost koja u konačnici pridonosi imidžu destinacije, stvaranju atmosfere te jednostavnijoj promociji. Ovakva je opcija vrlo povoljna za vrstu takozvanih statičnih kulturnih resursa, poput kulturno-povijesnih lokaliteta jer omogućuje njihovo uključivanje u novi turistički proizvod koji posjetiteljima daje razlog za ponovni posjet. Treća strategija je stvaranje određenih tematskih cjelina, primjerice atraktivnih kulturnih četvrti koje postaju vrlo popularna opcija. Naime, njihovim je uvođenjem stvara kritična masa atrakcija koja u konačnici postaje atrakcija sama za sebe. Ovakvom je strategijom moguće privući posjetitelje, u ovom slučaju slučajne kulturne turiste, koji generalno imaju izražen interes za istraživanje lokalne kulture i načina života. Ako u ovom slučaju ne

postoji izražena kritična masa atrakcija, odnosno kulturnih resursa ili su pak nedovoljno izražene vrijednosti, njihovu je atraktivnost moguće povećati tematskim itinerarima. Tematski itinerari suštinski su planovi koji prema svojem obuhvatu mogu biti lokalni, regionalni, nacionalni ili međunarodni, a kako bi bili istinski uspješni prije svega potrebno je osigurati potrebne turističke sadržaje, identificirati teme te razviti snažna uporišta u prostoru. Ova je strategija vrlo povoljna kod razvitka ruralnih područja, budući da aktivno uključuje brojne segmente. Nadalje, jedna od posljednjih strategija sigurno je grupiranje kulturno-turističkih atrakcija, što spada u načine postizanja boljih promotivnih učinaka. Često se grupiraju isti proizvodi, ali bitno je naglasiti kako su oni često namijenjeni grupi specijaliziranih posjetitelja. Osim grupiranja istih proizvoda, postoji mogućnost pakiranja kompatibilnih proizvoda, čime je u konačnici moguće proširiti i povećati raspon posjetitelja. Također, mogu se pakirati kulturni i turistički proizvodi, čime se potiču posjeti destinaciji, a isto tako pakiranje komplementarnih proizvoda potpomaže stvaranju imidža i atmosfere destinacije (Tomljenović, 2006., str. 127.-128.).

Pored preduvjeta i strategija, postoje određeni principi razvoja kulturnog turizma koji bi u konačnici trebali pomoći u očuvanju kulturnih resursa na kojima se on temelji. Dakle, potrebno je poštovati sljedeće principe:

- Destinacije bi trebale definirati tip kulturnih posjeta te prema njima usmjeriti resurse.
- Bitno je procijeniti prednosti i rizike razvoja kulturnog turizma.
- Od velike je važnosti svjesnost kako se u suvremenom turizmu materijalna i nematerijalna kultura isprepliću.
- Prepoznati posebne oblike turizma kao održivu formu razvoja.
- Posjete destinaciji i njezinim kulturnim atrakcijama prostorno distribuirati zbog njihove dugoročne održivosti.
- Aktivno voditi "inventar atrakcija".
- Razvijati svjesnost lokalnog stanovništva o važnosti i vrijednosti kulture, kao i partnerstvu dionika.
- Promovirati kulturni turizam.
- Razdvojiti primarne od sekundarnih atrakcija prema važnosti, ali ih ne treba odvajati već ih je potrebno u ponudi integrirati.

- Utvrditi trenutno stanje infrastrukture i suprastrukture destinacije kao podržavajuće čimbenike uspjeha.
- Voditi se utjecajima u turizmu jer oni imaju mogućnost izazivanja razvoja destinacija.
- Izbjegavati banalizaciju odnosno trivijalizaciju kulture i nuditi autentična iskustva.
- Ispitivati turističke potrebe i koristiti interaktivne pristupe.
- Pokušati se priključiti regionalnim itinerarima u okruženju.
- Voditi računa o konzervaciji i restauraciji.
- Orijentirati se sadržajnoj ponudi.
- Izbjeći negativnu kulturnu komodifikaciju.
- Razviti specijaliziranu ponudu pomoću destinacijskih menadžment-kompanija i novih ponuda turoperatora.
- Voditi se prvenstveno zadovoljstvom, a ne samo profitom.
- Kreirati zajedničke vrijednosti, a lokalitet pretvoriti u razvojni potencijal.
- Integriranje primjera "dobre prakse" kao dio evaluacije u upravljanju resursima.
- Paziti na rizike prelaska u masovne turističke forme i pojave kulturalne arogancije.
- Imidž destinacije = imidž atrakcije = primjenjive strategije = otvorene i transparentne konzultacije = komodifikacija i kontrola iskustva = poticanje sigurne potrošnje = dodana vrijednost/poticaj za bolje razumijevanje značaja i značajnosti= osiguranje prodaje (Gržinić, 2018., str. 95.-97.).

Prema Akcijskom planu razvoja kulturnog turizma, kao strateškom dokumentu, navode se određeni trendovi razvoja kulturnog turizma. Ti su trendovi aktualni s globalne perspektive, budući da je od velike važnosti promatrati što se događa na globalnom turističkom tržištu s obzirom da to na različite načine utječe na suvremena obilježja kulturnog turizma. Različite promjene, poput onih ekonomskih, društvenih, političkih, tehnoloških i ekoloških, utječu na razvoj specifičnih turističkih proizvoda i potrošnju na više načina. Neke od tih promjena jesu:

- češća individualizirana potrošnja,
- potražnja za osjećajem zajedništva,
- putovanje postaje dijelom svakodnevice,
- nastanak "hibridnog" turizma,
- izražena konkurencija između destinacija,

- novi potrošači,
- novi oblici putovanja,
- novi načini informiranja i kupnje,
- geografska promjena potražnje (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015., str. 8.).

Svi ovi iznad navedeni globalni trendovi utječu na potrošače u kulturi, formiraju specifične trendove na području kulturnog turizma te tako pred kreatore kulturnih turističkih proizvoda stavljaju brojne nove izazove.

Bitno je napomenuti razne učinke razvoja kulturnog turizma koji u konačnici imaju velik značaj za potencijalni razvoj turističkih destinacija. Učinci razvoja kulturnog turizma mogu biti pozitivni i negativni. Naime, kriva je pretpostavka kako uvođenjem kulturnog turizma u ponudu turističke destinacije nastaju isključivo pozitivni učinci, odnosno kako implementacija nove ponude ima samo dobrobit. Prilikom svakog uvođenja novog turističkog proizvoda dolazi do neizbježnih negativnih učinka, bitno je samo da ti neizbježni negativni učinci ne prelaze količinu i razmjer pozitivnih. Neki od pozitivnih učinaka razvoja kulturnog turizma jesu: povećanje potrošnje i produženje boravka, privlačenje turista veće platežne moći, mogućnost produljenja sezone u smislu stvaranja potražnje u manje poznatim destinacijama, očuvanje vrijednosti lokaliteta i kulturnog identiteta, povećanje broja posjetitelja i dodatni izvori prihoda kulturnim institucijama, aktiviranje komplementarnih i popratnih djelatnosti, dodatno zapošljavanje, poboljšanje atmosfere i imidža destinacije obogaćivanjem turističke ponude kulturnim atrakcijama, proširivanje znanja o kulturnim vrijednostima i obogaćivanje kvalitete kulturnog života domicilnog stanovništva i dr. Sukladno s time izvode se i određeni negativni učinci razvoja kulturnog turizma, a oni su: pretjerana eksploatacija kulturnih resursa koja dovodi do njihove saturacije i neizbježnog pada atraktivnosti, turistička eksploatacija kulturnih resursa kroz određeno vrijeme dovodi do gubljenja autentičnosti i prouzročuje nepovratne promjene, štete učinjene na kulturnim spomenicima, slabljenje kulturnog identiteta, odnosno kulturna komodifikacija (Dujmović i Vitasović, 2019., str. 31.-33.).

Prilikom uvođenja kompleksnih kulturno-turističkih proizvoda bitno je imati u vidu, kako je već spomenuto, samu destinaciju, odnosno njezinu atmosferu. Kulturni turizam povoljan je turistički proizvod koji može transformirati budućnost destinacije, ali jedino u slučaju ako je ta destinacija u potpunosti spremna za uvođenje nove ponude. Naime, autorica prije svega bitnim smatra

sigurnost destinacije, njezin već ostvaren imidž, kao i dostupnu resursnu osnovu. Prikazani preduvjeti, strategije, ali i principi uvođenja kulturnog turizma u ponudu destinacije nastoje obuhvatiti i potencijalne elemente uspješnosti. Bitno je naglasiti da implementacija kulturnog turizma ima brojne uzročno-posljedične veze, no od iznimne je važnosti ona koja spaja uvođenje kulturnog turizma i očuvanje kulturnih resursa za budućnost.

3.5. Održivi razvoj kulturnog turizma

Pod pojmom odgovornog i održivog razvoja turizma podrazumijeva se razvoj turizma koji zadovoljava potrebe sadašnjih turista, destinacija i svih sudionika u turizmu, uz istovremeno očuvanje i povećanje potencijala za upotrebu turističkih resursa u budućnosti. Također, održivi razvoj podrazumijeva pravo na turizam i na slobodu turističkih kretnji, zadovoljenje gospodarskih, društvenih i estetskih potreba, uz održavanje karakteristika prirodnog i društvenog okruženja i kulturnog nasljeđa (Jelinčić, 2009., str. 38.).

U jednom je od prijašnjih poglavlja spomenuta važnost participativnog turizma kao oblika odgovornog i održivog turizma koji uključuje sve dionike unutar određene destinacije, a oni zajednički stvaraju autentične, nove kulturno-turističke proizvode koji kasnije utječu na njihov svakodnevni život, stavove te u konačnici okruženje. Suvremeni turisti žele, ali i teže biti dio doživljaja koji stvara emocije te uključuje različita osjetila, a upravo je zbog toga participativni turizam postao potreba. Turisti danas žele istinske doživljaje, autentična iskustva povezana izravno s destinacijom, stimulaciju različitih interesa kao što su onaj za učenjem, upoznavanjem povijesti, iskustvom kuhanja i dr. Kreiranje održivog turističkog proizvoda, a posebice uspješnog kulturno-turističkog proizvoda traži „dublji“ pristup, gdje postoji i zahtjev na multidimenzionalnim benefitima, onim sociološko-kulturnim, ekonomskim, ekološkim, njegovanju zdravog ekosustava – kvalitete života i dobrobiti zajednice, stalnoj edukaciji i učenju te stvaranju doživljaja i emocija koji se pamte. Polazište mora biti na lokalnoj razini, uzimajući u obzir senzitivnost okruženja i njihovu svijest o kulturi lokalne zajednice i lokalnog teritorija koja je istkana kako u bližoj, tako i daljoj prošlosti. Participativni turizam je iskustven, kreativan, usmjeren prema održivosti, okrenut dobrobiti zajednice, njeguje holistički te nenametljiv pristup,

a kao konačan cilj postavlja visoku razinu kvalitete i temeljen je na suradnji i partnerskom odnosu (Hrvatin i Tobok Kandić, 2019., str. 12.-13.).

Za uspjeh održivog turizma prije svega je važan turistički potencijal lokaliteta. Bitno je naglasiti da nisu svi lokaliteti prikladni da se razviju u turistički proizvod ili atrakciju. Upravljanje većinom lokaliteta regulirano je konzervatorskim planovima. Takve planove potrebno je revidirati zbog određenih promjena koje nastaju u društvu, okolini i dr. (Jelinčić, 2009., str. 39.). U nekoliko je navrata u radu već spomenuta važnost održivog razvoja destinacije. Nakon što su sagledani preduvjeti, strategije pa i principi uvođenja kompleksnog turističkog proizvoda, poput kulturnog turizma, jasno je da postoji vjerojatnost od neodrživog korištenja kulturnih dobara, na što se mora obratiti velika pažnja. Ukoliko bi se kulturni resursi turističkih destinacija koristili na neodrživ način, odnosno neodgovorno, ubrzo bi došlo do njihove devastacije, što bi izravno utjecalo na kulturnu ponudu destinacije. U posljednjih je nekoliko desetljeća postalo jasno da je održivost najvažnija karakteristika koja utječe na gospodarstvo određene zemlje. Pod pojmom održivosti kulturnog turizma podrazumijevamo posvećivanje jednake pažnje korištenju kao i očuvanju kulturnih dobara. Bez dvojbe, održivost je složen zadatak razvoja kulturnog turizma, budući da se u tom procesu isprepliću i u njemu aktivno sudjeluju različiti sudionici koji mu pristupaju s različitih pozicija i s različitim interesima. Održivo korištenje kulturne baštine podrazumijeva njezinu zaštitu, kao i korištenje. Održivost korištenja kulturne baštine vidljiva je u ponovnom ulaganju ostvarenog prihoda u očuvanje baštine. To u konačnici pridonosi osiguravanju održivosti kulturne baštine i omogućuje dodatno financiranje iz drugih izvora, ne oslanjajući se isključivo na proračunsko financiranje (Jelinčić, 2009., str. 41.).

Kod razvoja kulturnog turizma održivi turizam se usredotočuje na tri ključna pitanja, prvo od kojih je kontrola turističkog iskustva koja za posljedicu ima kontrolu aktivnosti turista; zatim razmatranje turističkog potencijala određenog lokaliteta, kao i upravljanje planom postojećeg kulturno-turističkog lokaliteta. Naposljetku, tu je i nenametanje turizma lokalnoj zajednici. Održivom razvoju općenito, ali i održivom razvoju kulturnog turizma, cilj je umanjenje njegovih negativnih učinaka. Naime, u jednom od prijašnjih potpoglavlja napomenuti su pozitivni i negativni učinci razvoja kulturnog turizma. A jedan je od načina minimaliziranja negativnih učinaka turizma nastojanje da lokalna zajednica dijeli osjećaj vlasništva nad određenim lokalitetom. Navodi se kako je također važno spriječiti komodifikaciju kulture ljudi koji žive u

blizini određene atrakcije, a to je moguće postići uključivanjem njihovih aktivnosti u prezentaciju lokaliteta. Nedvojbeno je da takvo upravljanje najčešće zahtjeva brojne kompromise, ali zato osigurava bolju poziciju zajednicama.

S obzirom na navedene pozitivne i negativne učinke turizma, bitno je naglasiti da nijedan koncept turizma u suvremeno vrijeme nije univerzalno ili u potpunosti primjenjiv na sve situacije (Jelinčić, 2009., str. 40.). No koncept je održivog turizma karakteriziran spremnošću adaptacije pojedinom lokalitetu i trenutnim promjenama koje se mogu događati, a upravo zato predstavlja koncept kojem teže suvremene turističke destinacije.

4. Važnost kulturnog nasljeđa Motovuna

U prijašnjim je poglavljima istaknuta iznimna važnost kulturnog-povijesnog nasljeđa za razvoj turističkih destinacija, a posebno za razvoj posebnih oblika turizma kao što je kulturni turizam. Autorica je za izradu temeljite analize odabrala naselje u središnjem dijelu istarskog poluotoka koje se ističe svojim prirodnim ljepotama, ali posebice svojom bogatom kulturno-povijesnom baštinom. Ovo poglavlje bavi se isključivo analizom navedenih elemenata Motovuna. Kroz ovo se poglavlje fokus stavlja na kulturno-povijesnu baštinu, a isto tako i kulturni turizam koji je vrlo bitan za razvoj heterogene turističke ponude te se kroz njega radi na održivom, odnosno svjesnom korištenju i očuvanju kulturnog nasljeđa destinacija.

4.1. Turistička destinacija Motovun

Prema Master planu turizma Istre na području plana konkurentnosti istaknuto je sedam razvojnih turističkih klaster područja, od kojih šest spada pod obalni dio istarskog poluotoka. Sedam turističkih-klaster područja jesu:

- Umag/Novigrad,
- Vrsar/Funtana,
- Poreč,

- Labin/Rabac,
- Pula/Medulin,
- unutrašnjost Istre (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.).

Ova već dotrajala podjela predstavljala je efikasan sustav odvajanja turističkih klastera prije više od desetljeća, kada je i nastala. No, turizam u unutrašnjosti Istre bilježi konstantan rast i stalan porast interesa turističkog tržišta. Zbog želje za definiranjem Županijske razvojne strategije i LEADER pristupa kao načina provedbe politike intenzivnog ruralnog razvoja Europske zajednice, na području Istre osnovano je nekoliko Lokalnih agencijskih grupa (LAG-ova) pa tako i lokalna agencijska grupa Središnje Istre kojoj pripada i Općina Motovun. Strategije više razine, uključujući i Strategiju razvoja LAG središnja Istra, definirane su. LAG Središnja Istra čini Grad Pazin i sljedeće Općine: Motovun, Gračišće, Tinjan, Cerovlje, Sv. Petar u Šumi, Lupoglav i Karojba. Bez ikakve sumnje, u turističkom smislu Motovun je vodeća destinacija prema broju posjetitelja jer bilježi veći broj posjetitelja od ostalih navedenih mjesta te stoga ima i najbolje preduvjete za razvoj posebnih oblika turizma.

Bitno je napomenuti postojeće stanje turizma Motovuna, kako bi se mogla prikazati buduća vizija razvoja turizma na ovom području. Nažalost, ne postoje precizni i isključivi podatci o broju posjetitelja, no prema Planu ukupnog razvoja Općine Motovun procjenjuje se da Motovun posjeti oko 250 tisuća posjetitelja godišnje. S obzirom na činjenicu da Motovun ne raspolaže sa značajnijim smještajnim kapacitetima (prema dostupnim podatcima Turističke zajednice Istarske županije godišnje se ostvari nešto više od 30 tisuća noćenja), nameće se pitanje motiva dolazaka jednodnevnih posjetitelja. Prema Programu ukupnog razvoja Općine Motovun, postojeći oblici turizma na području Motovuna mogu se klasificirati u dvije kategorije:

- Jednodnevni ili izletnički turizam – takav je turizam isključivo koncentriran na posjet, odnosno obilazak gradske jezgre Motovuna i uživanje u jednodnevnim aktivnostima.
- Višednevni boravak turista u smještajnim kapacitetima Motovuna – takav boravak uključuje boravak turista do najčešće tri dana te je gotovo isključivo koncentriran na ponudu jednog hotela i apartmana za iznajmljivanje koji se nalaze u gradskoj jezgri (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.).

Budući da ovakav razvoj turizma ne predstavlja održiv i efikasan sustav kakav je potreban za dugoročan, kvalitetan razvoj, predstavljena je viziju i smjer razvoja turizma. Prema Programu ukupnog razvoja, Motovun u budućnosti predstavlja globalno prepoznatljivu turističku destinaciju, jedinstvene raznovrsnosti, autentičnosti sadržaja i doživljaja. Ima brojne prednosti i pogodnosti za razvoj kulturnog, ruralnog, eno-gastronomsko i izletničko – rekreacijskog oblika turizma zbog svojih krajobraznih obilježja te iznimno vrijednog i brojnog kulturno – povijesnog nasljeđa.

Motovun je kao turistička destinacija središnje Istre vrlo dobro povezan s ostalim obalnim turističkim destinacijama koje utječu na brojnost turističkih posjeta Motovunu. Kako je već i napomenuto, jednodnevni su posjetitelji najbrojnija skupina turista te predstavljaju izravan kontakt s turističkom potražnjom. Iz ovih navedenih razloga turističke proizvode Motovuna treba razvijati kao kombinaciju različitih oblika turizma, kako bi se na jednostavniji i efikasniji način targetiralo ciljano turističko tržište zainteresirano za određenu ponudu. Turistička bi ponuda Motovuna u budućnosti trebala imati sljedeće karakteristike:

- Motovun kao destinacija za prihvaćanje organiziranih jednodnevnih izleta koji uključuju sadržaje visoke kvalitete (kulturno-spomeničko nasljeđe, eno-gastronomska ponuda),
- Motovun kao destinacija alternativnih oblika turizma visoke i najviše kategorije – eno i gastronomski turizam, kulturni turizam, ruralni i eko turizam s istaknutim ciljem profiliranja u vrhunsku *gourmet* destinaciju,
- Motovun kao destinacija s brojnim specifičnim i originalnim manifestacijama ili festivalima s ciljem stvaranja jedne najvrjednije, u manifestaciju ili festival globalne prepoznatljivosti (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.).

Takva obilježja omogućila bi razvoj i rast održive turističke destinacije koja svoju prepoznatljivost temelji na autentičnim i jedinstvenim karakteristikama područja. Prema kategoriji atraktivnosti, Motovun nedvojbeno predstavlja biser središnje Istre. U skladu s time i za Motovun je vrlo važno postaviti visoke ciljeve u pitanju prepoznatljivosti atraktivnih destinacija na svjetskoj razini.

Kako je navedeno, Motovun bi u budućnosti trebao imati obilježja raznovrsne turističke ponude temeljene na posebnim oblicima turizma. Vizija i smjer kretanja turizma u Motovunu uključuje definiranje Motovuna kao destinacije posebnih oblika turizma najviše kategorije. Prema tome stvaranje kreativne i kombinirane ponude alternativnih oblika turizma značajno bi pridonijelo ostvarenju cjelokupne vizije turizma. Smatra se da je u turističkoj destinaciji Motovuna potrebno kombinirati i implementirati sljedeće posebne oblike turizma:

- Kulturni turizam potrebno je temeljiti na iznimno bogatoj kulturno – povijesnoj baštini, kao i već prepoznatom Motovunskom filmskom festivalu. Implementaciju bi kulturnog turizma trebalo usmjeriti ka kvalitetnoj i sigurnoj prepoznatljivosti vrijednih pojedinačnih kulturnih atrakcija, određivanju mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom globalne prepoznatljivosti te stvaranja imidža, poticanje razvoja kulturnih tematskih putova te cesta koje stvaraju poveznicu s naseljima okolice, uspostavljanje i afirmaciju kulturnih prostora dostupnih posjetiteljima.
- Eno i gastroturizam treba temeljiti na iznimno bogatoj gastro-enološkoj tradiciji s iznimnom ponudom lokalne gastronomije i enologije. Eno i gastroturizam usmjereni su na: brendiranje i prepoznatljivost lokalne ponude, razvoj edukativnih programa namijenjenih svim posjetiteljima, poticanje razvoj tematskih cesta i puteva te poticanje povezivanja lokalnih proizvođača s ugostiteljskim i turističkim sektorom.
- Ruralni turizam koji je svoje korijene već utaborio, kako u okolnim naseljima tako i u samom Motovunu, te poprima oblike razvoja, ali ga je potrebno osnažiti kroz: stvaranje uređenijih i sadržajnijih ponuda na seoskim gospodarstvima, uređenje tih gospodarstva interpretirajući tradiciju i koristeći tradicionalne elemente gradnje, tematiziranje ponude, valorizaciju napuštenih ili rijetko naseljenih mjesta, edukaciju poduzetnika itd.
- Ekoturizam predstavlja globalni trend i sve snažniji primarni motiv putovanja turista. Područje Motovuna, odnosno Općine Motovun, ima sve bitne preduvjete za kvalitetan razvoj ekoturizma (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.).

Kako je već i navedeno, odnosno u skladu s opisanim mogućnostima i ograničenjima prostornoga razvoja Motovuna, prirodne su mogućnosti područja razmjerno oskudne sa sirovinskim resursima. Međutim, atraktivno i brojno kulturno-povijesno naslijeđe na području

Motovuna, kao i u okolnim mjestima te prirodna obilježja pružaju povoljnu atmosferu za razvoj kulturnog, ruralnog, agroturizma i izletničko-rekreacijskog turizma. Dobra prometna povezanost te blizina većih gradova bitno utječu na turistički razvoj Motovuna. Od velike je važnosti mogućnost i potreba unaprjeđenja postojeće turističke ponude, ali i razvoj nove, bogatije ponude koja svojim karakteristikama može privući veći broj posjetitelja.

U prijašnjoj je cjelini već spomenuta iznimna važnost implementacije koncepta održivog razvoja za uspješno upravljanje turističkim destinacijama. Održivi je razvoj želja, ali i potreba suvremenih turističkih destinacija. Održivi razvoj predstavlja koncept koji želi istaknuti i označiti razvitak koji ide ususret potrebama suvremenog doba, kao i ususret potrebama budućih generacija. Održivi razvoj ne ograničava gospodarski rast, kao ni čovjekovo zdravlje, biljne i životinjske vrste te ostale elemente. Održivi razvoj označava razvitak koji skrbi o okolišu, tehnički je podoban, gospodarski provodljiv i društveno prihvatljiv. Načela i obilježja održivosti uključuju zamisao održivoga razvoja koji pomaže da je standard življenja temeljen na prihvatnom kapacitetu prirode, odnosno da se resursi ne iskorištavaju u potpunosti već da su korišteni pametno i prema načelima održivog razvoja.

Bogatstvo prirodnog nasljeđa, baš kao i kulturno-povijesnoga, te globalna nastojanja i nove spoznaje u zaštiti baštine, zahtijevaju da se s posebnom pozornošću pristupi evaluaciji svega što je važno za prepoznatljivost imidža i očuvanje izvornih vrijednosti istarskoga krajolika. Očuvanje i skrb za prirodnu i krajobraznu baštinu, kao i ispravno korištenje kulturno-povijesnih spomenički vrijednih građevina, posebice je važno ne samo zbog očuvanja istarskog kulturnog identiteta, već i zbog sveukupnog napretka, pogotovo gospodarskog i turističkog. Za aktualan plan prostornog uređenja se bez ikakve dvojbe može tvrditi da je "zaštitarski" plan, a to bi u konačnici značilo da se poduzimaju sve prostorno-planske mjere kako bi se iznimno vrijedno kulturno-povijesno, prirodno, te krajobrazno nasljeđe Motovuna prepoznalo, zaštitilo i omogućilo njihovo aktivno uključivanje u svakodnevni gospodarski i društveni život.

Prema Strategiji i akcijskom planu biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske (NN 81/199.) istaknute su strateške smjernice za očuvanje krajobraza, koje su aktualne, primjenjive i zanimljive s obzirom na temu rada. One ističu da je potrebno:

- potanko istražiti vrednovanje bioloških, geoloških i kulturnih elemenata pojedinih tipova krajolika, kao i estetskih značajki koje proizlaze iz njihova međudjelovanja;
- razraditi, odnosno osuvremeniti mehanizme očuvanja krajobrazne raznolikosti te ključnih značajki pojedinih tipova krajolika;
- utjecati na javnost te vlast, kao i na korisnike ili vlasnike zemljišta, kako bi ih se potaknulo na održavanje specifične lokalne prepoznatljivosti krajolika;
- poticati sveobuhvatne programe obnove i oživljavanja građevina tradicijske arhitekture, a kod planiranja novih gradnji uvažavati i uključivati elemente tradicijske arhitekture (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_2.pdf, srpanj 2020.).

Kod izrade Prostornog plana uređenja Općine Motovun, u skladu su s postojećim prilikama, koje nameću razumno, kao i odmjereno korištenje prostora, te sa suvremenim spoznajama o neophodnosti zaštite okoliša i prostora u kojem čovjek živi, postavljeni su ciljevi koji posebno ističu:

- Racionalnost u korištenju prostora – potreba za racionalnijim korištenjem prostora javlja se kao ona koja je u skladu s trenutnim i u bližoj budućnosti sagledivim mogućnostima.
- Baština kao temelj identiteta – bogatstvo prirodnog i kulturnog nasljeđa, kao i suvremeni globalni trendovi i spoznaje, u zaštiti baštine ističu važnost da se s osobitom pozornošću pristupi vrednovanju te ponovljenom vrednovanju svega onoga što je istaknuto kao dragocjeno u prostoru. Sve je ovo vrlo važno kod stvaranja i održavanja identiteta prostora. Temeljni je cilj prostornog razvoja težnji potreba za postizanjem višeg stupnja razvoja kroz koncept održivog razvoja. Ovaj je cilj moguće ostvariti: internom konsolidacijom i integracijom prostora, očuvanjem i povećanjem vrijednosti kakvoće prostora, očuvanju fizičke cjelovitosti područja, uvažavanjem strukturnih značajki kroz očuvanje krajobrazne fizionomije itd.
- Stroga zaštita posebice vrijedne resursne osnove – vrijedni resursi određenog prostora čine nezagađeno tlo, šume, krajobrazne vrijednosti, neizgrađene površine na strateškim mjestima itd.
- Integralno očuvanje povijesnih i prirodnih dobara (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_2.pdf, srpanj 2020.).

Turistička je djelatnost od osobitoga značaja za daljnji razvoj Motovuna, stoga je treba i nadalje poticati i unaprjeđivati. Vrijednost kulturne-povijesne i krajobrazne baštine izvrsno je polazište i prednost za mogućnost unapređenja kulturnoga turizma. Blizina obalnih turističkih destinacija, kao i ljepota motovunske atmosfere i bogato kulturno nasljeđe, povoljni su uvjeti za razvoj jednodnevnog izletničkoga turizma. Poljodjelske tradicije te raspršena seoska gospodarstva u netaknutom prirodnom okruženju pružaju dobre uvjete za razvoj ruralnog turizma. Ovakva turistička djelatnost, odnosno ponuda područja, predstavlja održiv način implementacije koncepta održivog turizma, kako bi buduće generacije mogle na isti način koristiti resurse.

Budući da je ovaj rad usmjeren na važnost kulturno-povijesne baštine, važno je naglasiti na koji način se u Motovunu povezuje njezino očuvanje i zaštita s održivim konceptom razvoja. Dakle, u cilju zaštite, očuvanja i unaprijeđenja kulturne baštine, što u konačnici dovodi do očuvanja prepoznatljivosti i jedinstvenog imidža turističke destinacije, ističu se načela zaštite koja predstavljaju polaznu osnovu budućeg razvitka:

- Kulturno-povijesna i prirodna baština predstavljaju temelj prepoznatljivosti i dokaz neprekinutog slijeda razvoja sredine,
- Kulturnu baštinu čine pojedinačne građevine i prostorna baština,
- Osim spomenutih vrednovanih građevina, kulturnu baštinu čine i skromna ostvarena tradicijske stambene izgradnje koje je potrebno čuvati u izvornoj namjeni,
- Stvaranje i unaprjeđivanje edukativnih staza kulturne baštine,
- Prirodni je krajolik neponovljiv resurs, a svako bi novo i intenzivno širenje građevnih područja u vrijednim prirodnim prostorima značio osiromašenje krajolika (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_2.pdf , srpanj 2020.).

Zaštita i obnova kulturne baštine postavlja se kao iznimno važan zadatak na kojem Motovun, ali i cijela Istra, treba graditi svoj identitet. Spomenička baština Motovuna posjeduje kulturno-povijesnu, arhitektonsku, graditeljsku, etnološku i dokumentarnu vrijednost. Većinski dio prostora Motovuna i Općine Motovun vrednovan je kao područje kulturnoga krajolika, a posebno dijelovi prostora koji se vide iz Motovuna i iz kojih se vidi Motovun, a to su sva područja motovunske općine. Potrebno je s intenzivnom pozornošću pristupiti planiranju građevnih područja, kako ne bi došlo do opstrukcije ili narušavanja kvalitetnih prostornih odnosa. Za objekte kulturno-povijesne vrijednosti potrebno je provoditi konzervatorska i

restauratorska istraživanja prije svih bitnijih zahvata. Zaštita jedinstvenog kulturnog nasljeđa ovisi o specifičnim društvenim prilikama, odnosno stvarnim vlasničkim odnosima, financijskim sredstvima, kao i drugim elementima. Bitno je naglasiti da bi konzervatorske službe i službe lokalne uprave trebale sastaviti model pomoći korisnicima spomenika kulture i ustrojiti stručno povjerenstvo za kontinuirano praćenje provedbe zaštite i obnove kulturnog nasljeđa. Uz to, treba razvijati svijest o važnosti i bogatstvu nasljeđa kroz edukaciju, razvijanje kriterija i kritičke misli u smislu isticanja dobrih primjera. Treba konstantno isticati i promicati ideje očuvanja kulture, kao i prirodne baštine i okoliša. Kontinuirana se zaštita cjelokupnosti prostora kulturne baštine provodi se na način određivanja zona zaštite, a zaštita se pojedinačnih vrijednosti kulturne baštine (kao što su zgrade i građevine) provodi određivanjem specifičnih pravila prilikom novih graditeljskih zahvata (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_2.pdf, srpanj 2020.).

4.2. Kulturno-povijesna baština

Zaštićena kulturno-povijesna baština, koju čine registrirani i preventivno registrirani spomenici, kao i neregistrirani spomenici te nematerijalna baština, dio su karakteristične turističke atrakcijske osnove središnje Istre, a prema temeljnoj klasifikaciji potencijalnih i realnih turističkih atrakcija pripada skupini izvornih te stvorenih atrakcija. Kulturna baština ovog jedinstvenog prostora unutrašnje Istre rezultat je povijesnog razvoja u kojem su se izmjenjivali različiti civilizacijski krugovi, a čije je nasljeđe u krajoliku vidljivo i danas. Spomenička baština, odnosno kulturno-povijesno nasljeđe, potječe iz različitih razdoblja, a ona najznačajnija je iz prapovijesnog razdoblja i vladavine Rimskog Carstva te razdoblja srednjovjekovlja u kojem se smjenjivala bizantska i franačka vlast te vlast njemačkih feudalaca, Venecije i Habsburgovaca. U proteklih je dvjestotinjak godina najveći utjecaj na kulturno-povijesnu baštinu imala austrijska, talijanska te jugoslavenska vladavina (Vojnović, 2016., str. 52.).

Kulturno-povijesna baština bez ikakve je sumnje najuže povezana s poviješću i izravnim utjecajem različitih događaja koji su oblikovali destinaciju kakva je danas. Istina je kako je motovunska povijest vidljiva u svakom njegovom skrivenom kutku, zato autorica smatra da je

važno promotriti njegovu bogatu povijest, kako bi se jasnije definirala važnost kulturno-povijesne baštine za razvoj ove turističke destinacije Istre.

Motovun, bez ikakve sumnje, predstavlja najbolje sačuvanu srednjovjekovnu utvrdu u najrazvijenijoj turističkoj regiji Hrvatske - Istri. Ovo je naselje izgrađeno u obliku akropole na samome vrhu strmog i nepristupačnog brežuljka. To ga je kroz povijest činilo vrlo zanimljivim, strateškim položajem, budući da mu je bilo gotovo nemoguće pristupiti. Ova činjenica razlog je iznimno očuvane kulturno povijesne baštine Motovuna. Još u prapovijesti ilirska su i keltska plemena gradila svoje utvrde na mjestu gdje danas stoji Motovun. Njegovo je ime također keltskog podrijetla, Montona, a znači grad u gori. Kroz svoju prošlost dijelio je sudbinu gotovo svih istarskih naselja, gradova i sela. Ostaci su materijalne kulture, iz otprilike sredine brončanog doba, pronađeni na zaravni motovunskog brda te svjedoče o približno 3500 godina stalnog života na ovom području. U vrijeme rimske vladavine, nakon 177 pr. Kr., Motovun je na trenutak izgubio svoju važnost kao najsigurnija utvrda jer su to bila relativno mirna vremena u centralnom dijelu istarskog poluotoka. U to vrijeme više su bila tražena mirna mjesta povoljnog položaja koja su pogodovala trgovini i slobodnom prometu. Vlasti su se nad Motovunom neprekidno izmjenjivale dugi niz godina i stoljeća, a tomu je relativno došao kraj kada se u 13. stoljeću Venecija izborila za vlast. Venecija je područjem vladala punih pet stoljeća te su za to vrijeme nastali najvažniji kulturno-povijesni spomenici koji danas oduševljavaju posjetitelje Motovuna. Nakon pada su Venecije 1797., Motovunom vladaju Austrija i Italija, dok nije završetkom Drugog svjetskog rata 1945. pripao Jugoslaviji, a nakon 1991., kao i većina istarskog poluotoka, Republici Hrvatskoj (http://www.motovun.hr/index.php/opci-podaci/povijest-motovuna, srpanj 2020.).

Nakon što je ukratko prikazana povijest ovog najpoznatijeg istarskog slikovitog brežuljka, prelazi se na prikaz spomenika kulturno-povijesne baštine koji ga oblikuju u najpoželjniju turističku destinaciju središnje Istre. Kulturni krajolik, odnosno kulturna baština, podrazumijeva područja oblikovana ljudskom rukom tijekom povijesti, očuvana do današnjeg dana, a koja svjedoče o čovjekovoj nazočnosti na određenom prostoru. Na području Motovuna izdvajaju se veće prostorne cjeline zajedničkih svojstava u kojima je izražena koncentracija i veliki stupanj očuvanosti pojedinačnih kulturno-povijesnih vrijednosti, a koje imaju vrsna estetska, morfološka i prirodno-pejzažna svojstva, a s kojih se pružaju prepoznatljive panoramske slike. Ta područja

imaju obilježja kulturnoga dobra, kao dio karakterističnoga krajolika središnje Istre. Povijesno urbanistička cjelina Motovuna spada pod naselja gradskih obilježja te je odlikuje R12 status zaštite. Slovo R predstavlja kulturno dobro upisano u Registar nepokretnih kulturnih dobara. Povijesne građevine i sklopovi građevina koji imaju pravni status registriranoga kulturnoga dobra pripadaju vrsti sakralnih objekata. Upisom u spomenuti Registar zaštićena je samo crkva sv. Stjepana u Motovunu. Pregledom i novim vrednovanjem kulturno-povijesnih dobara u prostoru, u skladu sa suvremenim europskim načelima i standardima zaštite, predložene su za zaštitu i određene vrste građevina, kao gospodarske i industrijske, tehničke građevine s postrojenjima te grobne građevine i sklopovi. Pojedinačne građevine i sklopovi također su vrednovani kategorijama nacionalnog, regionalnog i lokalnog značaja. Na području Motovuna nema kulturnih dobara nulte kategorije, odnosno onih od međunarodnog značaja (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_3.pdf, srpanj 2020.).

Prije svega bitno je napomenuti da povijesno urbanistička cjelina Motovuna spada pod tip gradinskih, odnosno akropolskih naselja centralne Istre. Motovun je smješten na samom vrhu brežuljka koji se izdiže nad slikovitom dolinom rijeke Mirne, a svojim položajem dominira nad okolinom. Naselje se razvilo na mjestu nekadašnje prapovijesne gradine, a svoj je specifičan naseobinski karakter očuvalo do danas. S kulom, naseljem te jedinstvenim utvrđenim zidinama, Motovun je bio jako važna točka u životu ovog dijela Istre još za vrijeme rimskog razdoblja. Već 1278. zauzima ga Venecija i opasuje ga čvrstim zidinama. Naselje Motovun najveće značenje dobiva sredinom i potkraj srednjeg vijeka, kada se gradi i uređuje većinski dio njegovih snažnih i karakterističnih gradskih zidina i gradskih vrata. Sve ovo oblikuje cjelovito utvrđen grad. Slika ispod prikazuje Motovun te njegove impresivne obrambene bedeme (Sl.1).



Slika 1: Motovun (Montona)

(Snimila autorica)

U specifičnoj prostornoj organizaciji Motovuna izdvajaju se tri međusobno povezana dijela koja zajedno djelujući čine jedinstvenu strukturu naselja. Na vrhu je motovunskog brežuljka smještena jezgra naselja koja je opasana obrambenim, masivnim zidinama. Jugozapadno od same jezgre Motovuna na strmim je padinama smješteno predgrađe, također opasano zidinama, a istočno od jezgre na nizbrdici smješteno je drugo predgrađe. Zasigurno, najzanimljiviji je centralni utvrđeni dio grada koji svojim karakteristikama kao što su dominantni položaj, obrambene zidine, organski prostorni ustroj, a ulazi u kategoriju vrijednih urbanističkih cjelina na području Istre. Motovun od svih naselja u unutrašnjosti Istre ima najočuvaniji obrambeni sustav, a u njegovom se sklopu nalazi gradska palača, unutarnja gradska vrata s ranoromaničkim i gotičkim obilježjima te renesansna gradska vrata koja potječu iz 16. stoljeća, kako će biti prikazano u nastavku rada. Na sjevernoj strani jezgre naselja smješten je pretprostor, odnosno vanjski trg. Vanjski trg ima jedinstven pogled na područje doline rijeke Mirne, a zatvaraju ga gradska lođa i prolazna obrambena kula. Ta obrambena kula vodi do unutarnjeg trga kojim dominira masivna kula i crkva sv. Stjepana. Ispod jezgre staroga grada nalazi se još niz romaničkih i gotičkih arhitektonskih elemenata. Pod zonu zaštite koju čini povijesna urbanistička cjelina Motovuna spada i prostor padina brijega na kojem je smješten (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_3.pdf, srpanj 2020.).

Motovun je naselje kojim dominira kulturno povijesna baština, a na koji ju je način moguće kvalitetno valorizirati spomenut će se u nastavku. U Motovunu se dijelom ipak očuvao povijesni graditeljski ustroj sa slikovitim krajolicima i specifičnim vizurama, kao istaknuto obilježje glavnog uporišta identiteta, unatoč prilagođavanju suvremenim uvjetima građenja. Zemljopisni položaj Motovuna, kao i neprekidni nemiri, zahtijevali su izgradnju obrambenih zidina, odnosno bedema, a doveli su do formiranja tri glavna dijela ovog povijesnog naselja. Ti su odvojeni dijelovi: centar naselja, odnosno stara jezgra grada, podgrađe koje je smješteno upravo ispod visokih zidina na južnoj padini i predgrađe nastalo na istočnom djelu brežuljka. Jezgru Motovuna i danas opasuju vrlo dobro sačuvane zidine naselja. Prvi pojas gradskih zidina potječe još iz 13. stoljeća, a njegova dužina je nevjerojatnih 436 metara i visina od 9 do 15 metara. Unutarnju stranu zidina karakterizira očuvan niz otvora koji su nekada služili za puškarnice. Danas su ti otvori za puškarnice djelomično zatrpani, a zidine su prenamijenjene u dugu, atraktivnu šetnicu s koje se pogled pruža na gotovo cijelu Općinu Motovun (http://www.motovun.hr/index.php/2015-01-12-13-36-49/arhitektonske-posebnosti, srpanj 2020.). Slika ispod prikazuje tu vrlo zanimljivu šetnicu koja je nakada imala potpuno drugačiju svrhu (Sl. 2).



Slika 2: Gradske zidine

(Snimila autorica)

Najranije sačuvane motovunske zidine datiraju iz 11. i 12. Stoljeća, kada su izgrađeni visoki i čvrsti bedemi pojačani kulama. Tijekom 12. i 13. stoljeća pojačava se glavni, odnosno temeljni bedem. Početkom 15. stoljeća Motovun je već uobličen u gotičku utvrdu s novim gradskim vratima. Tijekom 16. stoljeća bedemi se ojačavaju, a fortifikacijskom sustavu dodaje se samostan Servita s novim bastionom. U 17. stoljeću dio zidina porušen je prema odredbama mirovnog sporazuma između Austrije i Venecije (https://www.tz-motovun.hr/kultura/gradske-zidine, srpanj 2020.).

Predgrađe smješteno na istočnom prilazu centru naselja izgrađeno je kasnije od podgrađa. Kroz predgrađe vodi ulica Gradizol koja predstavlja nešto blaži uspon do povijesne jezgre grada od kasnije spomenute ulice Borgo. Ovo predgrađe bilo je zaštićeno obrambenim zidom, ali samo s južne strane jer je ona sjeverna strana prirodno vrlo dobro zaštićena strminom samog motovunskog brijega. U predgrađu Gradizol ima nekoliko značajnih zgrada koje su nastale u 18. i 19. stoljeću, koje predstavljaju nekadašnje sklonište za putnike. Do glavne gradske jezgre u suštini vode dvije ulice koje se susreću na donjem trgu, a te dvije ulice su Gradizol i Borgo, dok se trg na kojem se susreću nalazi između prvog i drugog obrambenog pojasa. Put do same jezgre ovog povijesnog naselja vodi kroz strme uličice podgrađa Gradizol, na kojima je se nailazi na prvi važan kulturno povijesni spomenik, odnosno nasljeđe Motovuna. Slika ispod prikazuje crkvu Blažene Djevice Marije od Servita (Sl. 3).



Slika 3: Crkva Blažene Djevice Marije od Servita

(Snimila autorica)

Na ulazu u podgrađe Gradizol nalazi se crkva Blažene Djevice Marije od Servita koju su kao dio samostana izgradili u 16. stoljeću izgradili "Redovnici službenici Blažene Djevice Marije" poznatiji kao serviti. Crkva *Madonna dei Servi* i zvonik koji se nalazi uz nju nalaze se u istočnom dijelu predgrađa Gradizol. Smještena je unutar naselja kao veća jednobrodna građevina koju su primarno započeli graditi franjevci, no dovršili su je serviti. Uz samu je crkvu 1595. podignut i samostan u koji je djelovao do 1790. Uz crkvu 1749. podignut je zvonik visok gotovo 15 metara. U samoj se crkvi nalazi glavni oltar s kipom Gospe Lurdske te dva oltara sa slikama. Vrlo je zanimljiva činjenica da se u podu ove crkve nalazi niz grobnica imućnih motovunskih obitelji (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.).

Na samom ulazu u grad nalazi se Kula, prikazana na slikama ispod, koja predstavlja ulaz u povijesnu jezgru Motovuna (Sl. 5, 6, 7). Također, ova kula vodi ulicom Gradizol na motovunski trg na kojem se spaja s ulicom i pregrađem Borgo.



Slika 4: Kula - ulaz u povijesni dio grada

(Snimila autorica)



Slika 5: Unutrašnjost Kule

(Snimila autorica)



Slika 6: Kula

(Snimila autorica)

Prema slikama vidljiv je vrlo atraktivan položaj Kule koja predstavlja, kako je već i spomenuto, ulaz u povijesni dio grada. Trg Josefa Ressela, do kojega vodi ulica, s tri je strane zatvoren zgradama, a zapadna strana je otvorena prema dolini rijeke Mirne i prema gotovo nevjerojatnim

pejzažima koji se protežu s jedne i druge strane doline. Sa sjeverne strane pristup trgu štitila su gradska vrata, odnosno bastion iz 16. stoljeća, a njihov je donji dio uređen kao prolaz. Kao karakteristične zaštite prilaza i prolaza kroz vrata služile su mnogobrojne puškarnice i izbočenja, tzv. *machioculis*, a na samom gornjem katu nalazili su se prostori s kojih su branitelji na neprijatelje bacali kamenje i ostale stvari koje su im pomagale. Unutarnji prostor kule, odnosno prolaza do jezgre, danas je uređen kao mali lapidarij u kojem su izloženi kameni spomenici još iz rimskog doba (stele i nadgrobne ploče), fragmenti srednjovjekovnih natpisa, srednjovjekovni grbovi i grbovi iz kasnijih razdoblja. Brojni od ovih spomenika potječu izravno iz Motovuna, a neki su pronađeni u njegovoj užoj okolici. Grbovi s unutarnje i vanjske strane bastiona pripadaju venecijanskim načelnicima iz vremena kada je kula izgrađena. Motovunska Kula poznata je i kao "Nova vrata", prema natpisu nad izlazom koji je dobila obnovom 1607. Kula tvori neprekidan niz sa zgradom komunalne palače te zidinama citadele. Na ulaznim su i izlaznim portalima, odnosno nekadašnjim gradskim vratima, izgrađene već spomenute maštikule, one su u vrijeme borbi služile kako bi se kroz njih mogli bacati teški predmeti na neprijatelje ili pak polijevati neprijatelje vrelim uljem ili vodom. Na sjevernoj strani bastiona, odnosno na samom ulazu u grad, iznad prolaza postavljen je kameni lav kao simbol vladavine Venecije. Motovun je jedini grad s 13 simbola lavova; neki od njih izrađeni su s otvorenom, a neki sa zatvorenom knjigom. Prema usmenoj predaji napominje se kako oni s otvorenom knjigom simboliziraju razdoblje mira, a oni sa zatvorenom knjigom razdoblje ratovanja (https://www.tz-motovun.hr/kultura/kula, srpanj 2020.). Nakon prolaska kroz očuvanu kulu do Trga Josefa Ressela dolazi se do lođe koja predstavlja jedinstveno mjesto okupljališta za Motovunce. Slika ispod prikazuje lođu (Sl. 7).



Slika 7: Lođa

(Snimila autorica)

Prilikom ulaska u samu jezgru Motovuna primjećuje se zanimljiva lođa. Na samom rubu Trga Josefa Ressela smještena je gradska lođa podignuta početkom 17. stoljeća na samim bedemima obrambene kule. U prošlosti korištena je se pretežito za suđenja, ali i za obavljanje određenih javnih poslova, a sagrađena je poput vidikovca s kojeg se pruža pogled na impresivnu dolinu rijeke Mirne. Istočnu stranu trga čini komunalna palača čiji su zidovi ukrašeni ostacima romaničkih dvostrukih prozora iz 13. stoljeća. Gradska je lođa smještena na Trgu Josefa Ressela, a povremeno je u njoj zasjedalo gradsko vijeće. Legenda govori kako je služila kao promenada na kojoj su se prije zalaska sunca nalazili mladi Motovunci, kako bi izmjenjivali poglede sa simpatijama. No ponajviše je poznata kao prostor pod čijim su se krovom obznanjivale odluke, gdje su suci donosili odluke ili presude itd. Javni se prostor motovunske lođe spominje već 1331. kao "Lobia Maior", no nažalost nije poznato radi li se upravo o ovoj lođi kakva je danas jer je ona sama podignuta u 17. stoljeću (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.).

Glavna gradska vrata prikazana na slikama ispod predstavljaju glavni ulaz u najuži dio grada u kojem su u prošlosti živjeli isključivo imućni građani (Sl. 8, 9).



Slika 8: Gradska vrata

(Snimila autorica)



Slika 9: Gradska vrata

(Snimila autorica)

Glavna su gradska vrata poveznica donjeg trga i gornjeg trga. Naime, s donjeg trga u citadelu, odnosno najstariji dio grada, vode glavna gradska vrata, a kroz nadsvođeni se prolaz dolazi na gornji trg. Glavna vrata i visoka kula podignuti su u 16. stoljeću, a pružali su sigurnost građanima te priječili izravan put u grad. Također, spominje se kako je ovakav ulaz u sam centar mjesta običnom puku i seljacima izazivao strahopoštovanje, a odavao je važnost i moć gospode koja su živjela u citadeli (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.). Zapadna strana komunalne palače okružuje donji Trg Josefa Ressela, a istočna strana palače okružuje glavni Trg Andrea Antico. Prilaz gornjem trgu štite i štitila su unutarnja gradska vrata s gotičkim i romaničkim elementima. Ova vrata su imala funkciju isključivo obrambenog karaktera i bila su jedini mogući pristup užoj jezgri naselja. Dvije teške drvene vratnice podizale su se pomoću vijaka, kao i puškarnice smještene na raznim mjestima unutar vrata, a činile su barijeru odnosno ograničavale su pristup središtu. Iznad ulaza na glavnim se vratima, uz grb Motovuna i mletačkog lava, nalazi i grb obitelji Memo koji pripada venecijanskom podestatu (http://www.motovun.hr/index.php/2015-01-12-13-36-49/arhitektonske-posebnosti, srpanj 2020.).



Slika 10: Pogled na župnu crkvu

(Snimila autorica)



Slika 11: Crkva sv. Stjepana

(Snimila autorica)

Glavni gradski trg, Trg Andrea Antico, s tri je strane okružen zgradama javnog i sakralnog karaktera. Nasuprot komunalnoj palači diže se reprezentativna fasada župne crkve sv. Stjepana, sagrađene u 17. stoljeću. Crkva sv. Stjepana smještena je na glavnom gradskom trgu u Motovunu. Velika je jednobrodna građevina izgrađena početkom 17. stoljeća u oblicima kasnorenesansne paladijanske arhitekture. Sagrađena je na mjestu nekadašnje crkve, a sadrži zanimljiv, kvalitetan inventar. Romaničko-gotički zvonik, odnosno kula s nazubljenim prsobranom, sagrađen je u 13.-14. stoljeću. Ima iznimno veliku kulturno-povijesnu i ambijentalnu vrijednost te nacionalni značaj. Župna crkva Sv. Stjepana, već je spomenuto, podignuta je na mjestu starije crkve, a starija najvjerojatnije na temeljima antičke bazilike. Predaja kaže da su u starijoj crkvi pokopani istarski markgrof Engelbert i grofica Matilda, još u 11. stoljeću. Postojeća crkva Sv. Stjepana izgrađena je od 1580. do 1614., a današnji je oblik dobila tek koncem 18. stoljeća. Zbog manirističkih elemenata glavnog pročelja smatralo se da je izgrađena prema nacrtima proslavljenog venecijanskog graditelja Andree Palladija (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_3.pdf, srpanj 2020.).



Slika 12: Zvonik

(Snimila autorica)

Na slici iznad (Sl. 12.) prikazan je motovunski zvonik izgrađen u 13. stoljeću. Do crkve sv. Stjepana sagrađen je zvonik, čak četiri stoljeća ranije od crkve. Zvonik je primarno nastao kao glavna kula i osmatračnica s koje se jednostavno mogla primijetiti svaka neobična kretnja ili neprijateljsko približavanje zidinama. Upravo to predstavlja razlog zbog kojeg je zvonik u početku imao svrhu stražarnice. Zbog ove funkcije zvonik ne završava karakterističnom šiljatom piramidom kao drugi zvonici, nego ravnom površinom zaštićenom gibelinskim znacima, a njegova visoka pojava dominira cijelim naseljem te je vidljiv gotovo iz svih općinskih naselja i sela. Bez sumnje ovaj zvonik dominira okolnim područjem zbog svoje visine od 27 metara. Kula se u nekoliko navrata obnavljala, a u konačnici je pretvorena u zvonik koji i danas impresivno stoji na glavnom trgu. Na silne obnove tijekom stoljeća podsjećaju natpisi na zidovima, a posebno o obnovi 1528. podsjeća natpis s grbom protestanta Giancoma Zena (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.).



Slika 13: Palača Polesini

(Snimila autorica)

Na slici iznad prikazana je palača u kojoj su živjeli potomci najbogatije motovunske obitelji (Sl. 13). S južne strane župne crkve sv. Stjepana nalazi se velika renesansna palača, koja je pripadala imućnoj obitelji Polesini. Od prvobitnog izgleda kaštela nije sačuvano ništa, a danas je ova nekadašnja palača adaptirana u hotel koji nosi ime Kaštel. Palača Polesini datira iz 18. stoljeća. U palači su živjela pokoljenja najbogatije motovunske patricijske obitelji koja je upravlja velikim kompleksima plodne zemlje i to na području Zamaska, Motovunskih Novaka i Poreča. Od 18. stoljeća Polesini nose titulu markiza, a iz njihova roda potječu brojni uglednici i intelektualci (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.). Danas Palača Polesini predstavlja kulturno dobro, a isto tako prenamijenjena je u *boutique* hotel koji svojim posjetiteljima nudi iznimni položaj na samom trgu mjesta.



Slika 14: Bunar

(Snimila autorica)

Slika iznad prikazuje bunar koji se nalazi na glavnom gradskom trgu u Motovunu (Sl. 14). Ispod cijelog se gornjeg gradskog trga, odnosno Trga Andrea Antico, nalazi cisterna koja je Motovun opskrbljivala vodom iz dva bunarska grla. Bunar koji se nalazi na sjevernom dijelu trga datira iz 15. stoljeća, a onaj je ispod kaštela najstarije bunarsko grlo u Motovunu, iz 14. stoljeća.



Slika 15: Borgo

(Snimila autorica)

Slika gore prikazuje podgrađe Borgo (sl. 15). Uz zaštitne, odnosno obrambene zidine prvog reda na južnoj je padini brda, na kojem je smješteno naselje, izgrađeno podgrađe. Podgrađe Borgo razvilo se u 14. stoljeću, a do 17. stoljeća bilo je opasno zidinama, od kojih su sačuvani tek fragmenti i gotička vrata nedaleko crkve Sv. Ivana Krstitelja i Blažene Djevice Marije od Vrata. Kroz podgrađe Borgo se spušta ulica uz koju se sa svake strane, u gotovo neprekinutom nizu redaju uglavnom stambeni prostori. Zgrade u tom dijelu naselja organski prate tijek zidina te se usko naslanjaju na njih. Izgradnja stambenih prostora započinje već u 14. stoljeću, a time započinje i razvoj dijela podgrađa Borgo. Drugi dio ulice Borgo počinje poprimati svoj oblik nešto kasnije u 17., 18. i 19. stoljeću. Osim privatnih kuća i zgrada, u tom dijelu mjesta nalazimo crkvu Sv. Antuna Padovanskog i sv. Ciprijana te ubožnicu ili hospicij.



Slika 16: Crkva sv. Antuna Padovanskog i sv. Ciprijana
(Snimila autorica)

Slika iznad prikazuje crkvu sv. Antuna Padovanskog (sl. 16). Nasuprot motovunskog hospicija i danas se nalazi crkva sv. Antuna koja je zapravo pregrađena crkva sv. Ciprijana. Crkva sv. Antuna Padovanskog, ranije posvećena Sv. Ciprijanu, spominje se već 1454., izgrađena je u 15. stoljeću uz kulu i vrata koja su Borgo povezivala s barbacanom. Temeljito je obnovljena

zavjetnim darovima protiv kuge sredinom 19. stoljeća. Sv. Ciprijan je zaštitnik od te strašne bolesti, stoga je razumljiva gradnja crkve njemu posvećena, na ulazu u grad, s očitom namjerom da se opakoj bolesti spriječi ulazak i širenje gradom (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_3.pdf, srpanj 2020.).



Slika 17: Hospicij

(Snimila autorica)

Na slici gore prikazan je motovunski hospiciji (Sl. 17). Među brojnim stambenim zgradama i privatnim kućama u podgrađu Borgo s donje strane ulice nalazi se i zgrada koja je nekoć bila bolnica za siromašne stanovnike Motovuna. Hospicij ili ubožnica u Motovunu su postojali još u srednjem vijeku, a liječnik i ljekarnik u gradu su djelovali već 1331. Nije poznato je li upravo na ovome mjestu djelovao liječnik, ali zna se da je ovim hospicijem, obnovljenim 1622., upravljao liječnik koji je uz kirurga bio na gradskoj plaći. Obično su korisnici hospicija, beskućnici, prosili po gradu i okolici, a u zgradi su samo noćili i pripremali hranu koju su isprosili (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.).



Slika 18: Crkva sv. Ivana Krstitelja i Blažene Djevice Marije od Vrata

(Snimila autorica)



Slika 19: Vrata

(Snimila autorica)

Slike iznad prikazuju crkvu sv. Ivana Krstitelja i Blažene Djevice Marije od Vrata (Sl. 18 i 19). Niže u ulici Borgo nalazi se crkva koja je podignuta 1521. izvan gradskih zidina, pred ulazom

u podgrađe Borgo, ispred samih gotičkih vrata, a 1898. dograđen joj je 15 metara visok zvonik. On ujedno predstavlja i najmlađi od triju tornjeva u gradu. Na sredini crkve podignut je oltar sa stubištem i slikom Blažene Djevice Marije s Djetetom, koja se prema predaji, upravo ovdje na ovom mjestu, ukazala na smokvi (https://www.tz-motovun.hr/kulturne-znamenitosti, srpanj 2020.). U ostatku podgrađa Borgo u nekoliko se navrata mogu vidjeti natkriveni prolazi, koji u specifičnom zbijenom prostoru formiraju pomalo mračne hodnike koji stvaraju iznimne, slikovite vidikovce. Podgrađe je zaštićeno spomenutim gradskim zidinama, no taj je zid, kad je izgubio svoju obrambenu funkciju u 18. stoljeću, uklopljen u zgrade donje strane ulice, zbog čega je samo fragmentarno, odnosno djelomično sačuvan.

Prema dokumentima, Prostornom planu uređenja Općine Motovun, kao i prema Programu ukupnog razvoja Općine Motovun, kulturno-povijesna baština zauzima značajnu ulogu u daljnjem razvoju turizma ovog područja. Ona je smatrana poveznicom između prošlosti i sadašnjosti te predstavlja temelj na kojem je moguće razvijati budućnost područja Motovuna. Cjelokupni prostor Motovuna, odnosno Općine Motovun, ima svojstvo kulturnoga dobra i spada pod područje kulturnoga krajolika. Takvo značenje ima prije svega zbog jedinstvenosti očuvanih prostornih odnosa između naseobinskih oblika i specifičnih prirodnih obilježja prostora, kao i zbog gustoće i vrijednosti pojedinačnih kulturnih dobara, stupnja njihove očuvanosti te relativno neznačajnih prostorno-konfliktnih situacija. Povijesna urbanistička cjelina Motovuna izravno pripada tipu gradinskih akropolskih naselja centralne Istre. Grad je smješten na vrhu motovunskog brežuljka koji se izdiže nad dolinom Mirne. Svojim položajem dominira nad velikim, nizinskim okolnim prostorom. "Zbog svojih urbanističko-arhitektonskih i kulturno-povijesnih obilježja te smještaja u širem prostoru, Motovun kao povijesno gradsko naselje sa širim prostorom, ima nacionalni značaj" (http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.).

4.3. Kulturni turizam Motovuna

U prijašnjem poglavlju prikazana je kulturno-povijesna baština Motovuna. S obzirom na veličinu naselja i okolice Motovun ima prilično velik broj kulturnih znamenitosti koje spadaju pod

zaštitu. U ovom potpoglavlju promatra se mogućnost razvoja kulturnog turizma kao temeljne vrste posebnih oblika turizma koji se razvija u mjestima s bogatom kulturno-povijesnom baštinom.

U skladu s već u prijašnjim poglavljima opisanim mogućnostima i ograničenjima prostornoga razvoja Motovuna, one su razmjerno oskudne sa sirovinskim resursima. Međutim, prirodna i krajobrazna obilježja te vrijedna i brojna kulturna-povijesna baština na području Motovuna i u susjednim općinama pružaju povoljnosti prije svega za kulturni, seoski i izletničko-rekreacijski turizam. Dobra povezanost i blizina većih gradova bitno će utjecati na turistički razvoj cijele Općine Motovun. Potrebno je unaprijediti turističku ponudu jednodnevnih izleta, ali i razvijati smještajni turizam na seoskim gospodarstvima ili u novom turističkom smještaju.

U sljedećoj tablici izrađena je SWOT analiza razvoja kulturnog turizma u Motovunu. Prema njoj se izvode prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje. Analiza je izrađena na temelju dostupnih podataka i istraživanju autorice.

Tablica 3: SWOT analiza razvoja kulturnog turizma u Motovunu

Prednosti	Nedostaci
- Bogatstvo kulturno-povijesne baštine, - Duga, zanimljiva povijest, - Prostor pod zaštitom, - Povoljan geografski položaj, - Povoljni preduvjeti za razvoj ponude i kompleksnih kulturnih proizvoda, - Porast interesa turističke potražnje, - Izrazita autentičnost, - Mogućnost razvoja komplementarnih turističkih proizvoda (npr. spajanje kulturnog turizma s gastroturizmom) - Jedinstvenost područja	- Manjak kapaciteta smještaja, - Nedefiniranost turističke ponude, - Slabljenje, zastarijevanje infra i suprastrukture, - Ograničen pristup starogradskoj jezgri, - Nedovoljni ljudski kapaciteti za razvoj nove ponude i upravljanje turističkom destinacijom, - Relativno male investicije Općine za turističke potrebe
Mogućnosti	Prijetnje

- Mogućnost korištenja različitih sredstava u upravljanju kulturno povijesnom baštinom, - Korištenje bespovratnih sredstava iz EU fondova, kao i fondova Ministarstva turizma kod definiranja ponude kulturnog turizma, - Mogućnost kvalitetnog i efikasnog destinacijskog upravljanja, - Različite mogućnosti interpretacije kulturne baštine područja	- Zbog relativno malog područja koje Motovun obuhvaća, potrebno je paziti na prijetnju u obliku monotone ponude kulturnog turizma, - Neplanirano, odnosno stihijsko povećanje broja smještajnih kapaciteta, - Kod razvoja kulturnog turizma bitno je paziti na mogućnost komodifikacije kulture, - Neodrživo upravljanje kulturno-povijesnom baštinom

(Izrada autorice)

Iz prikazane je analize vidljivo kako bi razvoj kulturnog turizma Motovuna imao brojne prednosti, odnosno bazira se na brojnim prednostima Motovuna, kao jedinstvenost i autentičnost te bogatstvo kulturno-povijesne baštine. Nedostaci za njegov razvoj također nisu neznačajni, no zasigurno ih je manji broj nego prednosti. Nedostaci uključuju manjak smještajnih kapaciteta, nedovoljne ljudske kapacitete za razvoj kvalitetne uključive ponude itd. Razvoj kulturnog turizma ima mogućnosti za sam Motovun koje uključuju efektnu interpretaciju kulturno-povijesne baštine, bespovratna sredstva, razvoj destinacijskog menadžmenta. Prijetnje su one koje uključuju neugodne mogućnosti na koje treba pripaziti prilikom implementacije novih proizvoda. U ovom slučaju najveća prijetnja jest neodrživo upravljanje kulturnom baštinom, kao i mogućnost komodifikacije kulture. U proteklih je nekoliko desetljeća Motovun izgradio prilično dobru podlogu za jači razvoj kulturnog turizma kao posebne grane turizma koja prvenstveno radi na očuvanju i održivom korištenju kulturnog nasljeđa turističkih destinacija. Budući da velik dio područja Motovuna spada u kulturne znamenitosti, Motovun sam čini povijesnu i urbanističku cjelinu koja je pod zaštitom.

Razvoj kulturnog turizma, kao jednog od čimbenika razvoja kvalitetnije i sadržajnije turističke ponude Motovuna, potrebno je temeljiti na bogatom, vrijednom nasljeđu. Također, kako bi implementacija ove vrste turizma bila uspješna, neophodno je sigurno upravljanje kulturnim

nasljeđem i njegova valorizacija. U nastavku poglavlja pružit će se zaključak istraživanja autorice.

4.4. Osvrt na provedeno istraživanje

Motovun je za ovo istraživanje odabran upravo kao atraktivna turistička destinacija unutrašnje Istre zbog izuzetnih kulturno-povijesnih spomeničkih vrijednosti koje njime dominiraju. Motovun spada u turističku klaster regiju unutrašnje Istre, a njome je uz njega obuhvaćen iznimno velik prostor. Temelj je provedenog istraživanja kulturno-povijesna baština Motovuna, a ona uključuje registrirane i preventivno registrirane spomenike kulture, kao i one neregistrirane. U ovom će se zadnjem potpoglavlju navesti zaključak na temelju prijašnjih.

Već je napomenuta kompleksnost i širina pojma kulturne baštine. Prvotna UNESCO-va definicija obuhvaćala je isključivo materijalnu dimenziju kulturnog nasljeđa, a ona je i predmet rada. Kako se navodi, komponente koje uključuje materijalna dimenzija kulturne baštine su spomenici, skupine građevina, lokaliteti. Naime, upravo su ti elementi dio istraživanja kulturno-povijesnog nasljeđa Motovuna. U prijašnjem je potpoglavlju predstavljena kulturno-povijesna baština Motovuna. Autorica je na temelju fotografiranih i istraženih spomenika izvela analizu koja uključuje upravo spomenutu materijalnu dimenziju baštine. Kulturno-povijesni spomenici Motovuna su iznad prikazani.

Kada je navedena kulturno-povijesna baština Motovuna, bitno je spomenuti važnost njezine valorizacije, kako bi se na uspješan način koristila u turističke svrhe. Turistički se resursi već u pravilu dijele na kulturno-povijesne atrakcije i atraktivnosti, manifestacije, znamenite ljude, kulturu života i rada, urbane i ruralne cjeline te one umjetno stvorene. Kako tvrdi Geić (2011., str. 186.), korištenje kulture u turizmu mora biti temeljeno na efikasnom menadžmentu kulturnih resursa i planskim dokumentima. U slučaju turističke destinacije Motovun, strateški dokumenti su oni planski, odnosno lokalni i regionalni planovi kao što su: Plan prostornog uređenja Općine Motovun, Program ukupnog razvoja Općine Motovun, Strategija razvoja turizma područja turističke zajednice središnje Istre – Motovuna i Žminja 2018. – 2020. te oni koji djeluju na nacionalnoj razini. Također, destinacijski menadžment ima iznimno važnu ulogu u valorizaciji, očuvanju i upravljanju kulturnim resursima. Kulturno-povijesni resursi koje turistička destinacija

Motovun posjeduje i na njima gradi jedinstvenu, autentičnu turističku ponudu, prikazani su u prijašnjem potpoglavlju. Valorizacija takvih resursa mora biti visoko na ljestvici prioriteta destinacije, kako bi u spomenutim aktivnostima bila uspješna. Uključivanje, odnosno valorizacija kulturno-povijesne baštine za turističku je destinaciju Motovun od velike važnosti. Budući da je upravljanje kulturnom baštinom sve važnija odlika konkurentnosti na turističkom tržištu, u Općini Motovun također postaje krucijalni dio daljnjeg planiranja razvoja. Baš kao i u nekim drugim turističkim destinacijama, pravovremenim je planiranjem, kao i upravljanjem kulturnim resursima, moguće spriječiti određene negativne učinke koji u konačnici nastaju neodrživim korištenjem njih samih. Kako je već spomenuto, u turističkoj destinaciji Motovun, upravljanje je kulturno-povijesnim nasljeđem od iznimne važnosti budući da svoju ponudu uglavnom temelji na vrijednosti kulturne baštine te prirodnih ljepota. Bitno je naglasiti kako za kulturne resurse, a posebno spomeničku baštinu turizam može predstavljati iznimno opterećenje, upravo zbog činjenice da joj turizam ne donosi mogućnost održavanja, nego je stalno narušava. Tom negativnom učinku turizma u Motovunu nastoje pristupiti kontinuiranim planiranjem i monitoringom trenutnog stanja spomeničke baštine. U planiranje, kao i kontrolu, moraju biti uključeni različiti dionici, od lokalne zajednice do politike te službi odgovornih za održavanje povijesnog nasljeđa. Upravljanje baštinom u urbanim sredinama zahtjeva integriran, specifičan pristup. U gradovima i naseljima u kojima je kulturno-povijesna baština važna ili pak najvažnija sastavnica ponude, živi i radi stanovništvo, a upravo je zbog toga vrlo bitno ne dopustiti pretvaranje takvih turističkih destinacija u muzeje ili fosilizirane povijesne atrakcije na otvorenom. U Motovunu je koncentracija kulturno-povijesnog nasljeđa velika, no važno je na održiv način pronaći rješenje u kojem radno stanovništvo može nesmetano obavljati svoje poslove dok se simultano odvijaju turistički posjeti. Isto tako jedan je od ključnih izazova održavanje ravnoteže između konzervacije i upravljanja posjetiteljima. Budući da Motovun ne bilježi rekordne brojke posjeta kao, primjerice, druge turističke destinacije u Istri, smatra se kako je upravo zbog toga jednostavnije kontrolirati broj posjetitelja i tako očuvati kulturno nasljeđe. S obzirom na to da je koncentracija gostiju usmjerena na obalna područja istarskog poluotoka, unutrašnjost, a time i Motovun, uglavnom su destinacije jednodnevnih posjeta. Ta je činjenica pozitivna, barem u ovom slučaju, jer je omogućeno očuvanje i konzervacija kulturno-povijesnog nasljeđa. Upravljanje kulturnom baštinom koncept je koji se bavi upravljanjem kulturnim resursima, vodeći sustavnu brigu o vrijednostima tih dobara, kako bi sadašnje, ali i buduće

generacije mogle u njima uživati. Temeljni je cilj očuvanje materijalne i nematerijalne dimenzije baštine područja.

O kulturnom turizmu u turističkoj destinaciji Motovun bavilo se prijašnje potpoglavlje, stoga će se samo kratko zaključiti da je bogatstvo kulturno-povijesne baštine iznimna prednost kod razvoja ove posebne vrste turizma jer se uz pomoć kvalitetne valorizacije i korištenja kulturnog nasljeđa može u konačnici pomoći kod njegovog očuvanja. U izrađenoj SWOT analizi prikazane su sve prednosti i nedostaci, kao i mogućnosti i prijetnje kod razvoja kulturnog turizma.

5. Zaključak

Cilj ovog završnog rada bio je istražiti i istaknuti važnost kulturno-povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija. Isto tako, autorica je za analizu važnosti valorizacije kulturne baštine odabrala turističku destinaciju središnje Istre – Motovun.

Kroz cijeli se rad kontinuirano pratila tema kulturnog nasljeđa kao temeljnog postulata izrade rada. Naime, širok je i kompleksan pojam kulturno-povijesne baštine definiran kao nasljeđe fizičkih, odnosno materijalnih artefakata koji zajedno čine ostavštinu prošlih generacija, a čuvaju se kako bi ih i buduće generacije mogle koristiti. Kulturno-povijesna baština prikazana je u kontekstu temeljnog kulturnog resursa određenog područja, destinacije, koja u konačnici predstavlja čimbenik jedinstvenosti i autentičnosti nje same. Također, istaknuta je važnost, ali i problematika vezana za pojam valorizacije kulturne baštine, kao i pojam upravljanja njome. Od iznimne je važnosti kulturne resurse, a time i kulturno-povijesnu baštinu, pravovremeno i efikasno valorizirati. Uključivanje u turističku ponudu destinacije može imati brojne dobrobiti, no isto tako određene negativne učinke. Negativni se učinci u konačnici mogu spriječiti detaljnim planiranjem razvoja turizma destinacije te uključivanjem različitih dionika čije sudjelovanje u procesima planiranja razvoja turizma može osigurati koncept održivog razvoja područja. Kulturno-povijesna baština određenog područja ima iznimnu moć transformiranja turističke ponude destinacije, a predstavlja autentičan privlačni faktor.

Kulturna je baština najčešće i najkvalitetnije valorizirana kroz posebne oblike turizma, kao što je kulturni turizam, kojem je posvećeno poglavlje u radu. Kulturni turizam prikazan je kao

alternativna turistička ponuda koju destinacija ima priliku uvesti kao način prilagodbe novim zahtjevima posjetitelja. Mogućnosti i prednosti implementacije kulturnog turizma u ponudu turističke destinacije su brojne. Njima se razvija kompleksnija i sadržajnija ponuda koja privlači specifične turističke niše čiji su interesi aktivan odmor, edukacija, sudjelovanje u životu lokalnog stanovništva, doživljaj i drugi. Kulturni turizam jedan je od najpopularnijih oblika turizma posebnih interesa jer, gotovo isključivo, svaka turistička destinacija posjeduje kulturno nasljeđe, odnosno kulturne resurse na kojima ga je moguće razvijati. Ti kulturni resursi, kako je već navedeno, mogu uključivati materijalnu i nematerijalnu dimenziju nasljeđa, a kulturne turiste ponajviše privlači upravo kombinacija ovih dviju dimenzija. Budući da se završni rad bavio istraživanjem materijalnog vida kulturno-povijesne baštine, bitno je naglasiti kako kulturni turizam ima moć očuvanja, odnosno zaštite spomeničkog nasljeđa destinacije. On stvara plodno tlo kojim je moguće osigurati financijsku održivost lokaliteta baštine, budući da prikuplja sredstva od posjeta lokalitetima i spomenicima te u nekim slučajevima stvara gotovo potpunu neovisnost o proračunskim sredstvima. Također, takva dostatna financijska sredstva osiguravaju mogućnost održavanja i očuvanja kulturno-povijesnog nasljeđa. Očuvanje je spomeničke baštine od velike važnosti za turističke destinacije, s obzirom na to da im osigurava kontinuiran koncept održivog razvoja koji pretpostavlja sigurno korištenje, kao i očuvanje nasljeđa za buduće generacije.

Autorica je važnost kulturno-povijesne baštine za afirmaciju turističkih destinacija istraživala na primjeru Motovuna. Motovun je turistička destinacija središnje Istre koja svoju ponudu temelji na prirodnom i kulturnom bogatstvu. Slikoviti brežuljak u unutrašnjosti istarskog poluotoka izdiže se nad dolinom rijeke Mirne, a odlikuje ga vrijednost kulturno-povijesne baštine. Motovun je najbolje sačuvana srednjovjekovna utvrda, čije zidine danas predstavljaju turističku atrakciju ovog naselja. Kroz poglavlje o važnosti kulturno-povijesne baštine Motovuna prikazano je na koji način Motovun kao turistička destinacija koristi svoje nasljeđe u razvijanju turističke ponude. Istaknute su mogućnosti razvoja turizma, a posebice kompleksnih turističkih proizvoda koje imaju mogućnost obogaćivanja trenutne ponude koja se uglavnom temelji na jednodnevnom izletničkom turizmu. Motovun, kao vodeća destinacija unutrašnje Istre, ima brojne mogućnosti za razvoj, a dodatan bi angažman kulturno-povijesne baštine, kao i osmišljavanje novih, inovativnih kulturnih proizvoda u turističkoj ponudi zasigurno pridonio kontinuiranom razvoju ove destinacije.

Sažetak rada

Glavni cilj istraživanja ovog završnog rada, kako je istaknuto i u uvodu, jest analiza važnosti kulturno – povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija. Također, kao temeljni cilj detaljne analize ističe se istraživanje važnosti bogatog kulturnog nasljeđa turističke destinacije Motovun.

U samom uvodu rada predstavljena je ključna problematika i predmet istraživanja, ciljevi te metode korištene pri izradi završnog rada. Prije svega, autorica je teorijski odredila važne pojmove. Upravo zbog toga, druga cjelina pojmovno određuje kulturnu baštinu, odnosno njezinu materijalnu i nematerijalnu dimenziju. Također, nakon objašnjenja temeljnih pojmova, naglašena je važnost turističke valorizacije kulturne baštine, kao i važnost kvalitetnog upravljanja njome. Treće se poglavlje detaljno bavi kulturnim turizmom, njegovim pojmovnim određenjem, nastankom te obilježjima. Isto tako, objašnjava se pojam turizma nasljeđa koji predstavlja, barem u slučaju ovog istraživanja, srž kulturnog turizma odabrane destinacije. U potpoglavljima koja su uslijedila, rad se bavio važnošću razvoja kulturnog turizma, kao i njegovim održivim razvojem.

Temeljno istraživanje autorica navodi u četvrtoj cjelini rada, a ono se vezuje za važnost kulturnog nasljeđa Motovuna. U njemu se nalaze četiri potpoglavlja, koja prije svega žele istaknuti značaj vrijedne kulturno-povijesne baštine Motovuna. Navedeno je trenutno stanje turističke destinacije, nakon čega je detaljno prikazana kulturno-povijesna baština mjesta, koja bi u budućnosti mogla predstavljati temelj na kojem je moguće graditi kvalitetnu turističku ponudu. Također, istaknuta je važnost razvoja kulturnog turizma destinacije. Na kraju istraživanja naveden je njegov zaključak.

Zadnja cjelina rada uključuje zaključak temeljen na istraživanju i rezultatima analize važnosti kulturno-povijesne baštine u afirmaciji turističkih destinacija.

Abstract

The primary research objective of this thesis, as stated in the introduction, is an examination of the significance of cultural and historical heritage for the affirmation of a tourist destination. By the same token, the main purpose of a detailed examination is the research of significance of the rich cultural heritage of the tourist destination of Motovun.

The introduction presents the key issues covered and the subject matter of the research, the objectives and methodology used in writing the thesis. First of all, the author defined the important theoretical concepts. It is precisely for this reason that the second part determines the concept of cultural heritage, i.e. its tangible and intangible dimensions. Also, following the explanation of fundamental concepts, emphasis is placed on the significance of tourism valorization of cultural heritage and the importance of its quality management. The third chapter explores the issue of cultural tourism in detail, its conceptual definition, its creation and characteristics. Furthermore, there is an explanation of the concept of heritage tourism which represents, at least in the case of this research, the core of cultural tourism of the select destination. In subsequent subsections, the paper focuses on the importance of development of cultural tourism as well as its sustainable development.

The author presents the basic research in the fourth section of the paper, and it concerns the significance of the cultural heritage of Motovun. It comprises four subsections that particularly aim to highlight the importance of Motovun's valuable cultural and historic assets. The presentation of the current situation of the tourist destination is followed by a detailed overview of the cultural and historic heritage of the town, a potential future foundation for the development of a high-quality tourism offer. Moreover, it underlines the importance of development of cultural tourism of the destination.

The final section of the paper comprises a conclusion based on the research and the results of the analysis of the significance of cultural and historic heritage in the affirmation of tourist destinations.

Danijela Bilić Rojnić, prof. engleskog jezika

Literatura

Knjige i stručne publikacije

1. Floričić, T., Floričić, B., 2019., *Kulturna baština u turističkoj destinaciji – vrednovanje i menadžment*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, dostupno na: http://medulin.hr/wp-content/uploads/2019/12/Kulturna-ba%C5%A1tina-u-turisti%C4%8Dkoj-destinaciji-Vrednovanje-i-odr%C5%BEivo-upravljanje.pdf, srpanj 2020.
2. Geić, S., 2011., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, str. 185. – 337.
3. Gržinić, J., Floričić, T., 2015., *Turoperatori i hotelijeri u suvremenom turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 166. – 213.
4. Gržinić, J., 2018., *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 94. – 115.
5. Hrvatin, M., Tobok Kandić, S., 2019., *Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf, srpanj 2020.
6. Jelinčić, D. A., 2009., *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb
7. Tomljenović, R., 2006., „Kulturni turizam“, u: Čorak, S., Mikačić, V., *Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno*, Institut za turizam, Zagreb, str. 119. – 147.
8. Tomljenović, R., Boranić Živoder, S., 2015., *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma*, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, srpanj 2020.
9. Tomljenović, R., 2003., *Strategija razvoja kulturnog turizma "Od turizma i kulture do kulturnog turizma"*, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf, srpanj 2020.

10. Vojnović, N., 2016., *Održivi razvoj unutrašnje Istre*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 52. - 60.

Statističke publikacije

1. Marušić, Z., Tomljenović, R., 2008., *TOMAS 2008 - Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: http://www.iztzg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf, srpanj 2020.

Internetski izvori

1. http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_2.pdf, srpanj 2020.
2. http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/10_3.pdf, srpanj 2020.
3. http://www.motovun.hr/images/database/dokumenti/clanci/589_1.pdf, srpanj 2020.
4. https://www.central-istria.com/images/upload/Strategija%20razvoja%20turizma.pdf, srpanj 2020.
5. http://www.motovun.hr/, srpanj 2020.

Popis tablica i slika

Tablice:

Tablica 1: Obuhvaćanje kulturno-povijesne baštine 6
Tablica 2: Kulturni resursi 9
Tablica 3: SWOT analiza razvoja kulturnog turizma u Motovunu 62

Slike:

Slika 1: Motovun (Montona) 45
Slika 2: Gradske zidine 46
Slika 3: Crkva Blažene Djevice Marije od Servita 47
Slika 5: Kula - ulaz u povijesni dio grada 48
Slika 6: Unutrašnjost Kule 49
Slika 7: Kula 49
Slika 7: Lođa 51
Slika 8: Gradska vrata 52
Slika 9: Gradska vrata 52

Slika 10: Pogled na župnu crkvu 53
Slika 11: Crkva sv. Stjepana 54
Slika 12: Zvonik 55
Slika 13: Palača Polesini 56
Slika 14: Bunar 57
Slika 15: Borgo 57
Slika 16: Crkva Sv. Antuna Padovanskog i sv. Ciprijana 58
Slika 17: Hospicij 59
Slika 18: Crkva sv. Ivana Krstitelja i Blažene Djevice Marije od Vrata 60
Slika 19: Vrata 60