

Komparativna analiza dosega kulturnog turizma Hrvatske i Portugala

Podhraški, Matija

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:175417>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta

Matija Podhraški

**Komparativna analiza dosegâ kulturalnog turizma
Hrvatske i Portugala**

Diplomski rad

Zadar, 2022.

Sveučilište u Zadru
Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta

Komparativna analiza dosega kulturnog turizma Hrvatske i Portugala

Diplomski rad

Student/ica:

Matija Podhraški

Mentor/ica:

Prof. dr. sc. Aleksandra Krajnović

Zadar, 2022.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Matija Podhraški**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Komparativna analiza dosega kulturnog turizma Hrvatske i Portugala** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 8. studenog 2022.

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Svrha istraživanja	2
1.3. Metodologija rada.....	3
1.4. Struktura rada	3
2. Teorijski aspekt kulturnog turizma	4
2.1. Pojam i značenje kulturnog turizma	4
2.1.1. Kultura i turizam.....	6
2.1.2. Elementi kulturnog turizma	8
2.2. Uloga međunarodnih organizacija i države u kulturnom turizmu	9
2.2.1. UNESCO.....	9
2.2.2. Uloga države u kulturnom turizmu – primjeri Hrvatske i Portugala	11
3. Strateški razvoj kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj i Republici Portugal	14
3.1. Strateški dokumenti	14
3.2. UNESCO-va zaštićena kulturna baština.....	15
3.3. Europske prijestolnice kulture – Portugal i Rijeka	19
4. Aktualni problemi zaštićenih urbanih cjelina i analize studije slučaja	21
4.1. Aktualni problemi zaštite kulturne baštine RH	21
4.2. Studije slučaja – Hrvatska	22
4.2.1. Stari grad Dubrovnik	22
4.2.2. Dioklecijanova palača u Splitu	24
4.2.3. Eufrazijeva bazilika u Poreču.....	26
4.3. Studije slučaja – Portugal	28
4.3.1. Jeronimitski samostan u Lisabonu	29
4.3.2. Grad Sintra	29
4.3.3. Stara jezgra Porta	30
5. Komparativne analize kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu	32
5.1. SWOT Analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj.....	32
5.2. TOWS Analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu	37
5.3. SOAR analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj	40
5.4. Rezultati komparativne analize.....	42

6. Upravljanje zaštićenom kulturnom baštinom Hrvatske i Portugala	49
6.1. Razvojni nedostaci kulturnog turizma u Hrvatskoj	50
6.2. Problematika strateškog planiranja u kulturnom turizmu.....	51
6.3. Problemi i izazovi razvoja kulturnog turizma	52
6.3.1. Problematika gubitka autentičnosti života gradske jezgre	52
6.3.2. Problem održivog razvoja kulturnog turizma.....	53
6.3.3. Raznovrsnost ponude kulturnih destinacija.....	55
7. Perspektiva razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu	56
8. Zaključak	59
Literatura	61
Popis tablica i slika	65
Popis slika	65

SAŽETAK

Komparativna analiza dosega kulturnog turizma Hrvatske i Portugala

Kulturni turizam jedan je od dominantnih oblika turizma i jedan od glavnih motiva koji potiče turiste na posjećivanje spomeničke baštine, arheoloških lokaliteta, te otkrivanje folklornih običaja i drugih tradicija. Kulturni turizam spaja osobe i običaje i na određeni način najbolje predstavlja kulturu određenog mjesta i pomaže prilikom razvoja lokacije na kojoj se nalazi. Hrvatsko tlo bogato je kulturnim umjetninama i građevinama koje su postale dio kulturnog turizma poput različitih crkvi, zidina i palača. Jedan od popularnijih primjera kulturnog turizma u Hrvatskoj je Dubrovnik. Kulturni turizam tako s jedne strane podrazumijeva ponudu koja se gotovo isključivo temelji na kulturi u užem smislu riječi. Europsko tlo bogato je različitim kulturnim objektima koji čine temelj razvoja kulturnog turizma zbog svojih posebnosti i interesa ljudi za njima. Dva navedena pojma isprepliću se svojom povezanošću i međusobnim utjecajem. UNESCO je vodeća međunarodna institucija koja vodi brigu o zaštiti kulturnih i prirodnih dobara. Kategorije „svjetske baštine” koncipirana je 1972. godine donošenjem UNESCO-ve Konvencije o zaštiti kulturne i prirodne baštine. Povezanost kulture i turizma na prostoru Hrvatske vidljivo je i po tome što je Rijeka bila grad kulture 2020. U radu se iznose primjeri zaštićene kulturne baštine u Dubrovniku, Poreču i Splitu s usporedbom s onima u Portugalu.

Ključne riječi: kultura, turizam, UNESCO, kulturna baština, zaštita kulturne baštine

ABSTRACT

Comparative analysis of the scope of Croatian and Portuguese cultural tourism

Cultural tourism is one of the dominant forms of tourism and one of the main motives that encourages tourists to visit monuments, archaeological sites, and discover folklore customs and other traditions. Cultural tourism brings together people and customs and in a certain way best represents the culture of a certain place and helps in the development of the location where it is located. The Croatian soil is rich in cultural art and buildings that have become part of cultural tourism, such as various churches, walls and palaces. One of the more popular examples of cultural tourism in Croatia is Dubrovnik. Cultural tourism, on the one hand, implies an offer that is almost exclusively based on culture in the narrower sense of the word. The European soil is rich in different cultural objects that provide good ground for the development of cultural tourism due to their peculiarities and people's interest in them. The two mentioned terms are intertwined by their connection and mutual influence. UNESCO is the leading international institution that takes care of the protection of cultural and natural assets. The categories of "world heritage" were conceived in 1972 with the adoption of the UNESCO Convention on the Protection of Cultural and Natural Heritage. The connection between culture and tourism in Croatia is also evident by the fact that Rijeka was the city of culture in 2020. The paper presents examples of protected cultural heritage in Dubrovnik, Poreč and Split with a comparison with those in Portugal.

Keywords: Culture, Tourism, UNESCO, Cultural Heritage, Protection of Cultural Heritage

1. Uvod

„Kulturni turizam jedan je od dominantnih oblika turizma i jedan od glavnih motiva koji potiče turiste na posjećivanje spomeničke baštine, arheoloških lokaliteta, te otkrivanje folklornih običaja i drugih tradicija”. „U posljednjih nekoliko desetljeća on sačinjava udio od gotovo 40% u ukupnom turizmu na tlu Europskog kontinenta. Europske zemlje, a napose mediteranske na čijem su tlu bujale velike i razvijene kulture, kao što je to Rimsko carstvo ili Grčka civilizacija, ostavile su brojne kulturne spomenike i vidljiv utjecaj na današnju arhitekturu, dok su se brojni sakralni i javni spomenici još uvijek u dobrom stanju očuvanosti dostupni za razgledanje i dvije tisuće godina nakon svoje izgradnje.” (Antolović, 2013)

„UNESCO je kroz svoju Konvenciju (*Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*) i klasifikaciju postavio prioritet na zaštitu pojedinih elemenata kulturne i prirodne baštine, kao i nematerijalne baštine. Uvrštavanjem na listu zaštićene baštine lokaliteti, spomenici, kao i tradicije, vještine i običaji dobivaju prestižan status među kulturnim turistima te ih sama činjenica da se nalaze na toj listi motivira na obilazak i otkrivanje njihovih specifičnosti.” (Carek, 2010)

„Iako Italija prednjači po broju zaštićenih spomenika kulturne baštine, što ne iznenađuje s obzirom na povijesne tijekove, Hrvatska i Portugal ne zaostaju brojnošću i vrijednošću spomeničke materijalne i nematerijalne baštine, a u obje su zemlje i prirodni lokaliteti klasificirani kao takvi. Za Hrvatsku, status zaštićenosti kulturne baštine je iznimno važan. Naime, tijekom perioda komunizma kulturna je baština bila zapostavljena, prepuštena propadanju te se iznimno malo ulagalo u njenu konzervaciju i restauraciju. Nakon perioda komunizma, ratna zbivanja devedesetih godina određene elemente baštine su izravno oštetile, a to se u prvom redu odnosi na stari grad Dubrovnik te na šibensku katedralu Sv. Jakova. Zahvaljujući UNESCO-voj zaštiti Dubrovnik je po završetku rata obnovljen te nije došlo u konačnici do značajnijih trajnih gubitaka.” (Ban i Vrtiprah, 2003)

„Kulturni spomenici i lokaliteti privlače s vremenom sve veći broj turista i očekivano se ta masovnost dobro odražava na gospodarstvo i na dobitke kumulirane kroz kulturni turizam te sve popratne turističke djelatnosti. Međutim, postavlja se pitanje do koje mjere turizam može rasti i razvijati se bez da ostavi trajne posljedice na same lokalitete, spomenike i da se ne odrazi na lokalno stanovništvo, način života i način funkcioniranja.” (Fox, 1997)

„Kulturni resursi koji su motiv putovanja turistima čine kulturne atrakcije. Tako se i kulturni turizam može razumjeti kroz razmatranje resursa koji su uključeni u kulturni turizam. U turizmu se stvaraju specifična područja potražnje koja se stalno razvijaju jer turisti traže autentičnost i kulturno značenje. Demokratizacijom turizma, a kasnije i kulture, izašlo se iz okvira koji je dugo pripadao društvenoj eliti, pa se krajem 80- ih godina kultura penje visoko na ljestvici motiva turističkih putovanja. Spomenička baština u najširem smislu tog pojma, u momentu turističke valorizacije postaje ekonomski čimbenik koji donosi dohodak. Stoga ona pored atributa duhovne vrijednosti dobiva i predznak ekonomske vrijednosti sa aspekta lokalnog i nacionalnog gospodarstva.” (Klarić, 2005)

„Kulturni resursi postaju turističke atrakcije kada su usmjerene na koncept kulturnog turizma u kojem nema uključivanja u kulturu kao proces već se kultura koristi kao turistički proizvod. Kulturni turizam u kojem turisti aktivno sudjeluju, obuhvaća sve oblike putovanja u kojima turisti uče o povijesti i nasljeđu drugih naroda te o njihovoj povijesti i suvremenom načinu života i mišljenja pa se taj koncept temelji na kulturi kao procesu.” (Krajnović, Vrdoljak Raguž i Gortan-Carlin, 2020)

1.1. Predmet i cilj rada

Diplomski rad Komparativna analiza doseg a kulturnog turizma Hrvatske i Portugala bavi se fenomenom kulturnog turizma te njegovim stupnjem razvoja, masovnosti, pozitivnim i negativnim stranama, kako u Hrvatskoj tako i u Portugalu, odnosno na lokalitetima koji su zaštićeni kao UNESCO-va kulturna baština u ove dvije zemlje. Cilj rada je definirati pojam kulturnog turizma, pružiti pregled institucija i propisa kojima se on regulira, determinirati značaj UNESCO-ve zaštite na spomeničku kulturnu baštinu, te u konačnici provesti analizu i komparaciju studija slučaja uspoređujući po tri zaštićena kulturna objekta u Hrvatskoj i Portugalu.

1.2. Svrha istraživanja

Ovo istraživanje ima za svrhu prikazati određene sličnosti i razlike između dviju mediteranskih zemalja koje svoje gospodarstvo temelje ponajviše na turizmu. Proučavajući znanstvenu i stručnu literaturu koja se bavi istraživanjem kulturnog turizma mogu se pronaći brojne sličnosti i razlike između tih zemalja i njihovih kultura.

1.3. Metodologija rada

Komparativna analiza pozicije kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu provedena je primjenom SWOT, SOAR i TOWS analize i metodom studije slučaja na odabranim lokalitetima i spomenicima baštine. U Hrvatskoj ti su lokaliteti stari grad Dubrovnik, Dioklecijanova palača u Splitu te Eufrazijeva bazilika u Poreču. U Portugalu analizirani lokaliteti uključuju jeronimitski samostan u Lisabonu, grad Sintru i staru jezgru Porta.

1.4. Struktura rada

Rad na samom početku nudi definiciju kulturnog turizma te razmatra ulogu države i međunarodnih organizacija u razvoju kulturnoga turizma. Slijedeće poglavlje pruža pregled razvoja kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj i u Portugalu kroz analizu strateških dokumenata koji definiraju i reguliraju kulturni turizam u predmetnim zemljama te kulturne materijalne i nematerijalne baštine na primjeru komparacije Hrvatske i Portugala. Također, pruža uvid u program Europske prijestolnice kulture. Također su napravljene i prikazane sljedeće analize kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu: SWOT, SOAR i TOWS analize, uzimajući u obzir sve prednosti, mogućnosti, poteškoće i prijetnje u daljnjem razvoju. Nadalje, u daljnjim poglavljima rada prikazani su rezultati komparativne analize, a na samom kraju rada prikazuju se smjernice za upravljanje zaštićenom kulturnom baštinom u obje zemlje. Naposljetku, rad završava raspravom te zaključkom o predmetnoj temi.

2. Teorijski aspekt kulturnog turizma

U ovom se poglavlju iznose suvremene definicije kulturnog turizma te kategorije koje taj pojam obuhvaća. Ujedno, razmatra se uloga koju međunarodne organizacije, prvenstveno UNESCO, imaju po pitanju razvoja kulturnoga turizma, ali i uloga nacionalnih tijela, odnosno samih država prema ovom obliku turizma.

2.1. Pojam i značenje kulturnog turizma

„Pod pojmom kulturnog turizma danas podrazumijevamo širok raspon ponuda prilagođenih različitim potrebama kulturnog turista. Kulturni turizam tako s jedne strane podrazumijeva ponudu koja se gotovo isključivo temelji na kulturi u užem smislu riječi. U tom se slučaju radi o putovanjima čiji je glavni motiv upoznavanje s kulturnim komponentama destinacije koja se posjećuje. Razgledavanje starih gradskih jezgri koje obuhvaćaju urbanu cjelinu sa svojim kulturnim spomenicima najčešći su oblik onog što nazivamo kulturnim turizmom. Navedene vrste turističkih posjeta ne moraju se realizirati isključivo unutar urbanih jezgri, već se mogu realizirati i na lokacijama ili lokalitetima na kojima su smješteni primjerice dvorci ili druge građevine koje su odraz arhitektonskog naslijeđa, kao i razgled povijesno i arheološki značajnih lokaliteta.” (Vrtiprah, 2006)

„Kulturni je turizam lakše razumjeti s točke gledišta ponude negoli potražnje. S obzirom na vrstu potražnje razlikujemo one turiste koji su motivirani isključivo posjetima spomenutim mjestima, dok kod druge skupine turista posjet istim mjestima sačinjava samo dio paket aranžmana iako ostaje primarni motiv njihova putovanja. Podaci iz 1999. godine pokazuju kako je u tom razdoblju putovanje usmjereno na kulturni turizam iznosilo 40% ukupnih realiziranih putovanja u svijetu.” (Pechlander i Jager, 1999)

„Do porasta udjela kulturnog turizma u ukupnim putovanjima dolazi s promjenom općih trendova u putovanjima, gdje prosječan turist više ne traži samo odmor u užem smislu riječi, već u prvom planu iskustvo i doživljaj. „Istraživanja pokazuju da je upoznavanje kulturnih resursa češće sekundarni nego primarni motiv putovanja. Ukupno kulturno turističko tržište, uključujući i turiste kojima je kultura sekundarni motiv putovanja, oko tri je puta veće od tržišta što ga čine turisti kojima je upoznavanje kulturnih atrakcija primarni motiv putovanja.” (Poljičak, 2014)

„Većina posjetitelja traži kombinaciju kulturnog doživljaja i odmora, a samo manji tržišni segment su oni kojima je kultura glavni motiv putovanja. Posjećivanje kulturnih atrakcija samo je dio njihovih dnevnih aktivnosti koje kombiniraju s ostalima kao npr. posjetima restoranima, odlaskom na plažu i sl. To je samo dio s „popisa“ aktivnosti, i prioriteta ovise o već poduzetim aktivnostima i o stvarnom poznavanju destinacije.” (Vrtiprah, 2006)

„U Strategiji razvoja kulturnog turizma koju je Ministarstvo turizma RH donijelo 2003. godine kulturni se turizam definira kao jedan od specijalnih oblika turizma koji toj grani hrvatskog gospodarstva nudi dugoročnu konkurentnu prednost. S jedne strane turistički potencijali kulturnog dobra naše zemlje tek se počinju prepoznavati dok, s druge strane, već postoji izražena potražnja među našim dosadašnjim turistima, i stranim i domaćim, za ovim oblikom turizma.” (Nikočević et al., 2012)

„Sa stajališta ponude, s pitoresknim naseljima, bogatom i raznovrsnom poviješću, povijesnim urbanim i ruralnim cjelinama te, istovremeno, već razvijenim turizmom u obalnom dijelu, Hrvatska ima dobre preduvjete za razvoj kulturnog turističkog proizvoda. Sa stajališta potražnje, prema procjenama Svjetske turističke organizacije (WTO) 37% svih međunarodnih putovanja uključuje neki oblik kulturnog turizma, a predviđa se porast te potražnje za 15 posto godišnje do 2020.” (WTO, 2018) „Ovaj se trend odražava i u Hrvatskoj gdje, unatoč dominantnom imidžu sunca i mora, sve veći broj inozemnih posjetitelja sudjeluje u kulturnim aktivnostima – posjećuje kulturno-povijesne lokalitete ili prisustvuje koncertima, predstavama i kulturnim manifestacijama.“ (Vlada RH, 2006)

„Zanimanje turista za kulturno naslijeđe područja koje posjećuju neminovno može doprinijeti zaštiti tradicija posjećenog područja, a ujedno obogatiti sadržaje na lokalitetima koji mogu biti urbane ili ruralne cjeline. Iako su povjesničari umjetnosti i urbanisti često skloni kritično i s oprezom gledati na razvoj kulturnog turizma, nesporno je kako pojava zanimanja za isto to naslijeđe često rezultira restauracijom i intenzivnijim održavanjem kako materijalnih kulturnih spomenika, tako i folklornih tradicija.” (Severo, 2013)

„Prihodi od turizma koriste se za zaštitu i obnavljanje kulturnog naslijeđa te kao podrška lokalnoj tradicionalnoj kulturi koja bi u mnogim manjim mjestima bez turizma vjerojatno nestala.“ (Pančić Kombol, 2006) „Kao primjer može se navesti tradicionalni mediteranski viteški ples Morešku, koji se nekoć izvodio u većini mediteranskih zemalja, no očuvao se jedino u gradu Korčuli na istoimenom otoku. Upravo ta jedinstvenost i njegov „endemski“ karakter kod posjetitelja izazivaju interes, a on je toliki da se tijekom turističke sezone čak dva puta

izvodi za opću publiku. Međutim, u osnovi plesa mnoštvo je tradicionalnih pravila koja se i danas poštuju, te se na taj način ovaj višestoljetni ples zadržao na otoku.” (Zorčić, 1996)

„Nadalje, specifičnost Europskog kontinenta jeste upravo bogatstvo kulturnoga naslijeđa, prvenstveno u vidu materijalne baštine, a potom i nematerijalne baštine, tradicija, folklornih elemenata i slično. Budući da su jedne od najvećih antičkih i prapovijesnih kultura na tlu Europe ostavile neizbrisiv trag u vidu infrastrukture, arhitekture, običaja i uzusa koji su vidljivi i u današnjem svakodnevnom životu stanovnika europskog kontinenta, ne čudi kako Europljani iz drugih krajeva, kao i stanovnici drugih kontinenata europske zemlje prvenstveno posjećuju s motivom otkrivanja te baštine. Istovremeno, među zemljama pripadnicama istog kulturnog kruga koje dijele neke baštinske karakteristike dolazi do pojave konkurencije. Stoga, kako bi privukle turiste baš u svoje destinacije one nastoje baštinu valorizirati i profilirati kroz popratne ponude koja je ponovno usko vezana uz samu kulturnu baštinu.“ (Hitrec, 1995)

2.1.1. Kultura i turizam

„Kultura i turizam međusobno su povezani i uzajamno isprepleteni pojmovi. Iako je turizam dobrodošao za lokalno gospodarstvo, ali često i za održavanje pojedinih tradicija, kako je prethodno navedeno, jednako tako je negativan utjecaj turizma na kulturu neizbježan. Masovni turizam neizbježno dovodi do većeg zagađenja, povećanja otpada, namjerne ili nenamjerne devastacije baštine, ali i na depopulaciju gradskih jezgri gdje život lokalnog stanovništva često zna postati nepodnošljiv zbog gužvi, buke, poskupljenja cijena, te posljedično i previsokih stanarina ili nemogućnosti pronalaska stambenoga prostora za najam u istom tom području. Stoga velik broj starih gradskih jezgri postaje nedostupan za život lokalnim stanovnicima, a sam grad prestaje biti gradom već postaje svojevrsan muzej. Upravo ovaj posljednji problem simptomatičan je za niz lokaliteta u Hrvatskoj i u Portugalu.“ (Krajnović, Vrdoljak Raguž i Gortan-Carlin, 2020)

„Kulturni turizam može doprinosti zaštiti kulturnih tradicija kao i obogaćivanju kvalitete života u urbanim i ruralnim prostorima. Najveći se problem očituje se u urbanim i ruralnim prostorima u određivanju pozitivnih i negativnih utjecaja turizma na kulturu zbog nedostatka sveobuhvatnih istraživanja društvenih i gospodarskih promjena zbog čega povjesničari i zaštitari kulturnog naslijeđa ne gledaju s optimizmom na razvoj kulturnog turizma. Ali, osim pesimizma zbog negativnog utjecaja turizma na kulturu, postoji i pozitivno razumijevanje

turizma kao potencijala za zaštitu i održavanje kulturnoga naslijeđa i razvoja lokalne kulture.“ (Pančić Kombol, 2006)

„Primjerice, prihodi koje muzeji, gradovi, pa i nacionalni parkovi ostvaruju od prodanih ulaznica, omogućuju redovito održavanje samih spomenika, kao i popratne turističke infrastrukture koja je neophodna na svakom mjestu na kojem se turisti zaustavljaju ili gdje borave. Iako se cijene posjeta nekim objektima, primjerice dubrovačkim zidinama ili NP Plitvička jezera mogu činiti pretjerano visokima, posebno s obzirom na velik broj posjetitelja, istovremeno taj veliki broj posjetitelja iziskuje i puno veća ulaganja u održavanje istih.” (Fulanović, 1990)

„Svi su kulturni resursi po definiciji latentni dok nisu aktivirani upotrebom, a kulturno je naslijeđe u pravom smislu kreirano i aktivirano tek procesom konzerviranja i posebnog oblikovanja nakon čega postaje kulturni resurs u turizmu.“ (Pančić Kombol, 2006) „Kultura postaje predmet turizma onda kada je ponuđena i reprezentirana kao turistički proizvod, a to je moguće realizirati kroz nekoliko kanala. Neki od njih uključuju posjet i razgled kulturnih spomenika ili lokaliteta, potom njihovu prezentaciju u audio-vizualnim i tiskanim medijima, ili pak kroz prodaju suvenira i drugih predmeta na kojima su oni prezentirani.” (Pančić Kombol, 2006)

„Kulturne su aktivnosti elementi turističkog proizvoda kulturnog turizma koje se nude na tržištu u turističkim aranžmanima turoperatora ili izravno od onih koji stvaraju kulturnu ponudu, koja se na tržištu nudi putem različitih oblika komunikacije, a koji nastaju marketinškim aktivnostima nuditelja na turističkom tržištu (raznih subjekata i pojedinaca) čime se širi poznatost proizvoda prema privlačnostima destinacija, koje postaju motivi putovanja i turistička potreba.“ (Kusić i Šimundža, 1981)

U posljednje vrijeme nezanemariv je efekt tzv. filmskog turizma (eng. *movie induced tourism*), koji se u Hrvatskoj najviše manifestirao na lokalitetima gdje je snimana popularna HBO serija „*Igra prijestolja*.” Serija se snimana u gradu Splitu, unutar Dioklecijanove palače, u podrumima, potom na Kliškoj tvrđavi u neposrednoj blizini Splita, a najvećim dijelom u Dubrovniku, na otoku Lokrumu te u arboretumu Trsteno. Činjenica da je ova iznimno popularna serija snimana na navedenim lokacijama dovela je do povećanja broja posjetitelja navedenih lokacija, jer su obožavatelji željeli posjetiti mjesta na kojima je serija snimana. „Turistički djelatnici i turoperatora prepoznali su potražnju na turističkom tržištu te su

odgovorili na način da su osmislili tematske ture koje su se pokazale uspješnim turističkim proizvodom.” (Ban i Vrtiprah, 2003)

„U današnjim uvjetima kulturni resursi moraju se nuditi na tržištu kao kulturni „proizvod“. Kulturni „proizvod“ postaje sve važniji, posjetitelji su kupci i zato se prema njima treba tako i ponašati. Kulturni je proizvod složen fenomen, a glavne komponente takva proizvoda su kvaliteta promotivnog materijala i informacije na web-stranicama koje utječu na prva očekivanja turista od posjeta određenoj atrakciji, zatim prva vizualna impresija, pristup atrakciji, fizički izgled, ambijent, privlačnost ulaza u atrakciju, gostoljubivost zaposlenika, izlaganje, prezentacija i interpretacija kulturnih resursa, audiovizualni materijali i bilo koji dodatni događaji i aktivnosti, izlaganje, prezentacija i interpretacija sporednih atrakcija itd. Kulturni „proizvod“ nisu same građevine ili predmeti iz prošlosti već je proizvod način njihove interpretacije. Kulturni resursi moraju biti za turiste izvor emocija, pružiti im određeni doživljaj. Nije dovoljno ponuditi samo razgledavanje kulturno-povijesnih znamenitosti, muzeja, galerija i sl. resursa, potrebno je formirati kulturni „proizvod“ - od resursa stvoriti atrakciju. Svaki kulturni resurs mora pružiti doživljaj, mora omogućiti turistu da osjeti „povijest“ znamenitosti i da uživa u posjetu. Na taj doživljaj utječe čitav niz faktora, od opipljivih elemenata ponude, pružene usluge, očekivanja, ponašanja i stavova samih turista do čitavog niza nekontroliranih varijabla, poput gužva pri razgledanju, gužva na prilaznim cestama, lijepoga ili lošeg vremena itd.“ (Vrtiprah, 2006)

2.1.2. Elementi kulturnog turizma

„Iako se često smatra da su elementi kulturnog turizma isključivo urbane cjeline ili pojedinačni spomenici, ti elementi su ipak širi i heterogene su prirode.” To mogu biti, kako navodi Pančić Kombol (2006):

- „arheološki lokaliteti,
- arhitektura, koja podrazumijeva ruševine, objekte, čitave gradove,
- muzeji, skulpture, zanati, galerije, festivali i druge manifestacije,
- folklorni i tradicionalni plesovi, glazba, maskenbali,
- drama, filmovi i kazalište,
- književnost i sve aktivnosti vezane uz nju (tematske ture motivirane književnim djelom),
- rute (kulturno-povijesne ili umjetničke) i
- zabavni centri (kulturno-povijesni, arheološki, arhitektonski ili glazbeni).“ (Pančić Kombol, 2006)

2.2. Uloga međunarodnih organizacija i države u kulturnom turizmu

„Čitav je niz međunarodnih institucija i ugovora o zaštiti kulturne baštine. Neke od njih su Konvencija za zaštitu kulturnih dobara u slučaju oružanog sukoba s Protokolima, UNESCO-va Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine, Konvencija o mjerama zabrane i sprječavanja nezakonitog uvoza, izvoza i prijenosa vlasništva kulturnih dobara, Konvencija o zaštiti podvodne kulturne baštine, Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, potom konvencije vijeća Europe o zaštiti kulturne baštine, kao što su Konvencija o zaštiti graditeljske baštine Europe, Europska konvencija o zaštiti arheološke baštine, Konvencija o europskim krajobrazima, Okvirna konvencija o vrijednostima kulturne baštine za društvo i Europska konvencija za zaštitu audiovizualne baštine.” (Nadilo, 2011)

„Nadalje, tu su i UNIDROIT-ova Konvencija o ukradenim ili nezakonito izvezenim kulturnim dobrima, kao i naredni bilateralni ugovori: Sporazum između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Sjedinjenih Američkih Država o zaštiti i očuvanju određenih kulturnih dobara, Ugovor između UNESCO-a i Vlade Republike Hrvatske o uspostavljanju Regionalnog centra za podvodnu arheologiju u Zadru, Hrvatska, kao centra kategorije 2 pod pokroviteljstvom UNESCO-a.” (Antolović, 2013)

2.2.1. UNESCO

„UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) je vodeća međunarodna institucija koja vodi brigu o zaštiti kulturnih i prirodnih dobara, a uvrštavanje na njegovu listu svjetske bilo materijalne bilo nematerijalne baštine je stvar prestiža i jako često jedan od presudnih motiva kulturnih turista pri donošenju odluke koju destinaciju ili lokalitet žele posjetiti. Unatoč maloj geografskoj površini Republika Hrvatska posjeduje čitav niz zasićenih lokaliteta koju je UNESCO zaštitio, te su turisti ugodno iznenađeni brojnošću zaštićenoga naslijeđa, kao što se može vidjeti i na njihovim internetskim stranicama.” (UNESCO, 2022)

„Cilj UNESCO-ve Konvencije potpisane 1972. godine jeste standardizirati razinu zaštite prirodnih i kulturnih dobara od neprocjenjive vrijednosti za ukupno čovječanstvo. Svjesni činjenice kako je kulturna i prirodna baština djelomično i zbog turističke aktivnosti u sve većoj mjeri izložena devastaciji, potpisivanje jedne ovakve konvencije pokazalo se prijeko

potrebnim. Ujedno, u pojedinim zemljama u kojima se zbog različitih socio-ekonomskih prilika kulturna baština dugo vremena zanemarivala, UNESCO je prepoznao potrebu međunarodne intervencije kako bi adekvatno tu baštinu zaštitio.“ (UNESCO, 2021)

„Istovremeno, UNESCO je bio svjestan činjenice kako je dio kulturne ili prirodne baštine izvanredne vrijednosti i stoga treba biti očuvan kao dio svjetske baštine čovječanstva, te da je cijela međunarodna zajednica dužna sudjelovati u zaštiti kulturne i prirodne baštine koja ima izvanrednu univerzalnu vrijednost, osiguravanjem zajedničke pomoći, koja ne zamjenjuje aktivnosti zainteresirane države već služi kao njena dopuna.“ (UNESCO, 2021)

„U Hrvatskoj je čitav niz lokaliteta upisan na listu Svjetske kulturne baštine, a među prvim lokalitetima upisanima još 1979. se nalaze stari grad Dubrovnik, Dioklecijanova palača u Splitu te Nacionalni park Plitvička jezera, a kasnije su na listu dodani još i Trogir, Eufrazijeva bazilika u Poreču, katedrala sv. Jakova u Šibeniku te Starogradsko polje na Hvaru.” „U recentnije vrijeme na listu su dodani stećci, obrambeni sustavi Republike Venecije 16. i 17. st. u Zadru i Šibeniku te bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe. Osim materijalne baštine u Republici Hrvatskoj na UNESCO-vu listu upisan je čitav niz elemenata nematerijalne baštine.” (Ministarstvo kulture RH, 2021) To su sljedeći elementi:

„ - Čipkarstvo u Hrvatskoj

- Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskoga primorja

- Festa svetoga Vlaha, zaštitnika Dubrovnika

- Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana

- Procesija Za križen na otoku Hvaru

- Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskoga zagorja

- Godišnji proljetni ophod Zvončari s područja Kastavštine

- Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske

- Sinjska alka, viteški turnir u Sinju

- Glazbeni izričaj ojkanje

- Bećarac, tradicijski glazbeni žanr s područja istočne Hrvatske

- Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore

- Klapsko pjevanje

- Mediteranska prehrana

- Ekomuzej Batana

- Međimurska popevka, tradicijski napjev Međimurja
- Umijeće suhozidne gradnje.“ (Ministarstvo kulture RH, 2021)

Uza svu navedenu materijalnu i nematerijalnu baštinu koja je već uvrštena na popis svjetske baštine, određeni dio baštine je u procesu uvrštavanja, on zbog svojeg značaja također zaslužuje biti upisan i na taj način zaštićen od zaborava.

2.2.2. Uloga države u kulturnom turizmu – primjeri Hrvatske i Portugala

„Država Hrvatska ima značajnu ulogu u procesu odvijanja i reguliranja razvoja kulturnog turizma, u prvom redu kroz dokument Strategije razvoja kulturnog turizma kojeg je Ministarstvo turizma RH donijelo 2003. godine.” „U spomenutom dokumentu Ministarstvo turizma RH kao strateške prioritete i akcije navodi stvaranje pozitivnog okružja i preduvjeta za razvoj kulturnih turističkih inicijativa, potom uspostavu sustava organizacije i mehanizama interpretatorske suradnje, podizanje stupnja znanja i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih turističkih proizvoda, podizanje standardne interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda, podizanje standarda interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda, te u konačnici unaprjeđenje sustava protoka informacija, promocije i distribucije kulturnih turističkih proizvoda kao što se može vidjeti u prethodnom izvoru službenog dokumenta razvoja kulturnog turizma.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

U dokumentu *Tourism Strategy 2027* se navodi: „Kulturna politika države Portugal usmjerena je na opću dostupnost spomeničkog naslijeđa, uz razne sustave financiranja njegove zaštite. Vrlo se pomno istražuje i "europsko tržište kulturnog turizma" kako bi se ponudili što prihvatljiviji proizvodi. Teži se njihovoj ravnomjernijoj prostornoj distribuciji te rasterećenju osobito posjećivanih znamenitosti. Senzibilizacija svekolike javnosti za problematiku "kulturnog turizma" uključuje upoznavanje kako s tipičnim teškoćama s kojima se susreće kako kultura, tako i turizam. Na tom zadatku angažirani su brojni mediji, pa i posebne akcije i programi, kao što su "Kulturne prijestolnice Europe", (već spomenute) "europske turističke rute", kao što su "Hodočasnički putovi u Santiago di Compostela", "Tragovima baroka" i dr. EU promiče i turističke obilaske seoskih prostora što je u funkciji regionalnog preobražaja ruralnih, no povijesnim tragovima bogatih europskih područja (fr. *culture rurale*).“ (*Tourism Strategy 2027*, 2017)

U dokumentu Strategije razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj (2003) pod kratkoročnim akcijama u srhu stvaranja pozitivnog okružja istaknuti su „promocija kulturnog turističkog razvoja kao jednog od prioriteta opredjeljenja turističkog razvoja zemlje, potom dobivanje podrške i potpore za implementaciju strateških mjera od ključnih organizacija, te poticanje djelatnika u kulturi na aktivnije sudjelovanje u razvoju kulturnih turističkih proizvoda. U pogledu zadataka na području uspostave partnerstva i pristupanja organizacijama ističu se osnivanje formalne strukture zadužene za razvoj kulturnog turističkog proizvoda na nacionalnoj i na regionalnim razinama, osnivanje stabilnih izvora financiranja, te poticanje umrežavanja i partnerstva kulturnog i turističkog sektora na lokalnim i regionalnim razinama.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

Uvriježeno je isticati kako je čovjek ključ uspjeha turizma, stoga se navedenim dokumentom definiraju kratkoročni dugoročni i kontinuirani ciljevi razvoja kulturnog turizma, među kojima se posebno ističe „razvijanje obrazovnog sustava kojim će se riješiti problem deficita znanja i vještina u domeni razvoja kulturnih turističkih proizvoda, osvještavanje vrijednosti kulturnih resursa i turističkih potencijala te razvoj svijesti stanovništva o vrijednostima kulturnih turističkih resursa.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

Budući sa sam objekt koji sačinjava kulturnu baštinu nije kompletan turistički proizvod, definiran je u Strategiji razvoja kulturnog turizma RH (2003) čitav niz aktivnosti s ciljem razvoja gotovog kulturnog turističkog proizvoda kao što su: „razvoj tema i priča koje će pomoći interpretiranju povijesnih i kulturnih lokaliteta, obilježavanje putokazima i interpretacija lokaliteta od kulturnog značaja, izrada kvalitetnih promotivnih materijala, korištenje punog potencijala lokaliteta pod UNESCO-voim zaštitom, obrazovanje ljudskih resursa u interpretaciji i animaciji, razvoj kulturnih turističkih itinerara lokalnog i regionalnog karaktera, podizanje kvalitete prezentacije kroz tematizaciju, te identificiranje lokaliteta koji imaju potencijal postati regionalnim i nacionalnim atrakcijama.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

Ministarstvo turizma RH kulturni turizam vidi kao „turizam specijalnih interesa“ te ga definira kao „posjete osoba izvan njihovog stalnog mjesta boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, naslijeđe ili stil života lokaliteta, regije, grupe ili institucije. Tom definicijom kultura obuhvaća i tzv. opipljivu kulturu – muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete, ali i neopipljivu kulturu poput običaja i tradicije, u skladu sa Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnog dobra (NN 69/99) koji pod zaštitu stavljaju nepokretna, pokretna i nematerijalna kulturna dobra. Istovremeno, po definiciji, da bi se turisti

smatrali kulturnim turistima, oni bar djelomično moraju biti motivirani željom da sudjeluju u kulturnim aktivnostima.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

3. Strateški razvoj kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj i Republici Portugal

Hrvatska i Portugal su zemlje koje su tradicionalno u značajnoj mjeri bile i još uvijek jesu orijentirane moru, zemlje sa značajnom pomorskom tradicijom što se reflektiralo u načinu života, trgovanju, običajima, pa tako i u onom što primarno percipiramo kao kulturnu baštinu – u arhitekturi. UNESCO je prepoznao vrijednost i bogatstvo kulturnoga naslijeđa koji je u obje zemlje do danas ostalo jako dobro očuvano i stoga se čitav niz spomenika, urbanih cjelina, ali i prirodnih lokaliteta nalazi na popisu svjetske baštine UNESCO-a.

Sama klasifikacija, odnosno takva vrsta priznanja kod turista koji su motivirani kulturnim otkrivanjima i doživljajima dodatno intenziviraju želju za njihovim posjećivanjem i stoga ne iznenađuje kako je upravo na takve lokalitete velika većina posjetitelja usmjerena. To se ne odnosi samo primarno na „kulturne turiste“, već i na one koji zbog drugih motiva posjećuju predmetne zemlje ali su ti lokaliteti nezaobilazna točka na njihovim rutama.

3.1. Strateški dokumenti

Strateški dokument kojim Republika Hrvatska definira smjernice razvoja kulturnoga turizma donesen je 2003. godine, a radi se o Strategiji razvoja kulturnog turizma koju je donijelo Ministarstvo turizma RH. U spomenutom dokumentu Ministarstvo turizma kao strateške prioritete i akcije navodi: „stvaranje pozitivnog okružja i preduvjeta za razvoj kulturnih turističkih inicijativa, potom uspostavu sustava organizacije i mehanizama intersektorske suradnje, podizanje stupnja znanja i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih turističkih proizvoda, podizanje standardne interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda, podizanje standarda interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda, te u konačnici unaprjeđenje sustava protoka informacija, promocije i distribucije kulturnih turističkih proizvoda.” (Strategija razvoja kulturnog turizma RH, 2003)

U Portugalu su iste smjernice definirane u okviru dokumenta *Tourism Strategy 2027* (Emerald, 2017) Strategija turizma u kojoj se upravo različitost i bogatstvo kulturne ponude Portugala prepoznaje kao jedna od njegovih primarnih prednosti, a u prvi plan djelovanja se stavljaju njegova održivost i očuvanje postojećih kulturnih resursa. Kao „konkretni kratkoročni cilj u tom smislu zadani je razvoj projekata očuvanja i dodane ekonomske vrijednosti kulturnoj

baštini koja je prepoznata kao bogatstvo iznimne vrijednosti, koje je potrebno učiniti dostupnim posjetiteljima koji žele otkriti kulturno naslijeđe zemlje. Prepoznata je i potreba za dodatnim naporima u smislu izrade promotivnih materijala, te razvoj digitalnih platformi koje će omogućiti specifično turističko iskustvo. Ujedno se ističe i potreba za promocijom kulturne ponude u smislu autentične gastronomske i enološke ponude u svrhu brendiranja bogatog naslijeđa ovog tipa.” (Bailoa i Cravo, 2020)

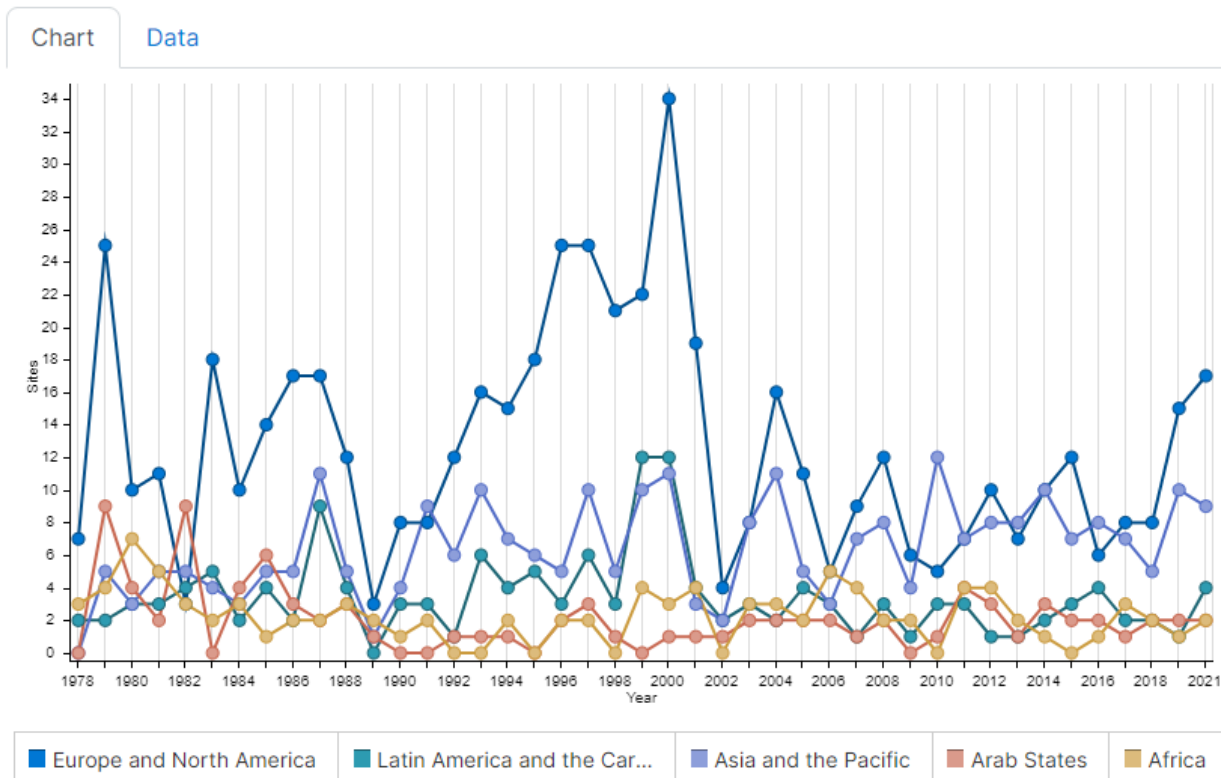
3.2. UNESCO-va zaštićena kulturna baština

„Kategorija „svjetske baštine“ koncipirana je 1972. godine donošenjem UNESCO-ve Konvencije o zaštiti kulturne i prirodne baštine. Ona je nastala kako bi se spriječila degradacija i nestajanje baštine nakon Drugog svjetskog rata te kako bi se prepoznala kulturna i prirodna baština od iznimne univerzalne vrijednosti.” (Severo, 2013)

„Posljednjih su godina UNESCO-ve liste zaštićenih kulturnih baština bile su predmetom i političkih diskusija, posebice prilikom tenzija ili ratova među nekim zemljama, ali su podložne i ekonomskim događanjima (pojavi masovnog turizma), društvenim (kontrastu između interesa lokalne populacije i zaštite univerzalnih vrijednosti i dobara), ali i prirodnim promjenama koje se u prvom redu manifestiraju kroz klimatske promjene. I dok sama Konvencija detaljno definira što su to kulturna i prirodna dobra, ona u isto vrijeme ne nudi pojašnjenje što je to univerzalna vrijednost.” (Severo, 2013)

„Svu materijalnu baštinu koju je UNESCO zaštitio moguće je podijeliti u tri kategorije: kategoriju kulturne baštine, kategoriju prirodne baštine i mješovitu kategoriju koja obuhvaća područja koja objedinjuju značajne prirodne karakteristike te istovremeno sadrže i kulturne spomenike.“ (UNESCO, 2021)

Number of World Heritage properties inscribed each year by region



Slika 1. Broj jedinica svjetske baštine prema regijama (UNESCO, 2021)

Zanimljivo je kako europske zemlje prednjače brojem upisanih lokaliteta na listi svjetske baštine (slika 1.), a među njima se to u prvom redu odnosi na mediteranske zemlje. Na vrhu liste je Italija s ukupno 58 lokaliteta ponajprije kulturne, a potom i prirodne baštine koji se nalaze na ovoj listi UNESCO-a (tablica 1). (UNESCO, 2022)

Tablica 1. Broj dobara kulturne i prirodne baštine upisanih na UNESCO-vu listu svjetske baštine u odabranim zemljama potpisnicama Konvencije (vlastita izrada autora prema World Heritage Convention)

Zemlje potpisnice konvencije	Broj upisanih dobara
Italija	58
Njemačka	51
Francuska	49
Španjolska	49

Turska	19
Grčka	18
Portugal	17
Švicarska	13
Hrvatska	10
Srbija	5
Slovenija	5
Bosna i Hercegovina	4
Crna Gora	4
Malta	3

Tablica 1. prikazuje receptivne turističke zemlje koje se nalaze u okruženju Hrvatske. Svakoj od njih pridružen je broj upisanih dobara koji su pod zaštitom UNESCO-a.

Sukladno organizaciji UNESCO u kulturnu baštinu ubrajaju se:

„• spomenici: djela arhitekture, monumentalna kiparska i slikarska djela, elementi ili struktura arheološkog karaktera, natpisi, grupe elemenata koje imaju izuzetnu univerzalnu vrijednost sa povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog gledišta;

• grupna zdanja: grupe izoliranih ili povezanih građevina, koje po svojoj arhitekturi, jedinstvu i uklopljenosti u pejzaž predstavljaju izuzetnu univerzalnu vrijednost s povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog stajališta;

• znamenita mjesta: djela ljudskih ruku ili kombinirana djela ljudskih ruku i prirode uključujući tu arheološka nalazišta koja su od izuzetnog univerzalnog značaja s povijesnog, estetskog i etnološkog ili antropološkog stajališta.“ (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„UNESCO kulturnu baštinu, bez obzira bila ona materijalna ili nematerijalna, vidi kao univerzalnu baštinu koja pripada svima, a koja se istovremeno odlikuje iznimnim i jedinstvenim karakteristikama, i definira je kao “zrcalo kulturne raznolikosti kojom se osigurava održiv

razvoj”, a ona je ujedno i osnova za interpretaciju i doživljavanje današnjega svijeta onakvog kakav jeste, te povod za međukulturalnu suradnju. S obzirom da u modernom svijetu dolazi do značajnih promjena koje se reflektiraju na nestajanje puno toga tradicionalnog, bilo da se radi o zanatima, običajima, folklornim tradicijama, pa čak i jezicima, prepoznata je potreba za prevencijom njihova daljnjeg nestanka i izumiranja.“ (UNESCO, 2022)

„Uz materijalnu baštinu, UNESCO je prepoznao i važnost tradicija i običaja, folklor, gastronomije te potrebu za njihovom prezentacijom. Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine usvojena je u Parizu 2003., odnosno dvije godine nakon što je donesena Proklamacija o iznimnim ostvarenjima usmene i nematerijalne baštine čovječanstva. 2008. je godine koncipirana Reprezentativna lista kulturne baštine čovječanstva, koja se redovito ažurira na godišnjoj razini.” (Nikočević, 2012)

„Nematerijalna baština koju UNESCO zaštićuje obuhvaća vjerovanja, znanja, vještine, običaje te djela duhovnoga stvaralaštva koja se prenose u društvu, a koja pojedinci ili skupine prepoznaju i tretiraju kao baštinu. U nju se osobito ubraja: jezik, dijalekti, govori i sve vrste usmene književnosti i folklorno stvaralaštvo na području glazbe, plesa, predaje, običaja, mitologije i druga tradicijska umijeća i obrte, kulturološki prostori na kojima se sreću tradicionalne pučke vrijednosti (mjesto gdje se pričaju priče, održavaju sajmovi i svetkovine ili se učestalo odnosno redovito prakticiraju narodni običaji - u dnevnim ritualima, godišnjim procesijama)“ . (Carek, 2004)

Što se tiče kriterija odabira i uvrštavanja na listu nematerijalne baštine u obzir se uzimaju sljedeći elementi: „vrijednost djela nastalog kao ljudska tvorevina i kao kreacija ljudskog uma, značaj djela i njegova povezanost za kulturu unutar koje je nastao, važnost za tradiciju sredine unutar koje je nastalo ili unutar koje se reproducira, važnost djela kao sredstva zbližavanja ljudi unutar kulture, te njegova reprezentativnost za kulturu unutar koje je nastalo. Istovremeno, uvrštavanjem na predmetnu listu nastoji se očuvati od gubitka, nestajanja ili zaborava uslijed društvenih mijena.” (UNESCO, 2022)

„U kategoriju prirodne baštine UNESCO ubraja:

- spomenike prirode koji se sastoje od fizičkih ili bioloških formacija ili skupina tih formacija, a koji imaju izuzetnu vrijednost s estetske ili znanstvene točke gledišta,
- geološke formacije i točno određene zone koje predstavljaju stanište ugroženih vrsta životinja i biljaka od izuzetno univerzalne vrijednosti sa znanstvenog i konzervatorskog stajališta,

- znamenita mjesta prirode ili točno određene prirodne zone koje imaju izuzetnu vrijednost sa stajališta znanosti ili prirodnih ljepota.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„U Republici Hrvatskoj je samo jedan lokalitet koji se nalazi na listi UNESCO-ve prirodne baštine, a radi se o Nacionalnom parku Plitvička jezera. Uz to, lokaliteti od iznimnoga prirodnog značaja na nacionalnoj razini su kategorizirani u nekoliko skupina, a na taj je način zaštićeno gotovo 10% ukupne površine države. Tako razlikujemo parkove prirode, nacionalne parkove te stroge rezervate.” (Kusić i Šimundža, 1981)

3.3. Europske prijestolnice kulture – Portugal i Rijeka

„Program Europske prijestolnice kulture po prvi put je Europska komisija pokrenula 1995. godine, te je taj program ubrzo postao jedan od kapitalnih kulturnih događanja u Europi. Od prvog imenovanja Prijestolnice do danas ukupno su 62 grada nosila tu titulu. Svake godine po dva, iznimno tri grada iz dvije različite zemlje nose tu titulu te se u njima odvija čitav niz kulturnih aktivnosti. 2022. godine tu su titulu ponijela tri grada: Esch u Luksemburgu, Kaunas u Litvi te Novi Sad u Srbiji.“ (Europska komisija, 2022)

„U takvim programima poželjna je određena koordinacija na razini Unije, s obzirom na to da se često čuju prigovori o nepostojanju nacionalnih kulturnih politika te da se one svode tek na (nedovoljnu) zaštitu kulturnoga blaga. Rado se stoga prihvaćaju kulturni projekti EU, ili neke druge međunarodne organizacije, kao to su npr. "Tragovima Feničana"; "Mali otoci" i sl. Dumazedierova "kulturna revolucija slobodnog vremena" izazvala je pojavu "kulturnog turizma" u tolikoj mjeri da je on postao jedan od najpropulzivnijih sektora u integriranoj Europi postavljajući ozbiljne zahtjeve i na obrazovanje specijaliziranih kadrova. I ovdje djeluju razna udruženja, ujednačuju se standardi, kao i poslovna praksa, a sve u težnji maksimalne zaštite turista kao potrošača i kvalitete usluga to ih oni koriste.” (Hitrec, 1995)

„Svrha ovog programa je isticanje bogatstva i kulturne raznolikosti u Europi, glorifikacija zajedničke baštine europskog kulturnog kruga, podizanje svijesti stanovnika europskog kontinenta o pripadnosti zajedničkom kulturnom krugu te doprinos kulture razvoju gradova. Istovremeno, održavanje ovakvih događanja doprinosi regeneraciji gradova, njihovoj međunarodnoj profilaciji i brendiranju, poboljšanju imidža grada u očima njegovih stanovnika, obogaćivanje ponude u samim gradovima te porast broja posjetitelja.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Tri su portugalska grada do sada nosila tu titulu: Lisabon 1994., Porto 2001 te Guimaraes 2012. Portugal se ponovno kandidirao za 2027. godinu, a za titulu su aplicirali gradovi Aveiro, Braga, Coimbra, Évora, Faro, Funchal, Guarda, Leiria, Oeiras, Ponta Delgada, Viana do Castelo i Vila Real. U užu su odabir ušli Aveiro, Ponta Delgada, Braga i Evora.” (Bailoa i Cravo, 2020)

„Rijeka je 2016. godine ponijela titulu Europske prijestolnice kulture 2020., no nažalost dobar dio programa je bio otkazan ili odgođen zbog pandemije koronavirusa. Program imena „Luka različitosti” temeljio se na svemu onom što je Rijeku kroz ekonomsku i demografsku povijest determiniralo i istaknulo. To se reflektiralo i kroz tri glavne teme: voda, rad i migracije. U 2020. godini u Rijeci se održava gotovo 300 kulturnih programa s više od 600 pojedinačnih događanja. U organizaciju programa bilo je uključeno gotovo 350 partnerskih organizacija iz više od 55 zemalja Europe i svijeta.” (Europska komisija, 2022)

„Odabir vode kao teme sam se po sebi nametnuo jer je Rijeka grad na vodi, a sama etimologija imena je jasna. Stanovnici Rijeke svojem gradu često tepaju nazivajući ga *Gradom koji teče*. Istovremeno, Rijeka je grad s najvećim brojem kišnih dana u zemlji. Voda se u programu odnosila i na biološku raznolikost, ali i na šira ekološka pitanja o kakvoći vode i obalnoga područja.” (Europska komisija, 2022)

„Nadalje, kao i u ostalim dijelovima zemlje ta je industrija s procesom privatizacije i u poslijeratnom razdoblju zamrla, međutim Rijeka je izvrstan primjer grada koji je industrijske hale prenamijenio za prostore u kojima se odvija mnoštvo kulturnih događanja, u prvom redu koncerata.” (Europska komisija, 2022)

„Treća temeljna tema programa bile su migracije, Ono što Rijeku razlikuje u odnosu na druge hrvatske gradove jeste ta neprestana migracija i činjenica da je grad uvijek bio mjesto gdje su se miješale različite kulture, što je rezultiralo time da se smatra najtolerantnijim gradom u Hrvatskoj i lokalnim stanovništvom koje lako prihvaća došljake.” (Europska komisija, 2022)

4. Aktualni problemi zaštićenih urbanih cjelina i analize studije slučaja

U ovom poglavlju prikazani su istaknuti problemi u kontekstu zaštite svjetske baštine u Hrvatskoj, nakon čega slijedi analiza studija slučaja triju lokaliteta u Republici Hrvatskoj i triju lokaliteta u Portugalu koji se nalaze na UNESCO-vom popisu svjetske baštine. Radi se o starim gradskim jezgrama i primjerima sakralnih spomenika. U Hrvatskoj su za primjere gradskih jezgri od neprocjenjive kulturne važnosti odabrani stari grad Dubrovnik te Dioklecijanova palača koja je s vremenom prestala biti carska rezidencija i isključivi spomenik kulture te se preobrazila u centar samoga grada. Od sakralnih je spomenika odabrana Eufrazijeva bazilika u Poreču, kompleks kojeg je biskup Eufrazije dao izgraditi u 6. stoljeću, a koji svojom konzerviranošću oduševljava i današnje posjetitelje. U Portugalu je to gradska jezgra Porta, koja je po mnogočemu komparabilna s Dubrovnikom, potom Sintra kao lokalitet koji istovremeno posjetitelje impresionira kulturnim i prirodnim naslijeđem, a kao inicijalno sakralni objekt jeronimitski samostan u Lisabonu. Navedene baštine u Hrvatskoj i Portugalu izabrane su zbog svojih sličnosti. Usporedba se bazira na Starom gradu Dubrovniku i Staroj jezgri Porta, Eufrazijevoj bazilici u Poreču i samostanu u Lisabonu zbog značaja za kulturni turizam te Dioklecijanovoj palači u Splitu i Sintre u Portugalu.

4.1. Aktualni problemi zaštite kulturne baštine RH

„Za UNESCO-vu kulturnu baštinu u Hrvatskoj specifično je to da je najvećim dijelom koncentrirana na obali, a manjim dijelom u unutrašnjosti zemlje. Upravo su stare gradske jezgre na obali, kao što su Dubrovnik, Split ili Trogir, najizloženije svim negativnim stranama masovnog turizma, a time i posljedičnoj devastaciji ili depopulaciji lokaliteta. Demografsko propadanje i promjena strukture stanovništva jedan je od najvažnijih sociologijskih aspekata stanja u povijesnim gradskim jezgrama u Hrvatskoj. Uočeno je smanjivanje broja stanovnika, a povećanje udjela starijeg stanovništva i udjela jednočlanih kućanstava s jedne, te kontinuirani odlazak stanovnika u druge dijelove grada ili napuštanje grada odlaskom u veće gradove. U tom kontekstu često se spominje primjer dubrovačke urbane jezgre. Slikoviti su rezultati istraživanja provedenog kvalitativnom metodologijom 2006. godine u Dubrovniku.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

Prema podacima koje je M. Nodari dobila u proljeće 2006. godine od gradskog poštara koji pošiljke dijeli pretežno u gornjem dijelu, odnosno vrhu dubrovačkog gradskog predjela Prijeko, uključujući i Peline, doznala je kako se godine 2000. uručivalo dvije stotina mirovina, a 2005. godine tek njih četrdeset. „Upečatljiv podatak“, tvrdi Nodari (2006), „posebice kada se utvrdilo da umirovljenici nisu zbog smrti prestali primati svoje mirovine, već su jednostavno prodajom svojih stanova napustili Grad, povijesnu jezgru Dubrovnika, u kojoj su se mnogi od njih rodili. Brze i brojne suvremene promjene odražavaju se i na promjenu načina života u urbanim povijesnim središtima.“ (Poljičak, 2013) „Ne samo da se autohtono stanovništvo iseljava, već se doseljava populacija iz različitih krajeva svijeta kojoj je zajednička visoka platežna moć, a koji ujedno u gradu borave samo jedan dio godine. Stoga je s vremenom došlo do gubitka uobičajenog i uvriježenog načina života za grad, izumrle su navike i običaji, a stvoren je nekakav artificijelni životni stil koji s izvornim nema puno poveznica.“ (Poljičak, 2013)

4.2. Studije slučaja – Hrvatska

4.2.1. Stari grad Dubrovnik

„Autori Ban i Vrtiprah (2003) uz ostale ističu i grad Dubrovnik, koji se pod UNESCO-voim zaštitom nalazi od 1979. godine i nazivaju ga biserom Mediterana kao i Grad muzej. Na popisu svjetske baštine nalazi se čitav stari grad opasan zidinama u dužini 1940 m kojeg po sredini presijeca glavna ulica Placa ili Stradun. Uz dubrovačke zidine, među najvrijednije elemente spomeničke i kulturne baštine je moguće ubrojiti Knežev dvor, crkvu zaštitnika grada Svetog Vlaha, katedralu posvećenu Uznesenju blažene Djevice Marije, Franjevački samostan s jednom od najstarijih ljekarni u Europi, kao i glavnu ulicu Stradun.“ (Ban i Vrtiprah, 2003)

„Dubrovačka Republika predstavljala je posebnu političku i teritorijalnu cjelinu, ponoseći se svojom kulturom, uspješnom trgovinom i osobito slobodom koju su uspjeli sačuvati kroz burna stoljeća. Za neke je gradove nemoguće pronaći usporedbu u svijetu. Jedan od takvih gradova je Dubrovnik. Dubrovnik je u Popis svjetske baštine uvršten 1979. godine. Bogatstvo Dubrovačke Republike najvećim je dijelom dolazilo od prodaje soli proizvedene u Stonskoj solani u kojoj berba soli neprekidno traje do danas. Sol je onodobno bila nazivana bijelim zlatom zbog svoje važnosti za konzervaciju hrane.“ (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„U svrhu zaštite solana Dubrovačka je republika osnovala dva naselja, Ston i Mali Ston te ih naselila. U istu svrhu su podignute i nadaleko poznate i jedinstvene stonske zidine u ukupnoj dužini od pet i pol kilometara, a koje su istovremeno služile kao osmatračnica potencijalnih prijetnji koje je za Dubrovačku republiku predstavljala Venecija i Otomansko carstvo. One su stradale u velikom potresu 1667. godine, te su dugi niz godina bile prepuštene zubu vremena, urušavale su se. Zahvaljujući društvu Prijatelja dubrovačkih zidina one su danas obnovljene te ih je moguće posjećivati, a u rujnu se na njima održava i maraton.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Dubrovačke zidine, koje su naravno imale obrambenu funkciju, građene su i dograđivane tijekom perioda od gotovo pet stoljeća, odnosno od 12. do 17. stoljeća. Među najeminentnijim imenima koji su na njima radili potrebno je istaknuti Michelozza di Bartolomea, Jurja Dalmatinca i Paskoja Miličevića. Zidine, koje u potpunosti okružuju stari grad, dugačke su 1940 metara, a ojačane su s ukupno 22 tornja, dvije utvrde i tvrđavom sv. Ivan. Minčeta je najveći i najimpresivniji toranj. Dijelom obrambenog sustava su i dvije izdvojene tvrđave, Revelin i Lovrijenac. Lovrijenac je specifičan zbog svoje pozicije na litici, a dugi niz godina koristi se kao pozornica za održavanje Dubrovačkih ljetnih igara.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Na istočnoj strani Straduna nalazi se Orlandov stup iz 15. stoljeća, a njegova je podlaktica služila kao mjerna jedinica dubrovačkim trgovcima. Pored njega je crkva zaštitnika sv. Vlaha izgrađena početkom 18. stoljeća u baroknom stilu. Prema legendi, sveti je Vlaho grad zaštitio od napada Otomanskog carstva te je na skulpturama prikazan s maketom grada u ruci. Knežev dvor je građen u gotičko-renesansnom stilu prema nacrtima Onofria della Cave, po kojem su nazvane i fontane u gradu. On je Knežev dvor koncipirao i dao podići na mjestu na kojem se prethodno također nalazio dvor, no koji je stradao početkom 15. stoljeća u eksploziji baruta. To, naime, nije bilo jedino oštećenje, već je stradao i u za grad fatalnome potresu 1667. godine.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Naziv grada muzeja je u potpunosti opravdan i to iz dvojakog razloga. U prvom redu zbog činjenice da uistinu svaka građevina svojom arhitekturom ili povijesnim značenjem opravdava taj naziv. Drugi razlog zbog kojeg Dubrovnik možemo nazvati „gradom muzejem” jeste činjenica kako danas u njemu živi tek nekolicina starog domaćeg stanovništva, dok su nekadašnje stambene jedinice mahom pretvorene u smještajne objekte za najam turistima. Ujedno, cjenovno čak i pekarnice cijenama višestruko premašuju cijene artikala u svojim podružnicama u rezidencijalnim dijelovima grada. U ljetnim, živahnim i prometnim mjesecima

Dubrovnik naglo mijenja lice, pun je artificijelnog života, gaze ga tisuće i tisuće turističkih stopala, pune su ga laskave svjetske naslovnice – sve do prvih jesenskih kiša kada se mnoga vrata i prozori njegovih kuća trajno zatvore do iduće sezone. Na taj se način mijenja i identifikacijska slika grada, razbija se njegov okvir i duh, kultura i biće grada. Mijenja se socijalna i gospodarska struktura Dubrovnika, svedena na monokulturu, na turizam. Takvo gospodarstvo daje takt sustavima vrijednosti i stilovima ponašanja koji su bitno neautentični.“ (Poljičak, 2013) Sve navedeno ide u prilog negativnim konotacijama sintagme „grada muzeja“, budući da je Dubrovnik najekstremniji primjer depopulacije i komercijalizacije kulturne baštine na čitavoj Jadranskoj obali.

„Uz sve navedeno, upravo je Dubrovnik među turističkim središtima onaj grad koji se našao pred najvećom i najizraženijom invazijom putnika s kruzera koji se od Uskrsa do studenog svake godine zaustavljaju u luci Gruž, a potom se putnici autobusima prevoze na Pile. Radi se o kruzera koji u grad dovoze po nekoliko tisuća putnika, koji unutar ograničenog vremena žele razgledati stari grad i zidine, što rezultira ogromnim brojem posjetitelja unutar zidina istovremeno, a ujedno i prometnim čepovima na ulazu i izlazu s Pila. Takva koncentracija posjetitelja uistinu za preostalu lokalnu populaciju svakodnevno funkcioniranje čini nepodnošljivim, te nipošto ne iznenađuje i daljnja tendencija iseljavanja u druge dijelove grada.“ (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

4.2.2. Dioklecijanova palača u Splitu

„Ostaci Dioklecijanove palače i uža jezgra grada Splita su na listi UNESCO-ve svjetske baštine uvršteni 1979. godine. Stari dio Splita zajedno sa carskom palačom upisan je u UNESCO-v Popis svjetske baštine 26. listopada 1979. godine.“ (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Dioklecijanova palača najznačajniji je kulturni spomenik srednje Dalmacije, a kao takvog ga je prepoznao i UNESCO. Palača, koja se s vremenom razvila u grad iznimna je zbog niza razloga te je zanimljiva ne samo arhitektima, povjesničarima umjetnosti i uskom krugu ljudi iz struke, već i brojnim posjetiteljima koji su je davno prepoznali kao kulturni spomenik vrijedan otkrivanja. Međutim, ona nije povijesno značajna samo za regiju, već za čitavo područje na kojem se prostiralo Rimsko carstvo. Palaču je izgradio Rimski car Dioklecijan, poznat po brojnim reformama Carstva. Iako Palača nije sačuvana u svojem izvornom obliku jer su se njeni brojni dijelovi s vremenom urušili ili su srušeni s namjerom prenamjene prostora, ona je

obogaćena arhitektonskim elementima koji datiraju od srednjega vijeka do danas. Ona je još uvijek, naime, nastanjeni prostor. Uz antičke arhitektonske elemente unutar palače mogu se vidjeti građevine i spomenike u stilu romanike, cvjetne gotike, renesanse, baroka i neoklasicizma.” (Baran, Grabovac i Puljić. A 2007)

Palača je od iznimnoga univerzalnog značaja iz niza razloga:

- “Kao antički spomenik značajna je za povijest svjetske umjetnosti, jer dokazuje povezanost rimskog graditeljstva sa starokršćanskim ostalim stilovima, koji su zatim nastali i jer prikazuje vezu istoka sa zapadom,

- Kao spomenik koji nije ostao prazna ruševina, već dalje živio, popunjavajući se zgradama i umjetninama kasnijih vremena, te nam pokazuje sve stilove koji su se očitovali tokom različitih stoljeća na našoj obali gdje se umjetnost, osobito graditeljstvo nastavljalo na temeljima starih spomenika, koristeći se njihovim ostacima, preplećući se kroz njih, pa i rušeći ih.“ (Baran, Grabovac i Puljić 2007)

„Dioklecijanova Palača je građena krajem 3. i početkom 4. stoljeća, a car Dioklecijan ju je izgradio kao utvrđenu palaču u koju se planirao povući nakon svojevolske abdikacije.” „Palača ima dimenzije oko 200 metara širine i dužine. Podrumi, koji su danas također predmetom zanimanja kulturnih turista inicijalno su služili kao osnova koja je podupirala prvi kat konstrukcije palače, da bi tijekom stoljeća služili kao odlagalište smeća za stanovnike Palače. Upravo zahvaljujući činjenici da su bili zatrpani smećem dugo vremena podrumi su ostali tako dobro očuvani do danas. Prema nekim teorijama u njima se nalazila manufaktura tekstila.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Palača je sadržavala carske odaje, ali i odaje za brojnu posluhu i vojsku. Kamen za izgradnju palače prvenstven se dovozio iz Škripa na otoku Braču i mramor iz Egipta. Palača se sastoji od centralnog trga Peristil i katedrale sv. Dujma, zaštitnika grada Splita. Zanimljiva je činjenica kako je katedrala zapravo bila carev mauzolej, a kasnije je pretvorena u kršćansku katedralu. Uz antičku arhitektonsku baštinu, grad sadrži i brojne građevine u stilu cvjetne, odnosno venecijanske gotike, baroka i neoklasicizma.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2022)

„Palača je danas živi spomenik, jer praktično služi kao stan, u kojemu se živi i radi. Svaki rad na čišćenju i popravljanju ove građevine ima mnogostruke koristi, jer se time ne proučavaju samo pitanja arheologije i povijesti umjetnosti, već se poboljšavaju i stambeni, zdravstveni i prometni uvjeti grada kojemu je Palača u središtu. Postavlja se pitanje budućnosti Palače s

obzirom na gradnju unutar iste. Unatoč svemu unutar rimskih zidina razvio se harmoničan grad. I danas se vidi ljepota peristila Palače, Dioklecijanovog mauzoleja, Jupiterovog hrama, kolonada uzduž ulica, ranokršćanskih crkva, romaničkih kuća, vrata Andrije Buvine i arhitektonskih djela Jurja Dalmatinca.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

Iako je Split dugo vremena bio percipiran kao prvenstveno tranzitni grad kojeg su turisti usputno posjećivali na putu za otoke, on se u posljednjih petnaestak godina transformirao u grad koji uz kulturnu baštinu posjetiteljima nudi i bogat kulturni i zabavni sadržaj, a u istom su razdoblju otvorene brojne smještajne jedinice svih kategorija: hoteli, hosteli i dr., dok su istovremeno stambene jedinice doživjele identičnu sudbinu kao i u drugim obalnim gradovima. Pretvorene su u sobe i apartmane za najam turistima.

Nadalje, Split je primjer grada koji je doživio pravi turistički procvat zahvaljujući organizaciji zabavnih događanja, u prvom redu Ultra Music Festivala. U vrijeme odvijanja Festivala sve smještajne jedinice su popunjene, čak i one koje se ne nalaze u samom gradu, kao i one koje nisu najadekvatnije za svrhu turističkog iznajmljivanja. Lokalno stanovništvo koje još uvijek živi u gradskoj jezgri ukazuje na probleme devastacije kulturne baštine zbog neprimjerenog ponašanja posjetitelja festivala, te kumulacije velikih količina smeća u gradskoj jezgri.

Činjenica da je Split važna luka kruznog turizma, pa, kao i Dubrovnik, rezultira velikim gužvama u gradskoj jezgri, no u manjoj mjeri na prometnicama budući da je luka smještena u neposrednoj blizini centra grada gdje gosti s kruzera idu pješice. Međutim, kritičari masovnog turizma ističu velik negativan utjecaj kruzera na zagađenje u Splitskoj luci koja je i bez njih jako frekventna trajektna i katamaranska luka, ali i nautički važna točka.

4.2.3. Eufrazijeva bazilika u Poreču

„Eufrazijeva bazilika, odnosno sakralni kompleks kojeg je u 6. stoljeću dao izgraditi biskup Eufrazije, jedinstvena je fuzija ranokršćanskih i bizantinskih arhitektonskih elemenata, a na UNESCO-vu listu svjetske baštine uvršten je 1997. godine. Ovaj se kompleks nalazi u izvrsnom stanju očuvanosti, a centralni objekt kompleksa sačinjava trobrodna bazilika s atrijem i baptisterijem.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Bazilika predstavlja jedno od najstarijih i najbolje očuvanih djela rane bizantinske umjetnosti čiji su temelji zadani već u 4. stoljeću, dok u 5. stoljeću dolazi do izgradnje trobrodne bazilike. Crkva je u svojem današnjem obliku dovršena u 6. stoljeću po nalogu biskupa Eufrazija. U isto

je vrijeme podignut čitav sakralni kompleks oko nje.“ (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)
„Nakon dovršenja bazilike počeli su novi zahvati. Nadovezujući se na narteks novi su graditelji podigli:

1. prostrani atrij – skladno otvoreno dvorište okruženo sa četiri portika (6. st.)
2. veliki osmerostrani baptisterij (6. st.)
3. veliku zgradu koja je u srednjem vijeku postala biskupska palača (6. st.)
4. memoriju (6. st.)
5. kapelu
6. ostatke starijih sakralnih prostora
7. kanoničku kuću (13. st.)
8. sakristiju (15. st.)
9. novu sakristiju
19. zvonik (16. st.).“ (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Međutim, radovi se nisu tada zaustavili na ovom iznimnom kompleksu, već su uvijek pratili kulturne i ekonomske prilike Poreča. U doba ekonomskog procvata grada u 13. stoljeću dograđeno je predvorje, podignut je i novi oltar te impresivni ciborij. U 15. stoljeću restaurirani su dijelovi Komplexa oštećeni u potresu. Tijekom 18. stoljeća dolazi do značajnog propadanja javnih, pa tako i sakralnih građevina u Poreču. Restauracije i podizanje novih kapelica obavljani su tek u narednom stoljeću. Tada se obnavljaju i najbitniji dekorativni elementi Bazilike i Komplexa, nadaleko poznati mozaici, a radovi su nastavljeni i tijekom 20. stoljeća. U gotovo pola stoljeća (1889. - 1936.) postupno su otkrivani dijelovi ranijih sakralnih građevina ispod Eufrazijeve bazilike, kapele sv. Maura i sakristije, dok konačno nije to čitavo područje posve otvoreno. To je omogućilo konačnu sistematizaciju svih dotadašnjih podataka.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Tijekom ispitivanja neprestano se mijenjala slika o tim starijim građevinama i ponovno se stvarale nove hipoteze. Konačno otkrivanje gotovo svih sačuvanih ostataka ranijih građevina nije doduše riješilo sve probleme, tako da i danas pojedini zaključci imaju stanoviti hipotetički karakter. Dugačka i uska dvorana održala se kao sakralni prostor cijeli srednji vijek.” „Tako su iskapanja ispod sakristije pokazala srednjovjekovnu troapsidalnu konstrukciju, postavljenu na mozaik ranije gradnje, a unutar srednje apside nađeni su tragovi i baze oltara. Unutar velikih rekonstrukcijskih radova izvršena je i zaštita arheološki fiksiranih ostataka starijih građevina, sjeverno od bazilike.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Iako se nalazi u samom centru Poreča, koji je jedan od najposjećenijih gradova u Hrvatskoj, moguće je reći kako ovaj spomenik kulture nije pod tolikom invazijom turista kao dva prethodna zaštićena lokaliteta. To je moguće atribuirati dvjema činjenicama: radi se o sakralnom objektu i kao takav nije predmetom interesa svih kulturnih turista, a s druge strane ulaz u kompleks se naplaćuje, što po automatizmu rezultira manjim brojem posjetitelja u usporedbi sa starim gradom Dubrovnikom ili Dioklecijanovom palačom.” „Prednost ovog stanja jeste manja vjerojatnost devastacije baštine. Poznati su, naime, i slučajevi lokaliteta pod UNESCO-om zaštitom koji ne ističu tu klasifikaciju upravo kako bi se reducirao broj posjetitelja, a za primjer je moguće navesti Škocjanske jame u Sloveniji gdje se time nastoji izbjeći masovnost posjetitelja kao što je to slučaj u daleko poznatijoj Postojni koja je uz to predana u koncesiju.” (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

„Episkopalni kompleks Eufrazijeve bazilike u Poreču u popis svjetske baštine UNESCO-a uvršten je 1997. godine.” „Ovo je bio vrlo važan događaj, veliko priznanje jednoj čudesnoj građevini. Obnavljanje biskupije je složen proces i događa se od trenutka njezine gradnje do danas. Sada je posebno važno očuvati ovu građevinu, što zbog činjenice da je na Popisu svjetske kulturne baštine, što zbog činjenice da je to spomenik koji svjedoči o povijesti ovog kraja, predstavlja ovaj kraj u svijetu i čini ga prepoznatljivim u ovim tokovima globalizacije.“ (Baran, Grabovac i Puljić, 2007)

Nakon prikazane analize studije slučaja u Hrvatskoj, slijedi analiza odabranih elemenata kulturne baštine u Portugalu. Elementi baštine i spomenici koji će se u nastavku opisivati odabrani su zato što svaki od njih ima sličnost u svojim karakteristikama i funkciji s prethodno navedenima u Hrvatskoj.

4.3. Studije slučaja – Portugal

„U Portugalu se nalazi ukupno 17 dobara koja su upisana na UNESCO-vu listu svjetske baštine, od čega 16 kulturnih i jedno prirodno dobro. U tu baštinu je moguće ubrojiti svetišta, povijesne urbane jezgre, spomenike, kulturne krajobrazne i arheološke lokalitete. Period u kojem su upisana na listu baštine je u rasponu od 1983. do 1999., a radi se o narednoj kulturnoj baštini:

- Vinska regija Alto Douro (2001)
- gradska jezgra grada Angra do Heroísmo na Azorskom otočju (1983)
- Kristov samostan u Tomaru (1983)
- Kulturni krajobraz Sintra (1995)

- Grad Elvas sa svojim fortifikacijskim sustavom (2012)
- Povijesni centar Évora (1986)
- Povijesni centar Guimarães (2001)
- Povijesni centar Oporto, most Luiz I i samostan Serra do Pilar (1996)
- Vinogradarski krajobraz otoka Pico (2004)
- Samostan Alcobaça (1989)
- Samostan Batalha (1983)
- Samostan Hieronymites i toranj Belém u Lisabonu (1983)
- Prapovijesna umjetnost u dolini Côa i Siega Verde (1998, 2010)
- Kraljevska građevina Mafra – palača, bazilika, samostan, vrt i lovište (2019)
- Svetište Bom Jesus do Monte u Bragi (2019)
- Sveučilište Coimbra – Alta i Sofia” (2013).“ (Bailoa i Cravo, 2020)

4.3.1 Jeronimitski samostan u Lisabonu

„Ovaj samostan predstavlja izvanredan primjer manuelinskog stila, te je zajedno s obližnjim tornjem Belem 2007. godine upisan na UNESCO-v popis svjetske baštine. Danas su unutar muzeja smješteni Muzej pomorstva te Arheološki muzej. U početku se radilo o manjem jeronimitskom samostanu, a u 19. stoljeću je na istom mjestu barun Ludwig von Eschwege dao izgraditi svoju ljetnu rezidenciju. Rezidencija je građena u fuziji stilova: gotike, renesanse, baroka, te maurskog i manuelinskog stila. Po proglašenju Republike na samom početku 20. stoljeća objekt je postao državnim vlasništvom i od tada je otvoren za posjete. Sam toranj datira s početka 16. stoljeća, a građen je u vrijeme kralja Ivana II na riječnom otoku te je posvećen zaštitniku grada Lisabona, svetom Vinku.” (Bailoa i Cravo, 2020)

„Arhitekt je bio isti kao i onaj koji je gradio samostan – Diogo de Boitaca. Bastion tornja je imao funkciju zatvora namijenjenog političkim zatvorenicima. Što se tiče redovničkoga reda, može se reći da su jeronimiti bili najrodniji augustincima te su bili najrasprostranjeniji u 14. i 15. stoljeću upravo na tlu Portugala i Španjolske. Sam je samostan građen povodom povratka moreplovca Vasca da Game te je s vremenom postalo omiljeno hodočasničko odredište brojnih portugalskih moreplovaca. Gradnja je trajala čitavu prvu polovicu 16. stoljeća, a kao osnovni građevni materijal korišten je vapnenac. Što se tiče dekorativnih elemenata ističu se raskošni lukovi i stupovi unutar crkve, te skulpture uz portal.” (Nadilo, 2011)

4.3.2. Grad Sintra

„Kulturni krajolik Sintre upisan je na UNESCO-vu listu svjetske baštine 1995. godine, a zaštićeno područje obuhvaća površinu od 946 hektara. U 19. je stoljeću Sintra postala prvim

centrom europske romantičke arhitekture, a Ferdinand II je pretvorio samostanske ruševine u dvorac u koji su implementirani brojni stilovi: gotički, egipatski i renesansni, dok je park uređen i zasađen lokalnom kao i egzotičnom vegetacijom. Ujedno su zasađene i uređene zone s egzotičnim stablima, ukrašenim fontanama, vodotocima, kapelama, te puteljcima. Sam je krajolik smješten u centralnoj portugalskoj regiji, na zapadu iberskog poluotoka.” (Bailoa i Cravo, 2020)

„Radi se izvanrednom kompleksu sačinjenom od kulturnog i prirodnog naslijeđa. Kraljevska je palača dominantna arhitektonska građevina Sintre, te je smještena u samom centru grada, a temelji građevine datiraju iz 15. stoljeća. Jedna od najdistinktivnijih značajki su dekorativne pločice tipične za iberski poluotok. U unutrašnjosti se nalaze dekoracije istoga tipa uz brojna slikarska djela u stilu kasne gotike. Dijelom sklopa su i palače Pena, Monserrate, Ribafrias, Maurski dvorac, a tu je i niz drugih građevina, među kojima je samostan iz 14. stoljeća, crkva svete Marije, svetog Martina i Miguela itd.“ (UNESCO, 2021)

„Premda su palače u romantičkom stilu građene i drugdje u 19. i 20. stoljeću diljem Europe, Sintra je pionirski rad europskog romantičkog stila koji objedinjuje nevjerojatno botaničko bogatstvo i arhitektonske spomenike i građevine. Danas Sintru posjećuje oko 60 tisuća turista godišnje.” (Bailoa i Cravo, 2020)

4.3.3. Stara jezgra Porta

„Povijesni centar Porta s mostom Luiza I i samostanom Serra do Pilar uvršteni su na popis UNESCO-ve svjetske baštine 1996. godine te predstavljaju izniman urbani krajobraz star preko dvije tisuće godina. Njegov rast i razvoj oduvijek je vezan za pomorsku tradiciju što se odražava na svim građevinama, pa i onima koje datiraju još iz vremena rimske kolonizacije. U 1. stoljeću prije Krista to su područje naselili Rimljani koji su ga nazvali Portus i u to je vrijeme grad predstavljao značajno vojno, trgovačko, poljoprivredno i demografsko središte. Najznačajnije građevine ovog urbanog centra predstavljaju romanička katedrala, neoklasicistička burza i crkva svete Klare. I danas su vidljivi tragovi maritimno i trgovački usmjerenog pomorskog centra. Međutim, Porto je bio naseljen i prije dolaska Rimljana. Feničani su svoju naseobinu tu osnovali još u 8. stoljeću pr. Kr. kada je naselje predstavljalo značajno administrativno i trgovačko središte.“ (Bailoa i Cravo, 2020) „Distinktivnost ovog lokaliteta temelji se na specifičnosti pozicije, oblicima i arhitektonskim karakteristikama.“ (UNESCO 2021)

„Porto je grad kojeg je zadesila identična sudbina kao i staru gradsku jezgru Dubrovnika. Već duže vrijeme kao odraz razvoja turizma dolazi do izražaja snažna depopulacija te nemogućnost pronalaska stambenog prostora za lokalno stanovništvo, dok istovremeno cijene najma i kupovine nekretnina daleko premašuju platežnu moć prosječnog stanovnika. Istovremeno se sve trgovačke i ugostiteljske radnje usmjeravaju turistima, te život lokalnog stanovništva i s logističke strane postaje otežanim. Porto godišnje posjeti 2 i pol milijuna turista.“ (Bailoa i Cravo, 2020)

5. Komparativne analize kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu

5.1. SWOT Analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj

„SWOT analiza je jedan od najpoznatijih i najčešće korištenih strateških alata. Koristi se pri potrebi za analiziranjem vanjskih i unutarnjih čimbenika koji utječu na funkcioniranje društva. Analizom 4 faktora: snage, slabosti, prijetnje i prilike, društva stječu uvid u svoj položaj, kako na tržištu, tako i u vlastitom okruženju. Kod SWOT analize (kao i kod svakog drugog strateškog alata) iznimno je važno pristupiti racionalno, realno i što je više moguće objektivno. U suprotnome rezultati analize mogu pokazivati stanje drugačije od onog stvarnog, a samim time analiza postaje neuporabljiva. SOAR analiza dobra je kada se želi potaknuti određena reakcija ili akcija na postojeću situaciju. Mnogima je lakše usmjeriti pažnju i trud na svoje snage. Zato je predložak SOAR analize koristan kada se pokušava napraviti uvid u proizvod ili pomoći članovima tima da razviju svoju karijeru ili planove učinka. Još jedan razlog za provođenje SOAR analize je otkriti što se radi najbolje i uskladiti to sa željenim rezultatima i budućim težnjama.” (Gonan Božac, 2008)

„SWOT okvir predstavljen je 1969. i od strane istraživača s Harvarda, a postao je popularan tijekom 1970-ih zbog pretpostavke koja je u njega ugrađena, a koja glasi: menadžeri mogu planirati usklađivanje resursa poduzeća s njegovim okruženjem.“ (Gonan Božac, 2008)

SWOT analiza koja prikazana u nastavku ima zadatak detektirati osnovne snage i slabosti na kojima se temelji hrvatski kulturni turizam te ukazati na glavne prilike i prijetnje za njegov budući razvoj koje proizlaze iz šireg i užeg prostornog, socio-kulturnog, političkog i gospodarskog okruženja. Zaključci SWOT analize ističu najvažnije elemente za cijelu Hrvatsku, na koje treba usmjeriti glavnu pozornost prilikom oblikovanja razvojne strategije kulturnog turizma.

„Prednosti SWOT-a: Ključni element formulacije strateške opcije je usklađivanje organizacijskih snaga i slabosti s prilikama i prijetnjama koje postoje na tržištu. Kada se ispravno koristi, SWOT analiza može pružiti dobru osnovu za formulaciju strategije. SWOT analiza je široko prepoznata u literaturi iz marketinga i menadžmenta kao sustavan način za postizanje cilja.“ (Gonan Božac, 2008)

„Nedostaci SWOT-a: SWOT je malokad efektivna metoda jer je ukorijenjena u trenutne percepcije organizacije. Ipak, SWOT se još uvijek zagovara kao snažan alat za planiranje u

svim vrstama poslovnih aktivnosti. U praksi je to često aktivnost koja se ne provodi dobro. Nakon identificiranja svih važnih točaka, ne zna se što učiniti s generiranim podacima. Što se tiče korištenja informacija generiranih kako bi se donijele strategije, SWOT analiza nije preskriptivna.“ (Gonan Božac, 2008)

Nastavak rada donosi prikaz dvije SWOT analize kulturnog turizma Hrvatske i Portugala s obzirom na njihove težnje u turizmu, prijetnje, buduće prilike i slabosti ostvarivanja kulturnog turizma.

Tablica 2. SWOT analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj (vlastita izrada autora)

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Bogata kulturna baština te ostaci rimske kulture i arhitekture • Arhitektonska i spomenička baština iz čitavog niza stilskih perioda • Održivost temeljena na ograničenju broja posjetitelja kulturnih destinacija pod zaštitom UNESCO-a • Povezanost raznolikih kulturnih vrijednosti • Dobra organizacija kulturnih aktivnosti (agencije za organizaciju izleta, upoznavanje s kulturnim znamenitostima i sl.) • Dobro razvijena mreža srednjih strukovnih škola s turističko ugostiteljskim programima • Izražen pozitivan imidž Eufrazijeve bazilike kao očuvane izvorne destinacije • Veliki broj različitih manifestacija, posebice kulturnih i folklornih, tijekom cijele godine • Popularnost Dubrovnika među filmskom produkcijom (poznate i popularne lokacije) tzv. filmski turizam • Dobra prometna povezanost (niskobudžetni letovi avionom) tijekom cijele godine 	<ul style="list-style-type: none"> • Neprijmjerena valorizacija prirodnih i kulturnih atrakcija • Manjak kvalificiranog kadra, ali i kadra općenito • Sezonalnost turizma • Brojne destinacije još uvijek se nisu profilirale • Utjecaj politike na razvoj kulturnog turizma (ulaganje u njegov razvoj ovisi o tome koliko politika ima korist od istog i sl.) • Nepostojanje zajedničke političke svih zaštićenih kulturnih atrakcija • Slaba institucionalna regulacija sustava zaštite te kulturno povijesnih spomenika • Premali broj novostvorenih turističkih atrakcija • Niska razina općeg informiranja o atrakcijama i njihove interpretacije • Loša organizacija razgledavanja kulturnih znamenitosti (gužve na prilazima kulturnim objektima i cestovnom prometu) • Invazija putnika s drugih kruzera u nekim kulturno-turističkim destinacijama (prometni čepovi i ogroman broj turista na Dubrovačkim zidinama)

<ul style="list-style-type: none"> • Prepoznatljivost stare gradske jezgre Splita i Poreča i drugih • Povoljan geografski položaj • Tematske kulturne rute koje spajaju tradicionalnu baštinu s modernih korištenjem iste • Formirani kulturno-turistički proizvod • Korištenje gradskih prostora za različite promocije kulturnih dobara 	
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Privlačenje kulturnih turista kroz marketing koji naglašava kulturno naslijeđe • Velik prazan prostor za razvoj popratnih kulturnih sadržaja • Stavljanje nematerijalne baštine u prvi plan • Razvijanje turizma posebnih interesa • Razvoj kulturnog turizma u ruralnim područjima • Razvoj kulturnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj • Afirmacija važnosti turističkog sektora kao poslodavca • Aktivno sudjelovanje turističkog sektora u kreiranju obrazovne politike • Poticanje kulturnih inovacija kroz EU programe • Prihodi dobiveni od ulaznica za muzeje ili određene kulturne lokalitete mogu se iskoristiti za daljnje održavanje kulturnih prostora i umjetnina • Promicanje klapskog pjevanja i širenje tradicionalnih običaja pjesama i kulture Hrvatske i dalmatinskog područja • Raznolikost nacionalne, regionalne i lokalne hrane i pića • „Palača je danas živi spomenik, jer praktično služi kao stan, u kojemu se živi i radi.“ – iskoristivost 	<ul style="list-style-type: none"> • Devastacija baštine • Pretjerana vulgarizacija i komercijalizacija baštine • Propadanje objekata kulturno-povijesne baštine zbog izostanka investicija i/ili lošeg održavanja • Fragmentiranost turističkog sektora otežava jaču primjenu informacijsko-komunikacijskih tehnologija i poticanja inovacija • Gubitak kulturnog identiteta • Nedovoljna povezanost kulturnog turizma i ostalih gospodarskih djelatnosti • Pad broja stanovništva na područjima zaštićene kulturne baštine (npr. Stari grad Dubrovnik, stara jezgra Splita) • Otvaranje ugostiteljskih objekata (restorana i cafe barova) koji su usmjereni samo na turiste, a ne na lokalno stanovništvo i njihove potrebe

Dioklecijanove palače u Splitu <ul style="list-style-type: none"> • Ultra Music Festival – razvoj glazbenog (kulturnog) turizma • Položaj luke u Splitu je bolji od luke u Dubrovniku zato jer se luka nalazi u centru grada 	
--	--

Analiza koja je prikazana u tablici 2. prikazuje prilike koji kulturni turizam ostvaruje na području Hrvatske. Iz slike je vidljivo kako ova vrsta turizma ima puno više prednosti i prilika od onih lošijih strana. Brojni festivali, gastronomska ponuda kao i ponajprije kulturna baština gradova i objekata uvelike privlači sve veći broj zainteresiranih osoba. Nedostatci poput nedovoljnog znanja osoblja koje radi u turizmu ili prenapučenosti kulturnih lokaliteta se mogu riješiti dodatnim ulaganjima u obrazovanje osoba koje djeluju na području kulturnog turizma i rasteretiti gradnjom novih cestovnih pravaca te, primjerice, ograničavanjem broja osoba kako bi se očuvali najposjećeniji zaštićeni lokaliteti. Potrebno je svaki oblik turizma, a posebice kulturni turizam usmjeriti na djelovanje tokom cijele godine. Fragmentiranost turističkog sektora otežava jaču primjenu informacijsko-komunikacijskih tehnologija i poticanja inovacija što je potrebno promijeniti kako bi se olakšala dostupnost informacija. Propadanje objekata kulturno-povijesne baštine zbog izostanka investicija i/ili lošeg održavanja potrebno je usmjeriti na kvalitetnije iskorištavanje. Analiza je pokazala kako je jedna od prilika daljnjeg razvoja kulturnog turizma u ruralnim područjima i u kontinentalnoj Hrvatskoj. Povoljan geografski položaj i povezanost niskobudžetnim letovima omogućava sve većem broju ljudi koji obilaze kulturne znamenitosti u Hrvatskoj.

Tablica 3. SWOT analiza kulturnog turizma Portugala (vlastita izrada autora)

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Raznolikost baštine, kako kulturne tako i prirodne • Cjenovno privlačna destinacija • Turistička valorizacija bogate eno-gastronomske baštine 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak kvalificiranog osoblja u turističkoj industriji • Nepostojanje jasne strategije razvoja kulturnog turizma unatoč nizu dokumenata koji ga reguliraju

<ul style="list-style-type: none"> • Izražen pozitivan imidž Portugala te njegove kulturne baštine kao očuvane izvorne destinacije • Veliki broj različitih manifestacija, posebice kulturnih i folklornih • Prepoznatljivost Sé de Lisboa katedrale u Lisabonu • Bogata sakralna baština • Očuvane jezgre gradova • Brojne kulturne manifestacije • Tradicijski proizvodi koji se predstavljaju na određenim festivalima 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak brige za okoliš i zagađenje • Nedostatak adekvatnijih promocijskih aktivnosti na tržištu kulturnog turizma • Nedovoljno praćenje učinkovitosti promocijskih aktivnosti • Neučinkovitost operacionalizacije strateškog marketinga • Nedovoljna usmjerenost na diversifikaciju • turističkih proizvoda
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Portugal je svjetski poznata destinacija i brand za kojim interes ne jenjava • Bogata nematerijalna baština koja pruža brojne mogućnosti za kreiranjem novih turističkih proizvoda • Veća raspoloživost EU fondova za ulaganja u kulturni turizam i očuvanje baštine • Turistička valorizacija resursa, • izrada katastra turističkih atrakcija • Mogućnosti za revitalizaciju stare gradske jezgre (obnova, korištenje u različite svrhe) • Prihodi dobiveni od ulaznica za muzeje ili određene kulturne lokalitete mogu se iskoristiti za daljnje održavanje kulturnih prostora i umjetnina 	<ul style="list-style-type: none"> • Depopulacija gradskih jezgri i posljedično izumiranje običaja • Nedovoljno praćenje konkurentnosti destinacijskih proizvoda • Nedostatak razvojno-poticaajnih investicijskih projekata • Mali budžet za kulturnu turističku promociju • raspoloživih sustavu u nekim turističkim destinacijama u usporedbi s konkurentskim zemljama • Izgradnja koja ne prati arhitektonsko nasljeđe

Tablica 3. prikazuje SWOT analizu kulturnog turizma u Portugalu koji se može uvelike usporediti s onime na prostoru Hrvatske. U Portugalu su potrebna dodatna ulaganja u promidžbu kulturnih spomenika i baštine. Kod raspoloživost sredstava za ulaganja u turizam i očuvanje baštine, turističke valorizacije resursa i izradu katastra turističkih atrakcija vidljive su prilike za daljnjim razvojem. Velika prepoznatljivost sakralne baštine i starih gradskih jezgri isto tako

doprinosi popularnosti kulturnog turizma u Portugalu. Neučinkovitost operacionalizacije strateškog marketinga dovodi i do nedovoljne usmjerenosti na diversifikaciju turističkih proizvoda. Jedan od velikih problema je nepostojanje jasne strategije razvoja kulturnog turizma unatoč nizu dokumenata koji ga reguliraju. Preporuča se daljnje ulaganje u ljudske resurse. „Raspoređenost lokaliteta u Portugalu koji su uvršteni na UNESCO-vu listu svjetske baštine vidi se kako oni za razliku od lokaliteta u Hrvatskoj nisu skoncentrirani na obali, već da ih je dobar dio smješten i u unutrašnjosti zemlje, što u Hrvatskoj nije slučaj kada govorimo o kulturnoj baštini. Većina njih bilježi veliku posjećenost, napose je to izraženo kod Coimbre i Sintre dok su primjerice Guimarães i Elvas jako slabo posjećeni.” (Bailoa i Cravo, 2020)

5.2. TOWS Analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu

„Kada su strateški čimbenici po SWOT prepoznati, razvijaju se strategije koje mogu biti izgrađene na snagama, one koje mogu eliminirati slabosti, iskoristiti prilike ili se pak suočiti sa prijetnjama. Ipak, SWOT analiza ne pokazuje različite veze između vanjskih i unutarnjih čimbenika, pa je zbog toga razvijena TOWS matrica. Od njezina objavljivanja do danas, taj je alat korišten u različitim zemljama, u različitim situacijama i na različitim razinama; najprije za formulaciju strategije poduzeća, a kasnije kao konceptualni okvir za razvoj strategije karijere pojedinca. Iako konstruirana s namjerom da se koristi kao mehanizam za objašnjenje strategije, više nego li okvir za olakšavanje njezina generiranja, TOWS matrica predstavlja sredstvo za olakšavanje povezivanja vanjskog i unutarnjeg okruženja i formulaciju strategija.“ (Gonan Božac, 2008)

„TOWS analiza nije isto što i SWOT analiza iako se sam analiza sastoji od istih slova. Slova T i O nalaze se na početku te označavaju Threats – PRIJETNJE i Opportunity – PRILIKE. Za pojam ovog rada i pogled na ovakve analize važno je prvo obratiti pozornost na vanjske prilike i prijetnje.“ (Gonan Božac, 2008) „TOWS analiza je nastala evolucijom SWOT-a. Navedena analiza ima ulazne jedinice kao i SWOT, ali su objašnjene na drugačiji način. TOWS upućuje na strateške opcije pri čemu se rezultati SWOT analize promatraju kroz odgovarajuće strategije u svrhu iskorištavanja prilika i izbjegavanja prijetnji. Koraci procesa TOWS analize su: odrediti profil poslovanja, promatrati i procijeniti (gospodarstvo, društvo, politiku, tržište i konkurenciju). Treći korak je imati ideju o budućim planovima, nadalje provesti provjeru, razviti alternativna rješenja za novonastale situacije. Pretposljednji korak odnosi se na prikaz svih opcija koje su u jednakosti s provedenim aktivnostima i rezultatima dobivenim u

prethodnim koracima. Zadnji korak odnosi se na stvaranje plana za svaku stratešku opciju ovisno o kretanju u budućnosti.“ (Gonan Božac, 2008)

„Primjena TOWS matrice zahtijeva slijedenje ovih koraka: 1. određivanje i procjena utjecaja čimbenika vanjskog okruženja (ekonomskih, političkih, demografskih), proizvoda i tehnologije, tržišta i konkurencije na organizaciju; 2. prognozu; 3. procjenu snaga i slabosti te 4. oblikovanje strateških opcija. TOWS matrica omogućuje: 1. identifikaciju snaga, slabosti, prijetnji i prilika te 2. primjenu mehanizama za strukturiranje varijabli unutarnjeg i vanjskog okruženja na način da se mogu donijeti konkurentne strategije, a s time se procjenjuje i njenu korisnost.“ (Gonan Božac, 2008)

Nadalje, Gonan Božac (2008) ističe prednosti TOWS-a: „Nema ograničenja u smislu oblika organizacijske jedinice koja može imati koristi od ove analize, svaka situacija koja uključuje donošenje strateških odluka može imati koristi od ovog pristupa, a iskustva pokazuju da korištenje TOWS matrice može dovesti do identifikacije prikladne strategije.“ (Gonan Božac, 2008)

Nadalje, nedostaci TOWS-a sljedeći: TOWS matrica pokazala se korisnom, ali nažalost, kao rezultat tog mehanizma strukturiranja ne proizlaze nikakve nove ideje ili uvidi. Umjesto toga, strategije koje se razvijaju kao rezultat korištenja TOWS matrice tek potvrđuju ono što se je već znalo. Korisnici su uočili da matrica jednostavno potvrđuje stajališta koja analitičari trenutačno zauzimaju, odnosno ona često ne donosi novu perspektivu u razmatranje. TOWS matrica je, prema nekim autorima, tek sredstvo za bilježenje ideja. Ipak je menadžeri smatraju korisnim mehanizmom strukturiranja i smatraju ju je vrijednom zadržati i koristiti u budućnosti.“ (Gonan Božac, 2008)

Analize u nastavku prikazuju TOWS analize kulturnog turizma Hrvatske i Portugala. Svaka analiza odnosi se na sve već prije navedene stavke koje se odnose na stanje kulturnog turizma, njegove pozitivne i negativne strane te odnose slabijih i jačih strana turizma.

Tablica 4. TOWS analiza kulturnog turizma Hrvatske (vlastita izrada autora)

	Snage (S)	Slabosti (W)
Prilike (O)	<ul style="list-style-type: none"> Dobra dostupnost i geografska rasprostranjenost, privlačenje kulturnih turista kroz 	<ul style="list-style-type: none"> U brojnim destinacijama unutar RH turizam se dogodio, a nije bio rezultat strateškog planiranja infrastruktura u

	<p>marketing koji naglašava kulturno naslijeđe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velik prazan prostor za razvoj popratnih kulturnih sadržaja te stavljanje nematerijalne baštine u prvi plan. • Privlačenje kulturnih turista kroz marketing koji naglašava kulturno naslijeđe. 	<p>velikom broju gradova (problemi s napučenosti određenih gradova, cestovni problemi, zagađenja).</p>
Prijetnje (T)	<ul style="list-style-type: none"> • Bogata kulturna baština te ostaci rimske kulture i arhitekture, arhitektonska i spomenička baština iz čitavog niza stilskih perioda oštećuju se nepravilnim održavanjem pa dolazi do njihovog propadanja i devastiranja. • Održivost temeljena na ograničenju broja posjetitelja kulturnih destinacija pod zaštitom UNESCO-a. 	<ul style="list-style-type: none"> • Devastacija baštine uz gomilanje otpada i manjak kapaciteta za njegovu sanaciju do pretjerane vulgarizacije baštine. • Zbog velike zastupljenosti turizma na prostoru Hrvatske pate ostali sektori u društvu i ukoliko ne dođe do promjene neće se razviti ni strategija kulturnog turizma. • Prometne rute u gradovima u kojim se nalaze spomenici kulturne baštine opterećuju se, te se stvara gužva i dolazi do sve većeg zagađenja obalnog područja. • Sezonalnost turizma dovodi do sve većeg broja nekvalificiranog osoblja u turizmu, a zbog niske razine informiranosti i obrazovanja dolazi do poteškoća u tumačenju baštine i predstavljanju iste.

Tablica 5. TOWS analiza kulturnog turizma Portugala (vlastita izrada autora)

	Snage (S)	Slabosti (W)
Prilike (O)	<ul style="list-style-type: none"> • Dobra geografska povezanost, gastronomska ponuda i klima uz samu kulturnu baštinu 	<ul style="list-style-type: none"> • Usmjerenost na svako godišnje doba i blagodati koje ono sa sobom donosi (klima,

	<p>uvelike dovodi do toga da Portugal postaje jedna od popularnijih kulturno-turističkih destinacija.</p> <ul style="list-style-type: none"> • S obzirom na cjenovnu pristupačnost prilagodljiva je razvoju turizma za sve uzraste (mlade osobe s niskim primanjima kao i oni stariji mogu se prilagoditi cijenama i istraživati kulturne destinacije). • Spajanje obrazovnog sustava i sektora kulturnog turizma poboljšat će znanje radnika u kulturnom turizmu. 	<p>geografski položaj u cilju promocije gastronomske ponude) smanjuje sezonalnost turizma.</p> <ul style="list-style-type: none"> • U razvojnoj strategiji nedovoljno jasno definirani ciljevi. • Nedovoljna kvalifikacija radnika može se poboljšati dodatnom edukacijom. • „Kulturni turisti“ mogu dobiti potrebne informacije putem aplikacija i drugih promotivnih alata.
<p>Prijetnje (T)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korištenje dobrog prirodnog položaja može dovesti do bolje raspodjele „kulturnih turista“ u sezoni tijekom cijele godine što će smanjiti prostornu koncentraciju turizma i prenapučenost samo u određenim periodima godine. • Osiguranje infrastrukture za uključivanje kulturnih i kreativnih industrija u turističko poduzetništvo dovest će do veće „potrošnje“ kulturnih dobara i time će kulturna baština gubiti na vrijednosti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak kvalificiranog osoblja može smanjiti interes osoba za dolazak u kulturni obilazak jer neće biti stručnjaka koji će predstavljati baštinu (sakralne objekte, stare gradske jezgre). • Postojeća strategija razvoja kulturnog turizma bez daljnjih izmjena i dopuna neće dovesti do veće popularnosti Portugala.

5.3. SOAR analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj

„SOAR analiza (snage, prilike, aspiracije i rezultati) uključuje sve razine i funkcionalne dijelove organizacije te se fokusira na ono što organizacija već radi dobro, umjesto da se bavi slabostima i prijetnjama. Prednosti SOAR analize mogu se primijeniti različitim organizacijama pa to dovodi do: zadovoljstva poslom i vodstvom, podizanja morala i motivacije zaposlenika, lakše prihvaćanje zajedničkih odluka i preuzimanje osobne odgovornosti,

smanjenje kompetitivnosti i poticanje suradnje, jednostavnija prilagodba i prihvaćanje promjena te implementacija donesenih odluka. Nadalje, prednosti za organizaciju su: osnaživanje zaposlenika i podržavanje kreativnih i inovativnih rješenja, poboljšanje kvalitete donošenja odluka, korištenje postojećih resursa unutar organizacije, povećana učinkovitost u postizanju ciljeva organizacije, jednostavnija implementacija odluka i promjena i manji otpor prema odlukama/promjenama.“ (Gonan Božac, 2008)

Tablica 6. SOAR analiza kulturnog turizma Hrvatske (vlastita izrada autora)

SNAGE	PRILIKE
<ul style="list-style-type: none"> • bogatstvo prirodnih ljepota, klime, geografske pozicije • lokalna i svježa gastronomska ponuda • duga i bogata povijest različitih prostora Hrvatske • razvijeni turizam kulturnih područja koji su pod zaštitom UNESCO-a • dobra promidžba zaštićene kulturne baštine i njenog sadržaja • iskoristivost prostora za različite reklame i elemente promidžbe (snimanje filmova, reklama, dolazak poznatih osoba i drugo) • zalaganje radnika u sektoru kulturnog turizma • bogata nematerijalna kulturna baština 	<ul style="list-style-type: none"> • Važnost dodatnog usavršavanja zaposlenih u turizmu, posebno na prezentaciji turizma • Nova prilika je privlačenje većeg broja ljudi organizacijom izleta i razgledavanja kulturnih lokaliteta (agencije koje se bave izletima i razgledavanjima kulturnih lokaliteta) • Ulaganje u dodatnu zaštitu kulturnih kulturno-povijesnih atrakcija koje su pod zaštitom UNESCO-a • Važnost spajanja kulturnog turizma i ostalih vrsta turizma (sportskog, masovnog, zdravstvenog)
ASPIRACIJE	REZULTATI
<ul style="list-style-type: none"> • konkurentnost s drugim turističkim zemljama bogatima kulturnom baštinom • veća usmjerenost na razvoj kulturnog turizma • dodatna zaštita kulturne baštine pod zaštitom UNESCO-a • važnost dodatnog angažmana kulturnih djelatnika u promicanju objekata koji predstavljaju kulturno dobro 	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije naspram drugih zemalja doprinijet će većoj potražnji turista koja dovodi do bolje valorizacije zaštićenih kulturnih dobara na lokalnoj razini • dodatna zaštita kulturnih objekata dovest će do još kvalitetnijeg očuvanja nematerijalne baštine • lokalna gastronomska ponuda i ponuda svježih domaćih prehrambenih proizvoda, pogodna klima i povoljan geografski položaj

	stalne su prilike su za privlačenje velikog broja kulturnih turista
--	---

5.4. Rezultati komparativne analize

„Iznenadjuće je uolikoj mjeri masovni turizam i kulturni turizam koincidiraju na svim analiziranim lokalitetima u obje zemlje. Hrvatska i Portugal zemlje su koje povezuje značajna okrenutost moru te je maritimna usmjerenost i određenost trgovačkog, odnosno ekonomskog razvoja, kao i folklorne tradicije duboko ukorijenjena u kulturu, naročito arhitekturu. Obje zemlje obiluju lokalitetima koji se nalaze na listi UNESCO-ve svjetske kulturne baštine te posjeduju po jedan lokalitet zaštićen kao prirodna baština od iznimne univerzalne vrijednosti.” (Bailoa i Cravo, 2020)

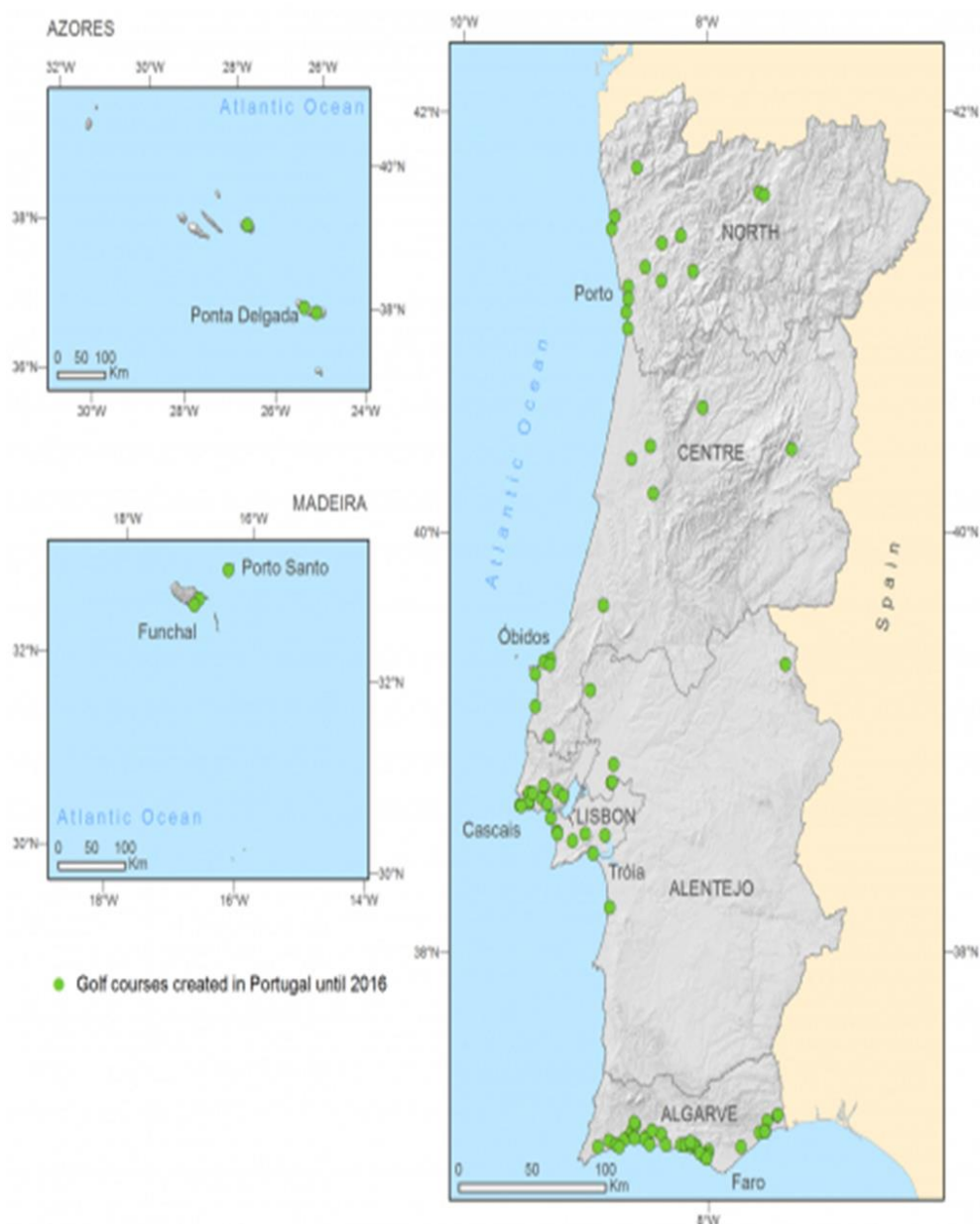
„Rast turizma u Portugalu pridonio je ekonomskom zamahu u posljednjem desetljeću više od bilo koje druge ekonomske aktivnosti. Pozitivni rezultati mnogih pokazatelja, kao što su doprinos BDP-u, izvozu i prihodima, pokazuju da je turizam bio poticaj ekonomiji koji je utjecao na sve regije u zemlji. Također, doprinos ovim rezultatima dale su i različite strategije koje je vlada kontinuirano definirala tijekom posljednja dva desetljeća.“ (Bailoa i Cravo, 2020)

„Portugal i Hrvatska su smješteni u dijelu svijeta s najvećom koncentracijom turista koji su usmjereni prema kulturnim znamenitostima. Portugal se nalazi na iberском poluotoku na jugozapadu kontinenta, a njegov teritorij uključuje i Madeiru te Azorske otoke. Na tom površinski gledano relativno malom području on sadrži čitavo bogatstvo različitih kulturnih i arhitektonskih spomenika, prirodnih ljepota, kulinarske tradicije, vinogradarske regije te posebno značajan obalni pojas.” (UNESCO, 2021)

„Svjetski ekonomski forum je Portugal svrstao među najpopularnije mediteranske turističke destinacije. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Portugala u 2020. je godini zemlju posjetilo 9,6 milijuna nerezidentnih turista. U daljnjim rezultatima iz 2021. godine dolazi do povećanja od 61% i ukupnog broja od 15,5 milijuna turista.” (Instituto Nacional de Estatística, 2022) “Iako je Portugal zemlja koju turisti posjećuju prvenstveno zbog sunca i mora, kao strateški proizvod ponudili su veliki broj golf terena i na taj način značajno produljili turističku sezonu, što je još uvijek gorući problem hrvatskog turizma. U zemlji postoji oko stotinu golf terena smještenih na atraktivnim lokacijama (Slika 2), a koncipirali su ih renomirani arhitekti,

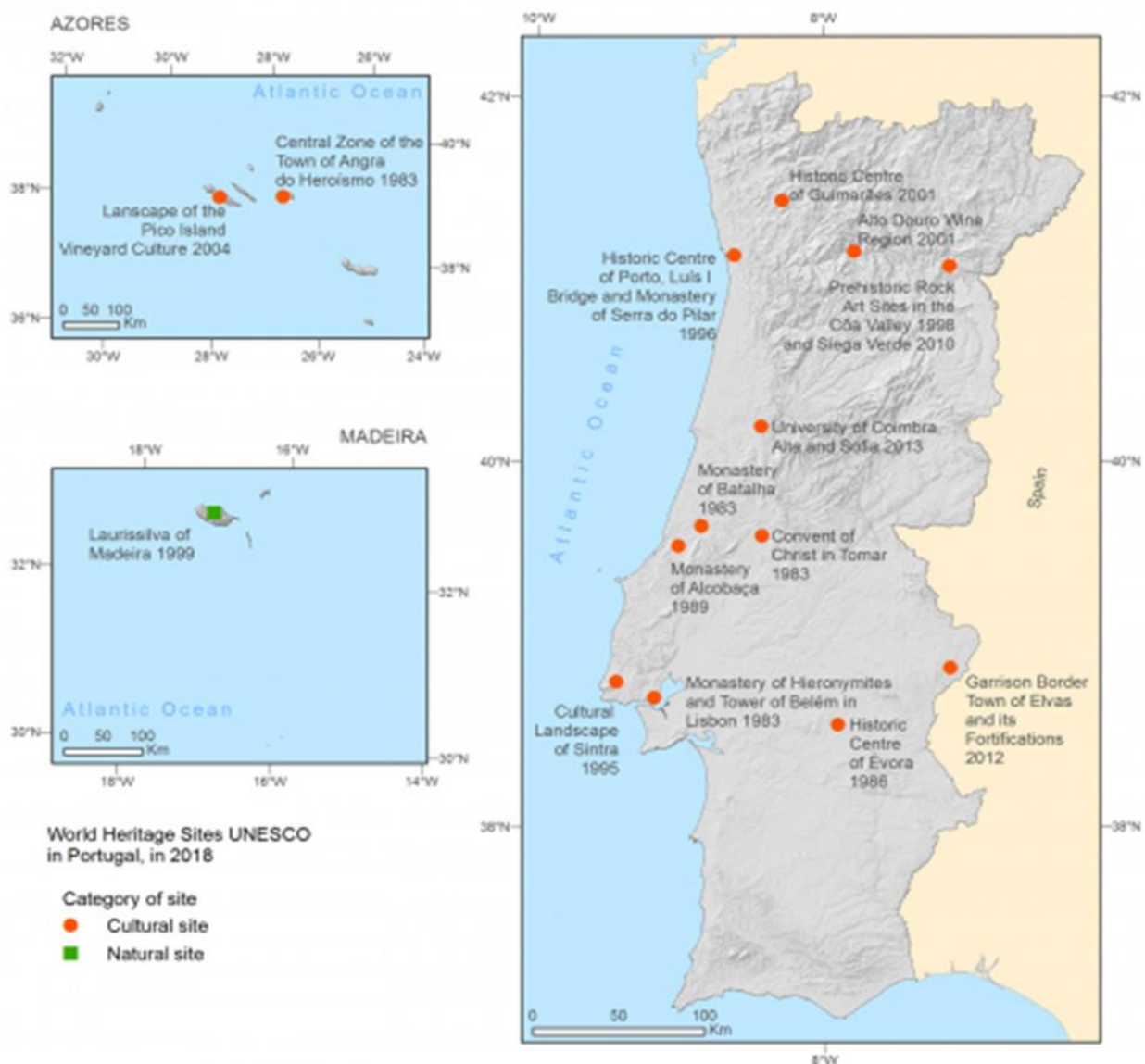
što je dodatno doprinijelo njihovoj atraktivnosti. Ujedno, oni nisu koncentrirani isključivo na obali, što rezultira disperzijom turista izvan najposjećenijih lokaliteta i destinacija.” (UNESCO, 2021)

„Uvrštavanje kulturnih znamenitosti na UNESCO-vu listu svjetske kulturne baštine svakako je doprinijelo većoj posjećenosti zemlje. Prvi lokalitet Portugala je upisan 1983. godine, a posljednji je Sveučilište u Coimbri upisano 2013. godine. Ujedno je na isti popis uvršten i velik broj elemenata nematerijalne baštine, između ostalog nadaleko poznato tradicionalno pjevanje *fado*, mediteranska prehrana te čitav niz rukotvorina tipičnih za regije ove zemlje.” (UNESCO, 2021)



Slika 2. Rasprostranjenost golf terena u Portugalu (Journal mediteraneo, 2018)

Razmatrajući raspoređenost lokaliteta u Portugalu koji su uvršteni na UNESCO-vu listu svjetske baštine primjetno je kako oni, za razliku od lokaliteta u Hrvatskoj, nisu koncentrirani na obali, već da ih je dobar dio smješten u unutrašnjosti zemlje (Slika 3), što u Hrvatskoj nije slučaj kada je riječ o kulturnoj baštini. „Veći dio istih bilježi veliku posjećenost, a napose je to izraženo kod Coimbre i Sintre, dok su, primjerice, Guimarães i Elvas jako slabo posjećeni.“ (UNESCO, 2021)



Slika 3. Položaj lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a u Portugalu (stanje 2018) (Journal mediteraneo, 2018)

„Kao što je prethodno spomenuto, UNESCO-va kulturna baština je u Hrvatskoj gotovo u potpunosti koncentrirana na obali, a to je prostor koji je najopterećeniji masovnošću turizma, dok neke destinacije tijekom vrhunca ljetne sezone doslovno „pucaju po šavovima“ u prvom redu infrastrukturno. Jednako kao i Portugal, Hrvatska je zemlja koju turisti prvenstveno posjećuju zbog mora i sunca, bilo da prakticiraju kupališni, bilo nautički turizam. Kupališni je turizam dominantan još od šezdesetih godina 20. stoljeća, a Nijemci i Austrijanci su tradicionalno najbrojniji turisti koji obalu posjećuju s ovim motivom provođenja godišnjeg odmora.” (UNESCO, 2021)

Gotovo pet tisuća kilometara hrvatske obale, ukoliko se uzme u obzir obala kopnenog dijela i otoka, stalni su izvor ruta za nautičare. Upravo je ovaj tip turizma doživio najveći procvat u razdoblju kada su zbog pandemije drugi oblici turizma doživjeli ogroman pad. Komparativna prednost Hrvatske u odnosu na druge mediteranske zemlje koje zapravo i predstavljaju glavnu konkurenciju jesu upravo brojni otoci, gotovo tisuću i sto njih.

Kao glavni problem turističke industrije u Hrvatskoj uvriježeno se ističu sezonalnost turizma, prevelika koncentracija posjetitelja na pojedinim lokacijama te nekvalificiran kadar, odnosno nedostatak kadra uopće u posljednje dvije godine. Portugal je problem sezonalnosti riješio ponudom sadržaja koji su neovisni o suncu i moru, odnosno izgradnjom velikog broja golf terena. U Hrvatskoj je došlo do određenog pomaka u posljednjih nekoliko godina, organiziranjem kulturnih i zabavnih događaja. U tom smislu moguće je navesti i primjere kulturno-zabavnih događaja koji se organiziraju usred zime, za što je najbolji primjer zagrebački Advent, koji je nekoliko godina bio proglašen najboljim Adventom u Europi. Uz to što se ne odvija u ljetnim mjesecima, on je ujedno strane turiste privukao u unutrašnjost zemlje i učinio da oni otkriju i drugu vrstu kulturne i arhitektonske baštine od one koju su upoznavali na obali. (<https://www.adventzagreb.hr/>)

„Problem nedovoljne kvalificiranosti i nedovoljnog broja potrebnog kadra s obzirom na broj posjetitelja moguće je objasniti činjenicom kako turizam u Hrvatskoj nije bio strateški razvijan, već se on kako se to često popularno voli reći, „dogodio“. Taj brzi porast broja turista koji su u velikim grupama nahrupili u pojedine destinacije, te istovremeni odljev radne snage u druge europske zemlje zbog boljih radnih uvjeta te viših primanja, rezultirao je potrebom za uvozom radne snage. U prvim godinama popularnosti turističke djelatnosti, radna snaga, prvenstveno zaposlenici na radnim mjestima konobara, kuhara, spremačica i vozača pristizali su sa sjevera zemlje. Nakon niza godina sezonskoga rada čak je uvedena i kategorija takozvanih „stalnih sezonaca“. (Čorak i Mikačić, 2006)

„Međutim, u međuvremenu se i ta radna snaga odselila u druge zemlje koje nude veći životni standard i bolju infrastrukturu tako da je uvoz radne snage bio neophodan. Relevantna su ministarstva prepoznala potrebu turističkog sektora te iz godine u godinu povećavaju kvote stalnih radnika kojima se dodjeljuju dozvole za privremeni rad u Republici Hrvatskoj. S druge strane, poslodavci traže pomoć zbog malih kvota koje ne odgovaraju stvarnim potrebama tržišta rada. U prvim razvojnim godinama turističke djelatnosti strana radna snaga pristizala iz Bosne i Hercegovine te Srbije, a potom iz Makedonije, Ukrajine i iz Nepala.” (Poljičak, 2014)

„Problem masovnosti do izražaja dolazi u čitavom nizu obalnih i otočkih destinacija. U nekima od njih smješteni su kulturni spomenici pod UNESCO-ovom zaštitom, dok su druga atraktivna zbog iznimnih plaža, smještajnih kapaciteta ili pak festivala i drugih oblika zabavnih događanja. Tradicionalno najveći broj noćenja ostvaruju destinacije u Istri među kojima prednjači Rovinj. Među prirodnim lokalitetima koji privlače najveći broj posjetitelja jesu nacionalni parkovi Plitvička jezera i Krka. Plitvička su jezera najstariji hrvatski nacionalni park, po mnogima najimpresivniji, a ujedno je i zaštićen kao prirodna baština od strane UNESCO-a. Upravo je to lokalitet kojem je UNESCO zaprijetio uklanjanjem s predmetne liste ukoliko se broj posjetitelja ne ograniči, budući da je veliki broj posjetitelja i pretjerana izgradnja smještajnih kapaciteta u neposrednoj blizini Parka doveli do prijetnji očuvanju ekosustava koji ovaj park čini jedinstvenim. Iako je pitanje limitiranja broja posjetitelja Parka posljednjih godina riješeno i dalje iznimno velik broj posjetitelja posjećuje Park u periodu od svibnja do rujna svake godine, dok su u kolovozu redovi za ukrcaj na brodove i dalje preveliki, što u velikoj mjeri kvari doživljaj jedne takve prirodne atrakcije. Uz Plitvice, dva su kulturna lokaliteta suočena s istim problemom. Radi se o starom gradu Dubrovniku te o centru grada Splita, odnosno o Dioklecijanovoj palači.” (Poljičak, 2014)

„Nesnosne gužve u Dubrovniku su prisutne unatrag petnaestak godina, što se u najvećoj mjeri može objasniti dvjema činjenicama. Prva je ta da u Dubrovnik pristaje veliki broj kruzera, što rezultira velikim brojem turista istovremeno u starome gradu unutar zidina. Na glavnome ulazu u stari grad, tj. na vratima od Pila koja su mjesto iskrcanja *shuttleova* i drugih turističkih autobusa, situacija je iznimno kaotična, dolazi do prometnih čepova, a velika koncentracija autobusa i turista koji se istovremeno ukrcavaju i iskrcavaju u iste može biti opasna i za same turiste. Stoga komunalni redari i policija nerijetko imaju pune ruke posla kako bi osigurali sigurnost posjetitelja.” (Poljičak, 2014)

„Logično je da tolika koncentracija ljudi na relativno malenom prostoru okruženom s 1940 metara zidina nipošto nije idealan ambijent za otkrivanje kulturne baštine i uživanje u istoj.

Povećanom broju posjetitelja doprinijela je i činjenica kako je Dubrovnik, uz otočić Lokrum te Arboretum Trsteno, bio korišten kao lokacija snimanja svjetski poznate serije *Igra prijestolja* tijekom nekoliko sezona. Ova HBO-ova serija je bila velika uspješnica s ogromnim brojem obožavatelja iz čitavoga svijeta, a napose SAD-a, te je logično da se kao posljedica javilo zanimanje obožavatelja za tematskim turama na kojima se posjećuju mikrolokacije vezane uz pojedine scene. To je pokrenulo čitav novi trend tematskih tura, a primjetno je već duže vrijeme kako u suvenirnicama dominiraju predmeti s logotipima ove poznate serije. Stoga se i struktura posjetitelja Dubrovnika poprilično izmijenila, od onih koji su grad dominantno posjećivali zbog kulturne baštine, zidina, izvanrednih baroknih palača i sakralnih objekata u one koji grad posjećuju motivirani posjećivanjem scenografija omiljene serije.” (Poljičak, 2014)

„Navedene promjene artikala u suvenirnicama rezultirale su svojevrsnom vulgarizacijom komercijalne ponude. Istovremeno, bankomati su izniknuli na svakome uglu, što dodatno narušava vizuru grada te „bode oči“ posjetiteljima motiviranim razgledavanjem arhitekture i urbanog naslijeđa grada. Toliki broj posjetitelja i svijest ugostitelja i iznajmljivača da se ne moraju boriti za svakog posjetitelja odrazila se i cjenovno na uslužne djelatnosti. Naime, Dubrovnik je prvi, a ujedno i najčešći grad koji se navodi u kontekstu ekstremnoga poskupljenja cijena u ugostiteljskim objektima i ostalim povezanim sektorima u usporedbi s realnim cijenama u rezidencijalnim dijelovima grada ili s drugim obalnim gradovima.” (Richards, 2011)

U Splitu također najveće gužve vladaju u danima kada kruzери pristižu u splitsku luku smještenu nadomak staroga grada, odnosno Dioklecijanove palače. Gužve ipak najviše dolaze do izražaja u vrijeme održavanja Ultra music festivala, festivala elektronske glazbe zbog kojeg mladi iz cijeloga svijeta dolaze u Split. U tim danima je svakodnevno funkcioniranje lokalnoga stanovništva naprosto blokirano, nemoguće je pronaći slobodnu sobu za najam, a cijene usluge taxi prijevoznika uvelike poskupljuju, jer svi nastoje u maksimalnoj mjeri profitirati od činjenice kako su se posjetitelji festivala došli provesti te neće toliko pozornosti pridavati cijenama.

Međutim, činjenica da se Festival odvija u neposrednoj blizini palače te da posjetitelji koji dolaze s motivom zabave na festivalu elektronske glazbe često konzumiraju alkohol i narkotike u neumjerenim količinama rezultira neprimjerenim oblicima ponašanja, gomilanjem otpada te posljedičnom devastacijom baštine koja je iz godine u godinu sve izraženija. Stoga ne čudi kako se struka ipak protivi održavanju Festivala u Splitu usprkos ogromnim priljevima koji se tih dana slijevaju u blagajne ugostitelja, trgovaca, iznajmljivača i prijevoznika. „Split je i inače grad koji i bez kruzera i Ultra music festivala ima velike probleme s nedostatnom tj.

neadekvatnom infrastrukturom s obzirom na brojna prijevozna sredstava i intenzivan promet u lukama.” (Richards, 2011)

„Svemu navedenom se mogu dodati i opći problemi kumulacije otpada, zagađenja plaža i mora zbog neadekvatnog kanalizacijskog sustava, problem bespravne i neplanske gradnje koji je najizraženiji na otoku Viru, kao i betonizacija obalnoga pojasa, koju je moguće smatrati neposrednom devastacijom prirodne baštine.” (Richards, 2011)

„Iako su sve analizirane destinacije s popisa svjetske kulturne baštine već desetljećima pod invazijom turista, ta masovnost najviše dolazi do izražaja u tkivima gradova gdje je masovni i kulturni masovni turizam doveo do značajnih mijena: demografskih, mijena u dinamici, kulturi življenja, te svakodnevnom odvijanju života. Ta je sudbina zadesila i Dubrovnik i Porto gdje je autohtono stanovništvo napustilo gradske jezgre zbog gužvi, buke, prometnih čepova koji su svakodnevno funkcioniranje doveli do ruba održivosti. S druge strane stambeni su prostori prenamijenjeni u objekte za kratkoročni turistički najam, te si lokalna populacija ne može priuštiti stanovanje u gradskim jezgrama čak i ako uspiju pronaći prostor za najam. Istovremeno, trgovačke radnje u gradskim jezgrama ne nude ono što je potrebno stanovništvu za svakodnevni život, a dolazi i do izmještanja administrativnih ureda izvan centara gradova.” (Richards, 2011)

6. Upravljanje zaštićenom kulturnom baštinom Hrvatske i Portugala

„Simpozij o kulturnom turizmu održan u Veneciji u travnju 1996. godine iznio je neke od gorućih problema Venecije kao turističke destinacije s bogatom kulturnom baštinom u to vrijeme koji nisu riješeni ni do danas. U međuvremenu, velik je broj destinacija doživio istu sudbinu, a među njima su i one koje se razmatraju u ovom radu – lokaliteti pod zaštitom UNESCO-a u Portugalu i Hrvatskoj. Kao gorući problemi za Veneciju čiju su sudbinu u velikoj mjeri doživjele i ove destinacije tom su prigodom navedeni sljedeći: „Prvi je paradoks da s porastom turizma Venecija sve više osiromašuje. Drugi je paradoks da, što više rastu kulturne potrebe Venecije, to je siromašnija njezina baština. Krivnju za to snose turoperatora koji ili nisu iz Venecije ili vlastitu dobit, zahvaljujući postignutome monopolu, ne ulažu ponovno u Veneciju. Dio tih profita, namijenjen kulturi, slijeva se izvan kulturnih ustanova. Treći je paradoks konzervacije: što se više restaurira, to više rastu zahtjevi za restauracijom. Četvrti je paradoks raspršena muzeja: brojne muzejske točke u gradu su sve manje vidljive i posjećene. Peti je paradoks sam Trg Sv. Marka, na koji dolaze milijuni posjetitelja godišnje, ali slabo koriste kulturne sadržaje na njemu.“ (Zorić 1996)

Među analiziranim lokalitetima Dubrovnik i Porto su najbliži Veneciji te postoji opravdan strah da će doživjeti istinski krah upravo zbog brojnosti posjetitelja i masovnosti turizma. Svaka destinacija ima svoje partikularnosti te im ne prijete identični loši ishodi, no uzrok je u svima jednak.

„Kao što gradovi nude uvijek iste, često vulgarizirane sadržaje, tako su i pokrajine poznate samo po jednom ili dva mjesta, dok neiscrpna kulturna bogatstva padaju u zaborav. Vulgarizacija arheologije, povijesti umjetnosti, književnosti i muzike zahuktalo napreduje pod imenom kulturnog turizma, a djelomice je plod političkih interesa i sukoba monopola turističkih profitera. Gradske uprave i kulturne ustanove pobiru mrvice s bogate turističke trpeze, trošeći vlastite potencijale. Mecenatstvo ih nerijetko koristi kao jeftinu reklamu za svoje ciljeve. Za muzeje je bitna mogućnost nametanja istinskih kulturnih vrijednosti u odnosima kulturnog tržišta i tržišne privrede. Porast kulturnog turizma upućuje na potrebu ljudskog bića za spoznajom kulturnog proizvoda, ali ga turistička profilerska mašinerija svodi na turističku vojsku bez samosvijesti. Dubrovnik i Porto su najugroženiji po pitanju posljedica masovnosti turizma, iščezavanja lokalne populacije koja jeste nositeljem one nematerijalne baštine, kao i svojstvenog životnog stila. Istovremeno se nestankom tradicionalnih trgovačkih obrta te

okretanjem ugostiteljske ponude potrebama masovnog turizma gradovi svode na industriju gdje baština pada u drugi plan te dolazi do njene vulgarizacije, komercijalizacije i degradacije unatoč naporima lokalnih uprava, turističkih zajednica i drugih tijela da baštinu konzerviraju.“ (Zorić, 1996).

6.1. Razvojni nedostaci kulturnog turizma u Hrvatskoj

„Do početka 2000.- ih kulturni turizam u nacionalnim okvirima nije bio prepoznat kao turistički proizvod. Tek se izradom nacionalne strategije razvoja kulturnog turizma popularizirala ideja o kulturnom turizmu kao samostalnom turističkom proizvodu za kojim postoji sve veći interes turističkog tržišta i čiji se razvoj koristi ne samo da bi se potaknuo turizam, već i cjelokupna ekonomska i društvena revitalizacija.” (Tomljenović, 2006)

„Osim brojnih prednosti za razvoj kulturnog turizma uočeno je i mnogo nedostataka s kojima se suočava Hrvatska. Neki od njih su:

- Nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika
- Nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu
- Centraliziranost i birokracija postupaka
- Nepostojanje prepoznatljivog kulturno - turističkog proizvoda
- Površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini
- Nedovoljna ili loše organizirana promidžba
- Nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma
- Nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno - turističkih inicijativa” (Tomljenović, 2015)

„Ministarstvo turizma Republike Hrvatske u suradnji sa Institutom za turizam je 2015. godine izradilo Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, kao nastavak planiranih aktivnosti na realizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine s ciljem uspostavljanja zajedničke razvojne platforme i usuglašavanja djelovanja glavnih dionika relevantnih za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj.” (Tomljenović, 2015)

„Akcijskim planom razvoja kulturnog turizma definirano je 5 strateških ciljeva razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj:

1. Razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim sadržajima za posjetitelje
2. Izraditi kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama za plasman na turističko tržište
3. Aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se postigla tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini i potaknula domaća potražnja
4. Stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva
5. Unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj proizvoda, poduzetništvo u turizmu i pružanje kvalitetne usluge.” (Tomljenović, 2015)

6.2. Problematika strateškog planiranja u kulturnom turizmu

„Turistička destinacija može se promatrati s više aspekata, kao složenog sustava, ali i kao turističkog tržišta i turističkog proizvoda odnosno skupa proizvoda koja zahtjeva cjeloviti pristup planiranja njenog razvoja pa je stoga potrebno uzeti u obzir i razvojne i marketinške čimbenike. Holistički se pristup stoga nameće u promišljanu i planiranju razvoja turističke destinacije. Takav cjeloviti pristup strateški orijentiranom planiranju uvažava ekonomska, fizičko-prostorna i ekološka načela održivog razvoja turističke destinacije.” (Petrić, 2011)

„Strategija i strateški principi u menadžment se uvode šezdesetih godina prošlog stoljeća posebice kod velikih multinacionalnih kompanija kad je prepoznata kao izvrstan alat za reagiranje na prijetnje iz okoline.” (Božić, 2011)

„Strateški menadžment kao složeni pojam može se odnositi na:

- grupu ljudi koji upravljaju određenom organizacijom te su odgovorni za izbor
- određivanje, provedbu i kontrolu strateških odluka
- menadžerski proces
- znanstvenu disciplinu.” (Božić, 2011)

„Strateško planiranje predstavlja ključnu pretpostavku uspješnog upravljanja određenom organizacijom. Cilj strateškog menadžmenta odnosno strateškog planiranja je uspješno upravljanje razvojem organizacije u budućnosti prilagođavanjem brzim promjenama na tržištu. Strateškim planiranjem utvrđuju se misija i vizija kao željene slike organizacije u budućnosti a koje su osnova za utvrđivanje strateških ciljeva, prioriteta i strategija, aktivnosti i taktika za njihovo ostvarenje.” (Božić, 2011)

6.3. Problemi i izazovi razvoja kulturnog turizma

„Kulturni turizam može doprinositi zaštiti kulturnih tradicija kao i obogaćivanju kvalitete života u urbanim i ruralnim prostorima. Prihodi se od turizma često koriste za zaštitu i obnavljanje kulturnog nasljeđa te kao podrška lokalnoj tradicionalnoj kulturi koja bi u mnogim manjim mjestima bez turizma vjerojatno nestala. Procjenjuje se da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži komponentu kulture. Kulturno – turistički proizvod izrazito je heterogen i uključuje raznolike aktivnosti pa je teško govoriti o jedinstvenom proizvodu i jedinstvenom profilu kulturnog turista. Generalno se smatra da kulturni turizam obuhvaća putovanja pretežno 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 aktivnosti u destinaciji. Atrakcije su od iznimne važnosti za kulturni turizam. Same destinacije postaju popularne zbog skupljanja atrakcija na određenom mjestu.” (Đukić-Dojčinović, 2005)

Na primjeru komparativne analize Istarske i Dubrovačko-neretvanske županije u radu autorice Krajnović i suradnica (2020) vidi se kako ne postoje značajni problemi oko održavanja kulturne baštine i osvještavanja turista koji dolaze na navedene lokacije. Potrebna su dodatna ulaganja u osvještavanje ljudi o važnosti zaštite kulturne baštine. Kod analize Dubrovačko- neretvanske županije naglašena je i depopulacija stanovništva starih gradskih jezgri.

6.3.1. Problematika gubitka autentičnosti života gradske jezgre

Kako ističe autor Poljičak (2013), „uz demografske promjene došlo je i do brojnih promjena u urbanome tkivu grada, prvenstveno u vidu otvaranja brojnih ugostiteljskih objekata i trgovačkih radnji koji nisu namijenjeni lokalnom stanovništvu i njihovom svakodnevnom funkcioniranju, već su usmjereni na turiste i njihove potrebe.” „Ujedno, zbog pretvaranja rezidencijalnih kuća

i stanova u objekte za najam dolazi do povećanog broja klima uređaja, reklamnih natpisa ili štandova koji nagrđuju fasade višestoljetnih građevina, a to posebno dolazi do izražaja na malim površinama kao što je to jezgra grada Trogira.“ „I dok dio nekadašnjih funkcija odumire, povijesna urbane jezgre dobile su novo obilježje – postala su turistička središta i upravo je taj utjecaj turističke djelatnosti bitan sociologijski aspekt u razmatranju revitalizacije povijesnih gradskih središta. Razvitak kulturnog turizma i autentična kulturna baština na području gradova na hrvatskoj obali međusobno su povezani. Međutim, suvremeni način života u jezgrama gubi neke autentične crte svakodnevnog života, kojim se gotovo donedavno živjelo. Gubitak osjećaja životnosti i autentičnosti, premda je teško mjerljiv i subjektivan, spominjan kao propadanje i odumiranja učestalo se koristi.“ (Poljičak, 2013)

„Izmjene u urbanim središtima turističkih gradova očituju se ponegdje u vidu praznih i zatvorenih radnji, što ponajviše dolazi do izražaja u gradovima kao što su Šibenik i Zadar. U isto vrijeme dolazi do izmjena vizura gradskih središta, što je u posljednjem desetljeću bio slučaj s uređenjem Zapadne rive u Splitu ili slučaj izgradnje modernih instalacija u gradu Zadru. Naime, instalacije koje su trebale uljepšati i obogatiti zadarsku rivu, Morske orgulje i Pozdrav suncu koje je koncipirao zadarski arhitekt Nikola Bašić postale su glavnom turističkom atrakcijom koja je preuzela primat nad antičkim forumom ili pak venecijanskim bedemima.” (Poljičak, 2013)

„Od kraja Domovinskog rata, tijekom kojega je zbog ratne agresije na Hrvatsku bio onemogućen, kulturni turizam doživljava procvat. Tijekom turističke sezone uočavaju se rijeke turista u starim gradskim jezgrama, bilo da su u velikim skupinama predvođeni turističkim vodičima ili da samostalno obilaze poznate kulturne znamenitosti. Istodobno povećava se broj restorana, sve više se povećava broj apartmana koji se otvaraju, nakon obnove nekadašnjih stanova u jezgrama, kao što se povećava broj suvenirnica i svega onoga što je u izravnoj ili neizravnoj vezi s kulturnim turizmom.“ (Poljičak, 2013)

6.3.2. Problem održivog razvoja kulturnog turizma

„Kulturni turizam u Republici Hrvatskoj, a posebice na lokalitetima pod zaštitom UNESCO-a, gotovo u pravilu posjetitelji dolaze u organiziranim putovanjima iz niza zemalja i kontinenata na tjednim putovanjima i upoznaju najznačajnija mjesta od izuzetne kulturne vrijednosti. Stoga je u pandemijskim turističkim sezonama 2020. te 2021. upravo broj grupnih gostiju osjetno pao

te se taj oblik putovanja ponovno počeo realizirati u značajnoj mjeri u turističkoj sezoni 2022.” (Poljičak, 2013)

„Međutim, vidno je osjetan nedostatak gostiju iz azijskih zemalja, u prvom redu Kine i Južne Koreje. Specifičnost „kulturne“ vrste putovanja je ta da se radi o gostima koji kupuju paket aranžmane od turoperatora, a oni uključuju prijevoz, smještaj, puni ili polupansion, usluge pratitelja na tjednoj ili višednevnoj turi, ulaznice u muzeje, galerije i sakralne objekte i dr. Stoga je moguće reći kako se radi i o gostima koji dnevno troše više od turista koji Hrvatsku posjećuju zbog kupališnog turizma. Iako se u golemoj većini putovanja iz kulturnih pobuda realiziraju u individualnim aranžmanima, na tržištu danas djeluju brojni specijalizirani turoperatora i putničke agencije nudeći vrlo raznolike kulturne interese, obilaske povijesnih gradova, ali i "kulturnih pogleda" izvan njih. Nепrestano se, prema tome, oblikuju novi "proizvodi kulturnog turizma" i to na velikom i nimalo homogenom tržištu.“ (Poljičak, 2013)

„Kultura se vrlo često kombinira s drugim motivima, no ipak se rijetko posve izostavlja. Bilo da je riječ o "kulturnim znalcima" ili onima to je "konzumiraju" na brzu ruku ili u "instant paketima", svi oni traže odgovarajuću ponudu koja, barem što se tiče Europe, ne nedostaje.” „Razvila se naime velika konkurencija u tzv. *heritage industry* u sklopu turizma, iako je turizam tek jedan od korisnika kulture. Stoga su vrlo urgentni zadaci utvrđivanja nosivih kapaciteta (*carrying capacity*) pojedinih spomenika i njihovih kompleksa te planiranje turističkog razvoja destinacije sukladno fizičkim i sociološkim mogućnostima i ograničenjima tih resursa. Takav pristup već je godinama široko prihvaćen u svim razvijenijim zemljama, dakako i u Europskoj uniji, gdje se stalno usavršavaju metode utvrđivanja veza kulture i turizma te podržava kontinuirani dijalog među njima.“ (Hitrec, 1995)

„Dok se kupališni turizam, jednako kao i nautički, u prvom redu odvijaju tijekom ljetnih mjeseci, odnosno u periodu od lipnja do kraja kolovoza, sezona kulturnog turizma započinje nešto ranije i završava nešto kasnije.“ „Potrebno je istaknuti kako kulturni turizam izravno utječe na karakter sezonskog načina života. Tijekom sezone, nekoliko ljetnih mjeseci, posljednjih godina velika je živost u jezgrama tijekom cijelog dana, poglavito u večernjim satima. Svi štekati su puni, a uz značajne kulturno-povijesne znamenitosti u svako doba dana možete naići na turiste. Međutim, tijekom zime, kada nema turista, kada u jezgri živi samo lokalno stanovništvo, snažan je dojam opustjelosti i odumiranja, što predstavlja drugu stranu medalje živosti, dojmu koji se povezuje uz kulturni turizam.“ (Poljičak, 2013) „Unatoč ranijem početku turističke sezone za „kulturne turiste“ i kasnijem završetku, ipak i ovaj oblik turizma ostaje sezonski, iako ne ovisi o vremenskim prilikama. Stoga bi turističke zajednice u suradnji

s ostalim lokalnim i regionalnim dionicima u turizmu trebale uložiti dodatne napore kako bi se kroz obogaćivanje ponude u vidu kulturnih događanja i manifestacija turistička sezona produžila te kako bi se postojeća infrastruktura iskoristila i u drugim mjesecima.”

6.3.3. Raznovrsnost ponude kulturnih destinacija

„U turističkim destinacijama mora i sunca kulturni resursi pridonose kvaliteti cjelokupne ponude, nude duhovno blagostanje i trajno sjećanje na određenu destinaciju. Posjećivanje muzeja, odlazak na kazališne predstave ili folklorne priredbe upotpunjuju doživljaj turista i omogućuju stvaranje potpunije slike o određenoj zemlji, regiji ili mjestu. Kultura je osnova turističkom proizvodu mnogih zemalja i glavni razlog zašto ih turisti posjećuju. Želja za upoznavanjem drugih kultura bila je motiv putovanjima još od grčkih i rimskih vremena. Kulturni turizam sastoji se od mnogo elemenata koji čine turističko tržište i uključuje:

- posjet povijesnim atrakcijama i destinacijama i prisustvovanje tradicionalnim festivalima,
- putovanje motivirano željom za kušanjem nacionalne, regionalne i lokalne hrane i pića,
- praćenje tradicionalnih sportskih događaja i sudjelovanje u lokalnim aktivnostima na odmoru,
- posjet farmama, tvornicama, obrtničkim radionicama i sl.“ (Vrtiprah, 2006)

7. Perspektiva razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj i Portugalu

Kako Vrtiprah (2006) ističe, „kulturni turizam oblik je turizma koji u prvi plan stavlja otkrivanje materijalne i nematerijalne baštine destinacije koja se posjećuje. Otkrivanje kulturnih dobara može biti prvenstveni motiv i isključivi oblik turizma kojeg će na svojem putovanju turisti prakticirati, ali isto tako može biti sporednim ili popratnim motivom i oblikom putovanja. Zanimanje za kulturnu baštinu posljedično doprinosi njenoj konzervaciji, bilo da se radi o kulturnim spomenicima kada lokalna ili državna uprava i tijela zadužena za očuvanje ovakve vrste baštine ulažu napore u održavanje objekata za koje vlada veliki interes turista. Kod nematerijalne baštine to zanimanje turista neminovno doprinosi održavanju i češćoj reprezentaciji nematerijalne baštine u obliku kulturnih i folklornih manifestacija, tradicija i sl.” (Vrtiprah, 2006)

Elementi ponude koji često odlučujuće utječu na izbor destinacije putovanja jesu i kulturne atrakcije. One su bitan motiv za putovanje i često se njime koristi u promociji i kreiranju prestiža destinacije na tržištu. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Danas se u svijetu sve se veće značenje daje kulturnim i ekološkim sadržajima u turističkoj ponudi, regionalne razlike postaju sve važnije. Područja interesa prilično su različita i uključuju: kulturno-povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulturne događaje i sl. Samo posjetom turističke destinacije u njezinu prirodnom okruženju mogu se vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folklor, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima, povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom. Originalnost, raznovrsnost i obilje takvih kulturnih resursa određuje razinu kvalitete turističkih atrakcija, što povećava vrijednost sveukupne turističke ponude svake destinacije i zemlje. Upravo iz navedenih primjera kulturno - turističke ponude Portugala i Hrvatske vide se navedene značajke.

Međutim, u trenutku kada kulturni turizam zadobije dimenzije masovnosti i kada dođe do pojave gužvi koje ometaju kulturni doživljaj lokaliteta ili spomenika onda nastupaju problemi održivosti i konzervacije iste te baštine. Dakle, moguće je reći kako razvoj masovnog kulturnog turizma doprinosi očuvanju materijalne baštine, ali istovremeno pospješuje i njenu devastaciju, propadanje te vulgarizaciju. Nematerijalna baština je tu u povoljnijem položaju.

„Mediterranske zemlje te ostale zemlje s bogatom maritimnom tradicijom često obiluju bogatstvom kulturne baštine u vidu arhitektonskih spomenika i spomenika kulture, koji su nastali u vrijeme kada su ti gradovi bili važnim trgovačkim centrima. Municipalne i sakralne građevine koje su nastale u vrijeme prosperiteta danas predstavljaju spomenike univerzalne vrijednosti i značenja. Stoga ne iznenađuje velika koncentracija lokaliteta na UNESCO-voj listi kulturne baštine smještenih u Portugalu i u Republici Hrvatskoj.” (Vrtiprah, 2006)

„Ne iznenađuje kako upravo ti spomenici ili lokaliteti pobuđuju veliki interes kulturnih turista zbog svojeg svjetskog značaja i jedinstvenosti. Primjerice, turisti s azijskog kontinenta koji posjećuju niz europskih zemalja unutar dva tjedna, na svojim putovanjima posjećuju gotovo isključivo lokalitete pod zaštitom UNESCO-a, odnosno ta je zaštita primarni kriterij odabira ruta.” (Vrtiprah, 2006)

„Nadalje, ta prestižna klasifikacija ne prolazi bez posljedica i rijetka su mjesta koja nisu doživjela invaziju mnoštva turista koji ih posjećuju pristižući automobilima u privatnom aranžmanu. Očekivano je da će velika koncentracija ljudi na maloj površini kumulirati velike količine otpada, neposredno kroz sve usluge koje konzumiraju. Istovremeno, lokaliteti koji su naseljeni i koji su donedavno sačinjavali žilu kucavicu grada postaju veliki muzeji s mnoštvom ugostiteljskih i zabavnih sadržaja te trgovačkih radnji usmjerenih isključivo na grupe turista.” (Vrtiprah, 2006)

Život lokalnog stanovništva u takvom ambijentu postaje teško održiv, pa čak i nepodnošljiv, a kao posljedica se javlja iseljavanje iz gradskih jezgri, prodaja nekretnina koje su godinama vlasništvo istih obitelji, dok novi vlasnici nekretnina u istima najčešće borave povremeno čime iščezava autohtona dinamika i stil života stanovnika u jezgrama. To je do najvećeg izražaja došlo upravo u starom gradu Dubrovniku, dok se Split još uvijek odupire istom trendu.

„Međutim, prostor unutar Dioklecijanove palače iznimno je komercijaliziran, pa čak i vulgariziran zbog pretjerane koncentracije ugostiteljskih objekata, izletničkih štandova, bankomata i bliješćućih reklama koji nagrđuju vizuru grada. Istovremeno, klubovi i barovi smješteni unutar Palače tijekom ljetne sezone prostori su koji koncentriraju posjetitelje željne zabave uz sve popratne nepoželjne i neprilične moduse ponašanja. (...) Sve je to neposredna cijena koju grad plaća zbog činjenice da je postao poželjna turistička destinacija, u prvom redu zahvaljujući svojem povijesnom značaju i spomeničkoj baštini, a potom zbog razvoja popratnih turističkih sadržaja.” (Đukić-Dojčinović, 2005)

“Analiza aktualnog stanja kulturnog turizma pokazala je kako kvalitetan i stručan ljudski kadar ima veliku važnost za svaku djelatnost, osobito kada je u pitanju sektor turizma i kulture. Za razvoj kvalitetnog ljudskog potencijala na području kulturnog turizma potrebno je razviti sustav obrazovanja u kojem bi jedna i druga strana stekle kompetencije i vještine potrebne za razvoj kulturnog turizma u destinaciji. Obrazovan kadar prenosi turistima sve potrebne informacije na kvalitetan i stručan način. Veliki broj turista zainteresiranih za kulturni turizam donosi sa sobom i određene probleme, uz zagađenje s obzirom na veliki broj ljudi na kulturnim lokalitetima tu je i narušavanje kulturnih dobara u smislu njihovog masovnog iskorištavanja.” (Krajinović, Vrdoljak Raguž i Gortan-Carin, 2020)

Nadalje u radu autorice Krajinović i suradnica (2020) ističe se kako je, kada je riječ o baštini pod zaštitom UNESCO-a, potrebno daljnje strateško planiranje i njeno kvalitetno održavanje. Potrebno je postaviti konkretne ciljeve i planove daljnjeg razvoja i valorizacije kulturne baštine u turističke svrhe. Potrebno je izraditi i dodatnu dokumentaciju u svrhu zaštite kulturne baštine i daljnjeg planiranja razvoja kulturnog turizma. Rezultati istraživanja pokazali su korist od usmjerenja razvoja turizma i na njegove ostale selektivne oblike poput ruralnog ili sportskog turizma.

Zaključno se može reći kako je kulturna baština „dvosjekli mač“ po pitanju kvalitete života stanovništva. S jedne strane veći broj posjetitelja rezultira većim prihodima od turizma, no s druge strane za sobom privlači i sve one nepoželjne i loše posljedice masovnosti turizma.

8. Zaključak

Zaključno je moguće konstatirati kako kulturni turizam jeste jedan od bitnih motiva konzervacije materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Ukoliko zanimanje za nju ne bi postojalo, izuzev uskog kruga povjesničara umjetnosti i arheologa te konzervatora, ona bi vrlo vjerojatno bila prepuštena zaboravu i propadanju. Zanimanje turista za kulturno naslijeđe svoje zemlje i kulturnog kruga ili pak druge zemlje i drugog kulturnog kruga jedan je od glavnih motivatora putovanja, što je izraženo i kroz postotak kulturnih turista koji otkrivanje kulturne baštine navode kao glavni motiv svojih putovanja.

Međutim, kulturni turizam je s vremenom zadobio tolike dimenzije da je prešao u kategoriju masovnoga turizma, te je koncentracija posjetitelja na zaštićenim lokalitetima i spomeničkoj baštini UNESCO-a na nekim mjestima postala gotovo neizdrživa, kako po infrastrukturu tako i na lokalnu populaciju, te u konačnici predstavlja neposredan problem za samu baštinu, odnosno lokalitet koji se posjećuje. Venecija se dugi niz godina ističe kao najugroženija kulturna destinacija, međutim dvije u ovom radu razmatrane destinacije, odnosno lokaliteti nisu daleko od istog ishoda. Radi se o starom gradu Dubrovniku i o gradskoj jezgri Porta.

Svakodnevnica Dubrovnika, Poreča i ostalih popularnih turističkih lokacija u Hrvatskoj je pod invazijom brojnih turista za lokalno stanovništvo postala nepodnošljiva, a istovremeno su iz gradskih jezgri nestale sve one trgovačke radnje i javne institucije koje su neophodne za uobičajeni tijek odvijanja života. To je rezultiralo time da je stanovništvo prodalo nekretnine po jako visokim cijenama te se preselilo u druge rezidencijalne dijelove grada, a iste su nekretnine pokupovali uglavnom stranci visoke platežne moći koji se u njih nisu uglavnom trajno naselili već tu privremeno borave ili ih iznajmljuju.

Gorući problem u Dubrovniku, kao i u Splitu jeste velik broj kruzera koji se zaustavljaju u ovim lukama. Osim značajnog zagađenja, koji se navodi u studijama kao osnovni problem, ističe se i problem „nepoželjnosti“ istih gostiju iz razloga što oni na svojim proputovanjima troše jako malo, budući da na kruzera postoje drugi sadržaji. U nedostatku vremena, posjetitelji u gradovima provode tek kratko vrijeme koje posvećuju kulturnim razgledavanjima znamenitosti, starih gradskih jezgri ili na poludnevnim izletima i stoga ugostitelji i trgovci puno ne profitiraju od ovih turista. Oni dionici turističke industrije koji ipak uspijevaju ostvariti dobit od njih su autobusni prijevoznici i taksisti, lokalne turističke agencije koje organiziraju ture i izlete, te vodiči.

Istovremeno, masovnost narušava u velikoj mjeri i sam doživljaj grada iz razloga što uslijed tolikih gužvi u mjesecima vrhunca turističke sezone ne mogu neometano razgledavati znamenitosti niti se kretati unutar muzejskih prostora, ali niti javnim površinama, što narušava ukupan doživljaj grada.

Kao jedino logično rješenje nameće se limitiranje maksimalnog broja dnevnih posjetitelja koji ulaze u gradske jezgre, za čim je već postojala inicijativa u Dubrovniku, no to se pokazalo teško ostvarivim iz razloga što se radi o javnim površinama. Stoga se kao potencijalno rješenje nameće disperzija posjetitelja, odnosno jača marketinška promidžba manje poznatih kulturnih destinacija te posljedično rasterećenje onih najposjećenijih.

Strateški pristup planiranju omogućava relativno brzo prilagođavanje novim trendovima i promjenama koje nastaju u makro i mikro okruženju, a koje utječu na razvoj turističke destinacije. Proces strateškog planiranja omogućava identifikaciju ključnih čimbenika koji destinaciju čine atraktivnom za posjetitelja te sagledavanje i pronalaženje načina izbjegavanja i minimiziranja izazova i prijetnji te uspješnog iskorištavanja prilika kako bi se resursi alocirali na najučinkovitiji način. Strateškim se planiranjem formuliraju vizija i misija destinacije, definiraju strateški ciljevi te razvijaju programi i ključne aktivnosti za njihovo ostvarenje.

Literatura

Znanstveni i stručni radovi

1. Bailoa, S. i Cravo, P. (2020). Strateško planiranje turizma u Portugalu: Izazovi u razvoju nacionalnog turizma. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 8 (1), 353-374. Dostupno na: <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.23>, (pristupljeno 26.09.2022)
2. Ban, I. i Vrtiprah, V. (2003). Kultura i turizam u Dubrovniku. *Tourism and hospitality management*, 9 (1). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/267521>, (pristupljeno 26.09.2022)
3. Baran, V., Grabovac, V. i Puljić, A. (2007). Zaštita prirodne i kulturne baštine s posebnim naglaskom na Eufrazijevu baziliku. *Metodički obzori*, 2(2007)2 (4), 93-108. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/19444>, (pristupljeno 26.09.2022.)
4. Božić, N., Dumbović Bilušić, B. (2011) Međunarodni znanstveno-stručni skup Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova. *Hrvatska sekcija ECOVAST-a, Zagreb*. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/543825>, (pristupljeno 15.10.2022.)
4. Fox, R. (1997). K prepoznatljivom kulturnom identitetu hrvatskog turizma. *Tourism and hospitality management*, 3 (1). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/268898>, (pristupljeno 26.09.2022.)
5. Carek, R. (2010). Croatian Commission for UNESCO (Zagreb, Croatia). *Jahr*, 1 (1), 161-162. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/58795>, (pristupljeno 26.09.2022.)
6. Gonan Božac, M. (2008). Swot analiza i Tows matrica – sličnosti i razlike, *Ekonomska istraživanja*, 21 (1), 19-34. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/21453>, (pristupljeno 26.09.2022.)
7. Hitrec, T. (1995). Kultura - oslonac turističke politike Europske unije, *Tourism and hospitality management*, 1 (2), 325-335. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/182622>, (pristupljeno 26.09.2022.)
8. Klarić, V. (2005). Put prema održivome kulturnom turizmu Hrvatske. *Informatica museologica*, 36 (3-4), 35-38. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/206010>, (pristupljeno 26.09.2022.)

9. Krajnović, A., Vrdoljak Raguž, I. i Gortan-Carlin, I. (2020.) Strategic management and demarketing in UNESCO WHSs: a comparative analysis of two Croatian tourist destinations. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 48, 113–128. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/1068333>, (pristupljeno 26.09.2022.)
10. Krajnović, A., Vrdoljak Raguž, I. i Gortan-Carlin (2020.) Upravljanje promocijom zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara – analiza slučaja: Istarska i Dubrovačko-neretvanska županija, *Konferencija RiM*, 101-120. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/1078226>, (pristupljeno 26.09.2022.)
10. Kusić, A. i Šimundža, D. (1981). Uloga i značaj UNESCO-a u svijetu. *Crkva u svijetu*, 16 (1), 40-53. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/89997>, (pristupljeno 26.09.2022.)
11. Nadilo, B. (2011) Preostali suvremeni izbori svjetskih čuda, *Građevinar*, 63, (8), 775 – 791. Dostupno na: <http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-63-2011-04-06.pdf>, (pristupljeno 15.10.2022.)
12. Nikočević, L., Gavrilović, Lj., Hrovatin, M., Jelinčić, D.A., Kale, J., Ratković, D.L., ... Zebec, T. (2012). Kultura ili baština? Problem nematerijalnosti. *Etnološka tribina*, 42 (35), 7-56. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/93768>, (pristupljeno 15.10.2022.)
13. Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno naslijeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (16-17), 211-226. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/8702>, (pristupljeno 15.10.2022.)
14. Pechlaner, H. i Jäger, B. (1999). Kulturni turizam kao konkurentni čimbenik u mediteranskom turizmu - Komparativna studija japanskog i njemačkog izvornog tržišta za talijansku kulturnu baštinu. *Tourism and hospitality management*, 5 (1-2), 229-242. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/182000>, (pristupljeno 15.10.2022.)
15. Poljičak, I. (2014). Utjecaj suvremenog kulturnog turizma na promjene načina života u starim gradskim jezgrama na hrvatskoj obali. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, (1-2), 83-89. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/124905>, (pristupljeno 15.10.2022.)
16. Severo, M., (2013). La Liste du patrimoine mondial: une approche par le système d'information. *Culture & Musées*, 22, 47-70. Dostupno na: https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2013_num_22_1_1751, (pristupljeno 15.10.2022.)

17. Vrdoljak Raguž, I. & Krajnović, A. (2020.) Demarketing as a strategic tool for sustainable development of tourism – the case of the city of Dubrovnik. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 48, 113–128. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/342721666_Strategic_management_and_demarketing_in_UNESCO_WHSs_a_comparative_analysis_of_two_Croatian_tourist_destinations, (pristupljeno 15.10.2022.)
19. Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. *Ekonomika misao i praksa*, 15 (2), 279-296. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/10683>, (pristupljeno 15.10.2022.)
20. Zorčić, H. (1996). SIME, Convegno turismo culturale, Venezia, 20. - 25. travnja 1996. *Informatica museologica*, 27 (1-2), 95-96. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/212890>, (pristupljeno 15.10.2022.)

Knjige

1. Antolović, J. (2013) *Međunarodni ugovori o zaštiti kulturne baštine*. Zagreb: Hadrian d.o.o.
2. Čorak, S., Mikačić, V. (2006) *Hrvatski turizam – plavo, bijelo zeleno, Kulturni turizam*. Zagreb: Institut za turizam
3. Đukić-Dojčinović, V. (2005) *Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije*. Zagreb: Clio
4. Fulanović, B. (1990) *Svjetska kulturna i prirodna baština*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske
5. Petrić, L. (2003) *Osnove turizma*. Split: Ekonomski fakultet Split
6. Richards, G. (2011.) *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Binghamton: Routledge
7. Tomljenović, R. (2006.), *Kulturni turizam*. Zagreb: Institut za turizam

Ostali izvori

1. Advent Zagreb 2022., dostupno na: <https://www.adventzagreb.hr/> (pristupljeno: 30.10.2022.)

2. Državni zavod za statistiku Portugala, dostupno na: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main, (pristupljeno 22.10.2022.)
3. Europska komisija, dostupno na: https://ec.europa.eu/info/index_hr, (pristupljeno 22.10.2022.)
4. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., dostupno na: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=16446#poglavlje65870>, (pristupljeno 22.10.2022.)
5. Journal Mediteraneo, dostupno na: <https://journals.openedition.org/mediterranee/10402>, (pristupljeno 14.08.2022.)
6. Ministarstvo kulture RH, dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise/16448>, (pristupljeno 27.09.2022.)
7. Strategija razvoja kulturnog turizma (2003), dostupno na: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf>, (pristupljeno 26.09.2022.)
8. Tomljenović, R. & Boranić Živoder, S., (2015.), *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma*, Zagreb: Institut za turizam. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, (pristupljeno 15.10.2022.)
9. Tourism Strategy 2027 - Turismo de Portugal, dostupno na: http://www.turismodeportugal.pt/en/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Pages/default.aspx, (pristupljeno 15.10.2022.)
10. UNESCO, dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/>, (pristupljeno 26.09.2022.)
11. Vlada RH, dostupno na: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf>, (pristupljeno 27.09.2022.)
12. World Trade Organization, dostupno na: <https://www.wto.org/>, (pristupljeno 15.10.2022.)
13. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnog dobra (NN 69/99), dostupno na: <https://www.nn.hr/> (pristupljeno: 26.09.2022.)

Popis tablica i slika

Popis tablica

Tablica 1. Broj dobara kulturne i prirodne baštine upisanih na UNESCO-vu listu svjetske baštine u odabranim zemljama potpisnicama Konvencije	16-17
Tablica 2. broj SWOT analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj.....	35-37
Tablica 3. broj SWOT analiza kulturnog turizma Portugala.....	38-39
Tablica 4. broj TOWS analiza kulturnog turizma Hrvatske.....	41-42
Tablica 5. broj TOWS analiza kulturnog turizma Portugala.....	42-43
Tablica 6. broj SOAR analiza kulturnog turizma Hrvatske.....	43-44

Popis slika

Slika 1. Broj jedinica svjetske baštine prema regijama.....	16
Slika 2. Rasprostranjenost golf terena u Portugalu (Journal mediteraneo, 2018).....	46
Slika 3. Položaj lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a u Portugalu (stanje 2018) (Journal mediteraneo, 2018).....	47