

Razvoj ponude kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine

Romac, Marko

Master's thesis / Diplomski rad

2025

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:162:522618>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-09**



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 turizam i komunikacijske znanosti

Sveučilišni diplomski studij

Poduzetništvo u kulturi i turizmu



Marko Romac

**Razvoj ponude kulturnog turizma na području
grada Sinja i Cetinske krajine**

Diplomski rad

Zadar, 2025.

Sveučilište u Zadru
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilišni diplomski studij
Poduzetništvo u kulturi i turizmu

Razvoj ponude kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine

Diplomski rad

Student/ica:

Marko Romac

Mentor/ica:

prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Zadar, 2025.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Marko Romac**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Razvoj ponude kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine** 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, 5. veljače 2025.

SADRŽAJ

1. UVOD	4
1.1 Predmet istraživanja	4
1.2 Ciljevi istraživanja	6
1.3 Istraživačka pitanja	6
1.4 Korištene znanstvene metode	6
1.5 Struktura rada	7
2. OBILJEŽJA KULTURNOG TURIZMA I PRIMJERI DOBRE PRAKSE RAZVOJA PONUDE KULTURNOG TURIZMA	7
2.1 Definicija pojma kulturnog turizma	8
2.2 Obilježja turističke ponude kulturnog turizma	11
2.3 Obilježja turističke potražnje kulturnog turizma	13
2.4 Benchmark analiza destinacija s razvijenom ponudom kulturnog turizma	15
3. ATRAKCIJSKA I RESURSNA OSNOVA CETINSKE KRAJINE ZA RAVOJ KULTURNOG TURIZMA	23
3.1 Pregled resursne osnove	23
3.2 Pregled atrakcijske osnove	25
3.3 Subjekti ponude kulturnog turizma Cetinske krajine	28
3.3.1 Sinjska Alka	29
3.3.2 Muzeji u Cetinskoj krajini	34
3.3.3. Kule Cetinske krajine	42
3.4. Valorizacija atrakcijske osnove Cetinske krajine za kulturni turizam	52
4. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE	58
4.1 Metodologija istraživanja	58
4.2 Rezultati istraživanja	59
4.3 Ograničenja istraživanja	64
4.4 Preporuka za daljnja istraživanja	65

5. RASPRAVA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I PRIJEDLOG RAZVOJA KULTURNIH RUTA KAO DIJELA PONUDE KULTURNOG TURIZMA CETINSKE KRAJINE	67
5.1 Rasprava rezultata istraživanja	67
5.2 Prijedlog kulturnih ruta Cetinske krajine.....	69
ZAKLJUČAK.....	74
SAŽETAK.....	76
SUMMARY	78
LITERATURA	80
POPIS ILUSTRACIJA.....	84
POPIS TABLICA:.....	85
PRILOZI:.....	85
Životopis.....	86

1. UVOD

U uvodnom dijelu rada bit će predstavljeni predmet istraživanja iz kojeg će se postaviti i ciljevi istraživanja te istraživačka pitanja ovog rada. Uz to će se navesti i objasniti svrha planiranog istraživanja te će se predstaviti i znanstvene metode kojima će se ovaj rad koristiti i struktura samog rada.

1.1 Predmet istraživanja

Dalmacija je najjužnija hrvatska regija, koja se proteže od Velebita na sjeveru do Prevlake na jugu. Iako je primorska regija, velik dio njezina prostora nema obilježja priobalja. U samom srcu unutrašnjosti Dalmacije smjestila se Cetinska krajina, područje koje se kroz povijest nalazilo na dodiru različitih kultura, što je rezultiralo bogatom kulturnom baštinom koju lokalno stanovništvo i danas brižno čuva. Cetinska krajina omeđena je planinama Dinarom i Kamešnicom na sjeveroistoku, Svilajom na zapadu te Visokom na jugozapadu. Obuhvaća srednji tok rijeke Cetine, a uz grad Sinj uključuje i grad Trilj te općine Dicmo, Otok i Hrvace. Iako se može pretpostaviti da naziv potječe od rijeke Cetine, regija je zapravo dobila ime po povijesnoj kneževini Cetini, koja je obuhvaćala ovo područje (Soldo, 2011.). U 1. stoljeću na ovo područje dolaze Rimljani, koji osnivaju dva uporišta: Aequum i Tilurium. O njihovoj prisutnosti svjedoče bogata arheološka nalazišta, a pronađeni artefakti izloženi su u muzejima Cetinske krajine. Zbog svog geostrateškog položaja, Cetinska krajina bila je kroz povijest izložena stalnim osmanskim napadima s istoka, a vlast se izmjenjivala između Osmanlija i Mlečana. Jedan od najvažnijih povijesnih događaja ovog kraja bila je borba Cetinjana protiv Osmanlija 1715. godine. Ta su zbivanja ostavila dubok trag na kulturu i kulturnu baštinu regije. Najpoznatija uspomena na to razdoblje je Sinjska alka, tradicionalna viteška igra koja potječe iz legende o pobjedi Sinjana nad Osmanlijama 1715. godine, uz pomoć Čudotvorne Gospe Sinjske.

Bez obzira na kulturno bogatstvo, život u Cetinskoj krajini kroz povijest nije bio lagan. Prije sto godina ljudi su masovno iseljavali iz Dalmacije zbog teških životnih uvjeta, gladi i neimaštine. No, život i životne prilike neprestano se mijenjaju. Primjer Dalmacije pokazuje kako je danas ta regija gospodarski snažnija, a umjesto iseljavanja, mnogi u njoj pronalaze izvor prihoda, ponajviše u turizmu. Ipak, situacija nije tako jednostavna. Turizam u Dalmaciji koncentriran je uglavnom na obalni pojas i temelji se pretežno na masovnom kupališnom turizmu, s obzirom na to da je 81,5 % turista koji posjećuju primorsku Hrvatsku motivirano morem i odmorom (TOMAS, 2019). Nasuprot masovnom turizmu u obalnom području razvijaju se specifični oblici turizma, koji se temelje na različitim motivima putovanja.

Jedan od takvih specifičnih oblika turizma, koji je i predmet ovog rada, jest kulturni turizam. Glavni motiv putovanja unutar kulturnog turizma jest upoznavanje kulture naroda koji nastanjuje određeno područje, odnosno destinaciju. Postoje različite definicije kulture. Supek (1989) definira kulturu kao „kompleks pravila o prihvatljivom ponašanju unutar neke ljudske zajednice, sve djelatnosti koje su u skladu s tim pravilima te materijalne i duhovne tvorevine koje su rezultat tih djelatnosti.“ Kotler (2006) kulturu definira kao „skup temeljnih vrijednosti, percepcija, želja i ponašanja koje je neki član društva naučio od obitelji i drugih važnih institucija. „Osim ovih, postoje i brojne druge definicije kulture, no većina ih se temelji na sličnim pojmovima, poput vrijednosti i ponašanja prihvaćenih unutar određene zajednice.

Kultura predstavlja jedan od glavnih motiva turističkih putovanja. Spoj kulture i turizma temelj je kulturnog turizma, koji McKercher i Ho (2012) definiraju kao „oblik turizma koji se temelji na kulturno-povijesnom naslijeđu destinacije i pretvara ga u proizvode koji se mogu 'konzumirati' od strane turista.“

Kulturni turizam može biti pokretač održivog razvoja jer omogućuje destinacijama koje nisu isključivo turističke da, uz pomoć kvalitetno osmišljenih razvojnih strategija temeljenih na lokalnom kulturno-turističkom potencijalu, postanu privlačne kako turistima, tako i lokalnom stanovništvu. Zahvaljujući ovom obliku turizma, lokalne vrijednosti mogu postati atraktivnije posjetiteljima, dok se turističke destinacije obogaćuju kulturnim sadržajima. Kultura oduvijek pobuđuje zanimanje kod ljudi, no ključno je pitanje kako oživjeti i iskoristiti te potencijale kako bi se stvorila atraktivna ponuda kulturnog turizma koja privlači turiste te potiče lokalno stanovništvo na sudjelovanje u oblikovanju i realizaciji kulturno-turističke ponude destinacije (Demonja, 2011.).

Vodeći se navedenim principima, u ovom će se radu istražiti postojanje i kvaliteta trenutne ponude kulturnog turizma na području Cetinske krajine. Analizirat će se primjeri dobre prakse razvoja kulturnog turizma u ruralnim područjima Europe, a na temelju tih analiza predložit će se konkretne ideje i primjeri koji mogu izravno utjecati na kvalitetu i razvoj turističke ponude Cetinske krajine.

Cetinska krajina bogata je prirodnim ljepotama, ali i kulturno-povijesnim naslijeđem. Najpoznatiji brend grada Sinja i Cetinske krajine zasigurno je viteška igra Alka, koja se neprekidno održava već 300 godina u čast hrabrim braniteljima grada koji su se oduprli napadu višestruko brojnije i moćnije osmanske vojske. Značaj očuvanja Sinjske alke prepoznao je i UNESCO, koji ju je 2010. godine na sjednici u Nairobiju uvrstio na Popis svjetske nematerijalne baštine. Uz bogatu povijest ovog područja, Sinjska alka samo je jedna od kulturnih atrakcija Cetinske krajine. Stoga se kao predmet ovog rada definira analiza kulturnih

atrakcija Cetinske krajine, procjena mogućnosti njihove valorizacije te osmišljavanje kulturno-turističkog proizvoda na temelju utvrđenih potencijala i izrađene benchmark analize.

1.2 Ciljevi istraživanja

Imajući u vidu kulturnu baštinu ovoga kraja ciljevi ovog istraživanja jesu:

- definirati i objasniti značajke pojma kulturnog turizma
- dati pregled relevantne znanstvene i stručne literature koja govori o kulturnom turizmu i razvoju istog
- analizirati trenutnu ponudu kulturno turističkih proizvoda Grada Sinja i Cetinske krajine
- analizirati kulturne atrakcije Grada Sinja i Cetinske krajine i procijeniti mogućnost njihove valorizacije
- napraviti benchmark analizu i navesti nekoliko primjera dobre prakse na području Europe
- dati idejna rješenja proizvoda koji mogu postati dio kulturne ponude Cetinske krajine.
- dati idejna rješenja proizvoda koji mogu postati dio kulturne ponude Cetinske krajine.

1.3 Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja na temelju kojih se stvara sam problem istraživanja i analize jesu:

1. Koja su obilježja trenutne ponude kulturnog turizma u gradu Sinju i Cetinskoj krajini?
2. Na koji način unaprijediti ponudu kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine?

1.4 Korištene znanstvene metode

U svrhu pisanja ovog rada koristit će se povijesna metoda te metode analize, sinteze, komparacije i druge relevantne metode kako bi se prikupljeni sekundarni podaci mogli analizirati i interpretirati na najbolji mogući način, sukladno predmetu istraživanja. Sekundarni podaci prikupljat će se iz područja turizma, s posebnim naglaskom na specifične oblike turizma, a osobito kulturni turizam, kako bi se utvrdilo što čini turističku ponudu kulturnog turizma te na koji način se ona može razvijati. Istovremeno će se analizirati podaci iz arheoloških, povijesnih i povijesno-umjetničkih znanosti kako bi se dobila cjelovita slika kulturno-turističkog potencijala Cetinske krajine.

Za procjenu mogućnosti upotrebe kulturnih resursa kao turističkih atrakcija koristit će se metoda valorizacije turističkog potencijala. Također, za proučavanje primjera dobre prakse

primijenit će se benchmark analiza. Benchmark analiza je „proces kojim poduzetnici identificiraju lidere u industriji, uspoređuju svoje proizvode, usluge i praksu te implementiraju procedure za poboljšanje svojih performansi kako bi postali jednaki ili bolji od konkurencije“ (Štoković, 2004).

Uz analizu već poznatih znanstvenih spoznaja, u okviru primarnog istraživanja prikupit će se i stavovi relevantnih dionika uključenih u turističku ponudu Cetinske krajine, i to metodom polustrukturiranog intervjua temeljenog na vodiču za intervju. Prema Šokoti (2011), polustrukturirani intervju je intervju u kojem istraživač sugovorniku dopušta manja tematska odstupanja od postavljenih pitanja. Riječ je o dvosmjernom dijalogu u kojem istraživač treba održavati ravnotežu između fleksibilnosti i provedbe predviđenog istraživačkog plana. Primjenom prikladnih kvalitativnih metoda analizirat će se podaci prikupljeni putem intervjua kako bi se odgovorilo na istraživačka pitanja i postigli ciljevi rada.

1.5 Struktura rada

Preliminarna struktura rada osmišljena je kao prikaz tijeka ovog diplomskog rada. Rad započinje uvodom u kojem se definira predmet istraživanja te daje prikaz prostora Cetinske krajine, koja je središnji dio istraživačke teme. Predmet istraživanja se nakon uvoda provlači i kroz kasnija poglavlja u kojima se analizira atrakcijska i resursna osnova za razvoj kulturnog turizma na ovom području.

U naslovu rada isprepliću se pojmovi kulturnog turizma i Cetinske krajine, a taj se tematski okvir prati i u rasporedu poglavlja. Atrakcijska i resursna osnova analizirat će se nakon što se definiraju temeljni pojmovi turizma i kulturnog turizma. Nakon pružanja uvida u osnovne pojmove i pregled geografskog područja, rad će se usmjeriti na istraživački dio.

U istraživanju će se koristiti metoda intervjua kako bi se došlo do odgovora na ključna istraživačka pitanja. Na temelju tih odgovora, rad će ponuditi autorov pogled na kulturni turizam u Gradu Sinju i Cetinskoj krajini te prijedloge kulturnih ruta koje će povezivati kulturne spomenike ovog područja prema različitim povijesnim razdobljima.

Na kraju, rad će biti zaokružen zaključkom u kojem će se iznijeti najvažniji nalazi istraživanja te autorov osvrt na tematiku i ključne spoznaje do kojih se došlo tijekom istraživanja.

2. OBILJEŽJA KULTURNOG TURIZMA I PRIMJERI DOBRE PRAKSE RAZVOJA PONUDE KULTURNOG TURIZMA

Što je kulturni turizam? Tko su kulturni turisti? Postoje li destinacije koje se mogu smatrati isključivo kulturnim destinacijama? Ovo su neka od ključnih pitanja na koja će se odgovoriti u

ovom poglavlju. Prije nego što se detaljno obradi srž ovih pitanja, u poglavlju će biti definirani i drugi pojmovi jednako važni za razumijevanje specifičnosti i terminologije koja će se pojavljivati u radu. Nadalje, istražit će se tržište-što ono predstavlja u ekonomskom smislu, što podrazumijeva turističko tržište te kako ono funkcionira. Analizirat će se obilježja turističkog tržišta, s posebnim naglaskom na njegovu ponudu i potražnju.

Na kraju, provest će se analiza destinacija koje imaju razvijen kulturni turizam, odnosno bogatu ponudu kulturnog turizma. Istražit će se njihova tržišna pozicija, ključni turistički proizvodi, način promocije te postignuti rezultati. Tijekom analize usporedit će se njihovi resursi i turistički proizvodi s onima koji su dostupni na području Grada Sinja i Cetinske krajine, kako bi se dobio uvid u potencijal razvoja kulturnog turizma na ovom prostoru.

2.1 Definicija pojma kulturnog turizma

Za temeljito razumijevanje pojma kulturnog turizma potrebno je najprije detaljno objasniti pojmove turizma, kulture i kulturne baštine. Kulturni turizam definira se kao „oblik turizma koji se temelji na kulturno-povijesnom naslijeđu destinacije i pretvara ga u proizvode koji se mogu ‘konzumirati’ od strane turista“ (Mckercher i Ho, 2012: 345). Ova definicija predstavlja dobar uvod u razumijevanje kulturnog turizma, no ujedno pokušava na relativno jednostavan način objasniti dvije vrlo složene pojave – kulturu i turizam.

Promatrajući povijesni razvoj turizma, može se reći da su turizam i kultura od samih početaka usko povezani. Kulturne atrakcije često su ključan motiv dolaska turista, dok samo turističko putovanje potiče kulturnu razmjenu i obogaćuje društvo (Richards, 2018).

Međunarodna asocijacija stručnjaka i znanstvenika u turizmu (AIEST) definira turizam kao „skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja ljudi u mjesta u kojima neće zasnovati stalni boravak, radni odnos niti će ondje studirati“ (Vanhove, 2005: 33). Ovu definiciju neki autori, poput Hollowaya, nazivaju konceptualnom definicijom turizma. S druge strane, Burkhart i Medlik nadograđuju ovu definiciju te oblikuju tzv. tehničku definiciju turizma, prema kojoj „turizam obuhvaća sve aktivnosti povezane s privremenim boravkom ljudi u destinaciji koja nije mjesto njihovog stalnog boravka, kao i sve aktivnosti koje u toj destinaciji obavljaju“ (Vanhove, 2005: 35).

Prva putovanja u povijesti koja se danas smatraju turističkima nazivaju se *Grand Tour*. Ovaj pojam označava putovanja engleskog građanstva Europom, koja su započela u 15. i 16. stoljeću te su kao turistički fenomen privukla pažnju istraživača iz različitih disciplina, poput povijesti, sociologije i ekonomije. Prema *Oxfordovom rječniku* (2024), *Grand Tour* definira se kao „obilazak važnih mjesta i lokacija od posebnog interesa u Europi, nekoć smatran ključnim dijelom obrazovanja mladih muškaraca iz imućnih i uglednih obitelji“. Neki autori smatraju

ovu definiciju ograničenom zbog njezina klasnog utemeljenja i motivacije putovanja, stoga je ponuđena i šira definicija: *Grand Tour* je „obilazak određenih gradova i mjesta zapadne Europe, poduzet prvenstveno, ali ne isključivo, radi obrazovanja i užitka“ (Towner, 1984: 299).

Grand Tour mogao bi se smatrati začetkom kulture putovanja kakvu danas poznajemo. No, postavlja se pitanje: je li turizam kultura? Urry (2016) bi rekao da jest, ali što zapravo predstavlja kultura i na koji način se kultura i turizam prožimaju? Mogu li se pojmovi kulture i turizma odvojiti, i gdje je granica između „običnog“ turizma i početka kulturnog turizma?

Neki autori, poput McCanella, tvrde da je „cijeli turizam kulturno iskustvo“, dok Urry čak ide korak dalje i kaže da „turizam jest kultura“ (Mousavi et al., 2016: 71). Ove pretpostavke potaknule su znanstvenike da razmotre je li kulturni turizam nešto novo ili pak postmoderni fenomen. Međutim, ispitivanjem definicije kulturnog turizma postaje jasno da „ono što se promijenilo nije sama suština kulturnog turizma, već opseg potrošnje kulturnog turizma i oblici kulture koji se konzumiraju od strane kulturnih turista“ (Mousavi et al., 2016: 73).

Kao i turizam, kultura je kompleksan koncept kojeg nije lako „ograničiti“ niti objasniti jednom definicijom. Može se reći da je kultura nusprodukt života ljudi na određenom području, jer ljudi nisu planski stvarali, crtali niti ukalupili njezine oblike. Kultura je spontano proizašla iz društva i stalno se mijenja kroz vrijeme kako se mijenja život ljudi. S obzirom na njezinu kompleksnost, kultura se objašnjava kroz dva pristupa. Prvi pristup kulturu definira kao proces, a drugi kao proizvod.

Kao proces, kultura je izvedena iz sociologije i antropologije, koje kulturu uglavnom smatraju kodeksom ponašanja ugrađenim u određenu društvenu skupinu. Kultura označava društveno polje proizvodnje značenja, odnosno procese kroz koje ljudi shvaćaju sebe i svoje živote. Primjer definicije koja kulturu definira kao proces jest da „proizlazi iz antropologije i sociologije, koje kulturu uglavnom smatraju kodeksima ponašanja ugrađenim u određenu društvenu skupinu. Kultura određuje društveno polje značenja ili procese kroz koje ljudi shvaćaju sebe i svoje živote. Kultura se smatra proizvodom individualnih ili grupnih aktivnosti kojima se pridaju određena značenja.“ Tako bi neki mogli upotrijebiti pojam „visoke“ kulture za proizvode poznatih i priznatih umjetnika, dok bi se pojam „niske“ kulture mogao odnositi na manje kvalitetan sadržaj poput telenovela ili sitcoma (Mousavi et al., 2016).

Naslonjen na razlikovanje kulture kao procesa i kulture kao proizvoda, Ashworth (1995) ima malo drugačiji pristup definiranju kulturnog turizma. On u svom pristupu zapravo ne definira kulturni turizam kao takav, već definira kulturu u odnosu na turizam. Kao polazišnu točku uzima u obzir kulturu kao proces i kulturu kao proizvod, te smatra da turizam, popraćen drugim društvenim mehanizmima, može djelovati kao katalizator u pretvorbi kulture kao procesa u kulturu kao proizvod. Nastavno na to, daje tri različite definicije turizma u odnosu na kulturu i

turizam. Prva definicija, koja je ujedno i najviše ograničena, vidi odnos kulture i turizma kao estetsku produktivnost. Ova forma se često naziva umjetničkim turizmom i predstavlja najjednostavniju formu kulture koja je namijenjena turizmu. To se odnosi na konzumaciju umjetnosti i umjetničkih performansi poput koncerata, kazališnih predstava, baleta, festivala, muzeja i opernih izvedbi. Druga definicija kulture u turizmu naziva se turizmom naslijeđa (eng. heritage tourism) i manifestira se u mješavini očuvanih građevina, zaštićenih urbanih cjelina, morfoloških karakteristika, te mjesta povezanih s važnim povijesnim događajima i osobama. Treća definicija kulture u odnosu na turizam naziva se turizmom određenim mjestom (eng. place-specific tourism), što znači da se kultura može definirati kao skup vrijednosti, stavova i ponašanja društvenih skupina (Ashworth, 1995). Ovim definicijama kulture u odnosu na turizam, Ashworth je prikazao prijelaz iz kulture u turizam, a svaki od tri tipa prijelaza bit će važan u dijelu rada koji će objašnjavati tipologiju kulturnih turista. Svaka od ovih „vrsta“ kulturnog turizma koje je Ashworth definirao ima svoju publiku koja se razlikuje motivima, znanjem, prethodnim iskustvima itd.

Nakon definiranja turizma, kulture i male digresije u vidu definiranja kulture u odnosu na turizam, čiji je cilj postići dublje razumijevanje kompleksnog odnosa kulture i turizma, vrijeme je da se definira i sam kulturni turizam.

Iako je na početku rada već pružena definicija kulturnog turizma, bitno je naglasiti da nije moguće dati samo jednu unificiranu definiciju koja će ga u potpunosti objasniti. Razlog tome leži u činjenici da nije svako uključivanje u kulturni turizam isto, a McKercher i DuCross su u jednom radu zaključili da je „broj definicija kulturnog turizma gotovo jednak broju kulturnih turista“ (Mousavi et al., 2016: 75). Svi su ljudi različiti, motivacija svakog turista nije ista, njegova razina znanja i uključenosti u kulturne aktivnosti nisu jednaki, te stoga McKercher i DuCross smatraju da nijedna definicija kulturnog turizma neće moći prodrijeti toliko duboko u samu srž ovog pojma/pojave. Usprkos njihovom viđenju, kulturni turizam mogao bi se objasniti kao „priroda putovanja poduzetih kako bi razumjeli i upoznali način života određene lokacije, popraćena nizom kulturnih čimbenika koji se mogu prikazati u kontekstu turizma. Čimbenici mogu uključivati hranu i piće, zabavu, arhitekturu, obrtne ili manufakturne proizvode, ili bilo koji drugi element koji predstavlja karakteristike načina života u određenoj destinaciji“ (McIntosh and Goeldner, 1990: 45). Općenito, kulturni turizam može se gledati kao odnos između ljudi koji je promoviran, upravljani i posredovan od strane različitih aktera, uključujući organizatore, političare, istraživače, stručnjake za marketing, turističke agencije i sl. Kulturni turizam može se definirati kao „susret društvenih sustava i kultura koji će prouzročiti promjene u oba sustava i kulture“ (Smith, 1992: 15). Pri definiranju turizma korištene su konceptualna i tehnička definicija turizma. U definiranju kulturnog turizma imamo slične smjernice. Slijedom

toga, konceptualno, kulturni turizam je „kretanje osoba prema kulturnim atrakcijama izvan njihovog mjesta stanovanja, s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava u cilju zadovoljenja njihovih kulturnih potreba“ (Richards, 1996: 18). Tehnička definicija kulturnog turizma kaže da se „kulturni turizam odnosi na sva kretanja osoba prema određenim kulturnim atrakcijama, poput mjesta očuvane baštine, umjetničkih i kulturnih manifestacija, umjetnosti i drame, izvan svog uobičajenog mjesta boravka“ (Ashworth, 1995: 36).

Hrvatski autor Demonja pak definira kulturni turizam kao „jedan od selektivnih oblika turističkog kretanja motiviran kulturnim i umjetničkim resursima, vrijednostima i sadržajima. Njemu treba prići s ekonomskog, organizacijskog, turističkog, kulturološkog, edukativnog i marketinškog motrišta, te onog odnosa s javnošću da bi se mogao ispravno razumjeti, a potom razvojno primijeniti na način da se kulturni resursi aktiviraju i stave u funkciju razvoja turizma“ (Đukić-Dojčinović, prema Demonja, 2005: 182).

S obzirom na to da su i kultura i turizam „društveni proizvodi“, iz toga proizlazi kompleksnost definiranja ovih pojmova. U ovom poglavlju pružen je pregled raznih pristupa definiranju pojmova kulture, turizma, a potom i glavne tematike ovog rada, definiranju kulturnog turizma.

2.2 Obilježja turističke ponude kulturnog turizma

Turistički sustav je, kao što se može primijetiti iz definicija turizma i raznih pristupa iz prethodnog poglavlja, prilično kompleksan. Razlog tome leži u činjenici koja je jedinstvena za turizam, a to je da su ponuda i potražnja geografski dislocirani, dok s druge strane „proizvodnja“ i potrošnja turističkih proizvoda odvijaju se na istom mjestu i u isto vrijeme. Ponuda nekog proizvoda regulira svoje uvjete prema potražnji i, kao takva, razvija se.

Proizvod turističke ponude, za razliku od proizvoda neturističke ponude, ne može se pohraniti, ne može se isprobati prije kupnje, već je potrebno putovati kako bi se konzumirao. Ovisan je o prirodnim i umjetno izgrađenim resursima te je niz komponenti potrebno kako bi se stvorila jedinstvena ponuda koja se može konzumirati zajedno. Turistička ponuda sastoji se od transporta, smještaja, catering usluga (prehrambeni objekti), prirodnih resursa, zabave, kao i drugih usluga i objekata poput banaka, trgovina, turističkih agenata i turoperatora (Stabler, Papatheodorou i Sinclair, 2009).

Turistička ponuda definira se kao „dio turističkog tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge kojima oni zadovoljavaju svoje turističke potrebe“ (Hrvatska enciklopedija, 2024). Pirjevec (1998: 104) ponudu turističkog tržišta definira kao „količinu roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu u određeno vrijeme i po određenoj cijeni“.

Iz definicija se zaključuje da se turistička ponuda vezuje uz pružanje usluga na određenom mjestu i vremenu. Konzument usluga mora biti na određenoj lokaciji kako bi konzumirao turistički proizvod. Iz toga proizlaze specifična obilježja turističke ponude.

Obilježja turističke ponude uključuju heterogenost, neopipljivost, sezonalnost, neelastičnost i dislociranost od potražnje (Kandampully, Mok i Sparks, 2001). Ponuda je heterogena jer je vrlo različita, tj. sastoji se od različitih komponenti poput smještaja, zabavnih sadržaja, atrakcija, transporta itd. Još jedna stavka koja čini ponudu heterogenom je veliki broj ponuđača usluga u jednoj destinaciji, ali i velik broj destinacija na izboru turistima. Čak i jedan ponuđač usluga u istoj destinaciji neće pružiti istu uslugu na isti način dva puta. Turistička ponuda je dislocirana od potražnje jer je vezana za određenu destinaciju. Kako bi konzumirao proizvod, turist mora putovati i posjetiti destinaciju; tu promjenu nije moguće ostvariti, niti može ponijeti destinaciju sa sobom ili ju isprobati prije dolaska. Neopipljivost ponude očituje se u tome da turistički „proizvod“ nema fizičku dimenziju – ne može se taknuti, vidjeti, okusiti ili pomirisati. Različite komponente ponude mogu biti opipljive, ali ukupna turistička usluga nije. Turistička ponuda je neelastična jer se vrlo teško prilagođava trendovima i promjenama. Također, turistička ponuda je sezonalna jer ovisi o sezonama, vremenskim uvjetima i godišnjim odmorima turista. Ako se radi o kupališnom turizmu, turistička sezona je ograničena na nekoliko ljetnih mjeseci kada su idealni vremenski uvjeti za kupanje. Isto je i sa skijališnim turizmom koji ovisi o hladnoći i snijegu. Kulturni turizam, s druge strane, manje je osjetljiv na sezonalnost od drugih oblika turizma. Atrakcije unutar ponude kulturnog turizma obično su dostupne cijele godine i mogu pružati turističku uslugu neovisno o sezonskim specifičnostima.

Atrakcije čine ključnu komponentu turističke ponude jer predstavljaju mjesta interesa za goste i glavni razlog njihove posjete određenoj destinaciji. Atrakcije mogu biti raznolike, pa se obično dijele u nekoliko skupina:

1. Prirodne atrakcije,
2. Atrakcije koje je stvorio čovjek,
3. Namjerno izgrađene atrakcije (Kandampully, Mok i Sparks, 2001).

U prirodne atrakcije ubrajamo rijeke, planine, more, klimu, floru, faunu i sl. Atrakcije koje je izgradio čovjek dijele se u tri skupine:

1. Izgrađene atrakcije – spomenici, arhitektura (povijesna i moderna), vjerski objekti, dvorci, arheološka nalazišta, sportski stadioni i sl.
2. Kulturne atrakcije – muzeji, kazališta, razni obrti, religijski običaji, folklor, festivali itd.
3. Socijalne atrakcije – način života ljudi određenog područja, etničke grupe, jezik i druge društvene karakteristike.

Namjerno izgrađene atrakcije su one koje su smišljene i izgrađene isključivo za korištenje u turističke svrhe. U ovu skupinu ubrajaju se festivali, marine, skijališta, tematski parkovi itd.

Vanhove (2005) razlikuje ove grupe atrakcija na temelju duljine boravka turista koji ih posjećuju. Prva grupa obuhvaća atrakcije koje privlače posjetitelje na nekoliko dana ili više, jer su dovoljno atraktivne ili raznolike da turistima pruže zadovoljstvo na duže vrijeme. Druga grupa uključuje atrakcije koje se posjećuju unutar dužih kružnih putovanja, a boravak u njihovim destinacijama obično je kraći.

Iako su atrakcije primarno fizički proizvodi, turistička ponuda uključuje i brojne neopipljive elemente. Među najvažnijim neopipljivim aspektima ističu se gostoljubivost, prijateljsko raspoloženje, ambijent, sigurnost i razumijevanje.

Svaka ponuda, pa tako i turistička, ovisi o potražnji, koja je, na neki način, ključna za oblikovanje i razvoj ove ponude.

2.3 Obilježja turističke potražnje kulturnog turizma

Uz turističku ponudu, drugi ključni element turističkog tržišta jest turistička potražnja. Obilježja turističke potražnje uključuju heterogenost, sezonski karakter, elastičnost, dislociranost od turističke ponude i dinamičnost. Turisti se razlikuju s obzirom na želje, potrebe i motive, zbog čega je nemoguće da jedan proizvod ili usluga zadovolji potrebe svih turista. Turistička potražnja je elastična jer se lako prilagođava trendovima i fleksibilna je u pogledu odabira destinacija. Dislocirana je od turističke ponude, što može otežati odabir destinacije, ali također može biti i pozitivna stvar kada turist želi posjetiti udaljenije lokacije (Vanhove, 2005).

Potražnju u turizmu čine turisti, odnosno kulturni turisti u kulturnom turizmu. Prva turistička kretanja koja su se povezivala s kulturom zabilježena su nakon Drugog svjetskog rata. U Europi su putovanja pridonosila kulturološkom razumijevanju i obnovi ekonomija koje su bile uništene ratom. Kako su prihodi počeli rasti, putovanja radi kulture postajala su sve češća. Prema Richardsu (2018), do 1990-ih godina kulturni turisti činili su 37% ukupnih internacionalnih putovanja. Ovaj oblik turizma smatran je pozitivnim jer je poticao očuvanje postojeće kulture, odnosno kulturnih atrakcija. Povećanje potražnje za kulturnim turizmom dovelo je do stvaranja novih niša, kao što su turizam naslijeđa, umjetnosti, gastronomije, filma i kreativni turizam (Richards, 2018). Kao što je već spomenuto, svaka od tih niša ima svoju specifičnu potražnju, koja se kolektivno naziva kulturni turist.

Motivacija kulturnog turista istraživana je s marketinškog stajališta, ali i s aspekta psihologije i potrošačkog ponašanja. Gali Espelt (2012) u svom istraživanju dijeli kulturne turiste u dvije skupine: one kojima je kultura primarni motiv dolaska i one kojima je kultura sekundarni motiv. Ove skupine razlikuju se po trajanju posjeta, kao i po visokoj odnosno niskoj kulturnoj dimenziji. Većina istraživanja zaključuje da je motivacija kulturnih turista učenje. Neka

istraživanja ističu da industrija turizma ima obavezu uključiti turiste u iskustvo učenja koje će ih preobraziti, kako tijekom, tako i nakon posjeta. Motivacija se često povezuje s zadovoljstvom i namjerom povratka, ali i s identitetom samog turista (Richards, 2018).

Kulturni turist je osoba koja posjećuje ili namjerava posjetiti atrakciju kulturnog turizma, umjetničku galeriju, muzej ili povijesno nalazište, prisustvovati nastupu ili festivalu ili sudjelovati u širokom rasponu drugih aktivnosti tijekom svog putovanja, bez obzira na glavni motiv putovanja (McKercher, 2000). Autor ističe kako različiti ljudi imaju različite mogućnosti da sudjeluju, odnosno da se povežu s atrakcijama kulturnog turizma i atrakcijama turizma naslijeđa. Razina povezanosti turista s destinacijom ovisi o njihovom stupnju obrazovanosti, poznavanju lokacije prije posjeta, predrasudama koje turist ima o lokaciji, značenju lokacije za turista, dostupnosti vremena te o konkurentnim aktivnostima koje su dostupne na lokaciji ili izvan nje. McKercher (2000) također spominje istraživanje Stebbinsa iz 1996. godine u kojem se tvrdi da su kulturni turisti oni koji imaju hobije, ljudi s dubokim zanimanjem za određenu temu, te s određenom razinom vještine, znanja i iskustva kako bi mogli slijediti svoje hobije, odnosno baviti se njima. Stebbins govori da postoje dvije vrste kulturnih turista hobista: generalizirani kulturni turist i specijalizirani kulturni turist. Prva vrsta ima za hobi posjet različitim destinacijama na kojima prikuplja široko generalno znanje o raznim kulturama. Druga vrsta kulturnog turista za hobi ima proučavanje određenih kultura i putuje nekoliko puta na iste lokacije, tj. u iste destinacije, kako bi dublje proučio tu kulturu. McKercher zaključuje da postoji pet vrsta kulturnih turista: namjerni kulturni turist, usputni kulturni turist, slučajni turist, neobavezni turist i razgledavajući turist. Namjerni kulturni turist pridaje veliku važnost učenju o posjećenoj kulturi, a to je glavni razlog njegova dolaska. Ova vrsta turista ima duboko kulturno iskustvo. Razgledavajući turist (eng. sightseeing) također pridaje veliku važnost učenju o kulturi posjećene destinacije, ali njegovo iskustvo je pliće, bez duboke povezanosti s kulturom. Za neobaveznog turista (eng. casual) razlozi kulturnog turizma imaju ograničenu ulogu u odlučivanju koju će destinaciju posjetiti, a iskustvo ove vrste turista je plitko. Za usputnog turista (eng. incidental) kulturni turizam igra vrlo malu ili nikakvu ulogu u odlučivanju destinacije za posjet, ali kada je u destinaciji, posjetit će neke atrakcije kulturnog turizma s vrlo plitkim iskustvom. Za slučajnog kulturnog turista (eng. serendipitous) kulturni turizam ima jako malu ili nikakvu ulogu u odlučivanju koju će destinaciju posjetiti. Kada je u destinaciji, ova vrsta turista posjetit će atrakcije kulturnog turizma i neočekivano doživjeti duboko iskustvo. Iako je posjetio kulturnu atrakciju bez prethodnog znanja i velikih očekivanja, povezo se s materijom (McKercher, 2000).

Za kulturnog turista smatra se da ima visoki socioekonomski status i visoko obrazovanje, da ima slobodno vrijeme te razvijenu potrebu za kulturom. Također se smatra da troši više novca, da najčešće spava u hotelima i da je najčešće starije dobi (Geić, 2011).

Istraživanje iz 2008. godine (Boukas, 2008) u Grčkoj pokazalo je da se i mlađi turisti zanimaju za kulturnu ponudu određene destinacije te da čine sjajne potrošače kulture, želeći obogatiti svoje znanje posjećujući destinacije kulturnog turizma. Ako destinacija ispunjava njihove specifične potrebe, njihova razina zadovoljstva bit će veća, uzrokujući pozitivne posljedice poput lojalnosti te utjecaj na njihove vršnjake i prijatelje da posjete istu destinaciju. Ovo je pozitivna promjena s obzirom na to da se za kulturnog turista smatralo prvenstveno ljude starije životne dobi.

Istraživanje Aydina i Alvareza iz 2020. godine bavilo se pitanjem održivosti u kulturnom turizmu u Turskoj. Cilj je bio istražiti koliko je kulturnim turistima važna održivost u destinaciji koju posjećuju. Rezultati su pokazali da kulturni turisti najviše brinu o održavanju povijesnih i kulturnih spomenika, zatim o održavanju zelenih površina, flore i faune te o očuvanju sveukupnog arhitektonskog dojma kulturne destinacije. Istraživanje je također pokazalo da su kulturni turisti spremni potrošiti više za destinaciju koja drži do održivosti.

2.4 Benchmark analiza destinacija s razvijenom ponudom kulturnog turizma

Benchmark analiza svoju popularnost stekla je 1980-ih godina u japanskim firmama. Menadžeri su posjećivali druga poduzeća kako bi pronašli načine za poboljšanje vlastitih poslovnih operacija i kako bi ojačali svoju konkurentsku poziciju. Benchmark analiza definirana je nekoliko puta, a temelji se na analizi konkurencije i primjeni dobrih praksi (Štoković, 2004).

Crump (2008) u svojoj analizi rizika definira benchmark analizu kao statistički alat koji se koristi za postavljanje vodilja koje pokazuju na toksične supstance. Isto se može primijeniti i na bilo koje poslovanje, pa tako i na turizam. Analizom konkurencije pregledavaju se dobri i loši aspekti poslovanja, a sukladno tome eliminiraju se negativne prakse, sve u cilju poboljšanja poslovanja.

Kao jedna od najopširnijih definicija ističe se sljedeća: „mjerenje svojih rezultata prema rezultatima drugih i učenje od drugih, najčešće izravnih konkurenata. Započinje usporedbom vlastite strategije sa strategijom konkurenata, nastavlja se komparacijom najrazličitijih poslovnih procesa, proizvoda, tehničkih rješenja i funkcija konkurenata s vlastitim rješenjima i funkcijama, i to kako bi se spoznali aktualni nedostaci i procijenile mogućnosti kako postati bolji od konkurenata“ (Štoković, 2004: 68 prema Ferišak, 1998). Ova definicija odnosi se na analizu konkurencije ili eksterni benchmark, ali u praksi postoji i interni benchmark. Interni

benchmark odnosi se na spoznavanje vlastitih snaga i slabosti te rad na nedostacima i pronalaženje putova rješavanja. Podaci koji se traže u internom benchmarku lako su i brzo dostupni, sudionici imaju veliku informiranost i suradnju, trošak provedbe je vrlo nizak, ali nažalost, i stupanj poboljšanja također. Za razliku od internog, eksterni benchmark ima vrlo visok stupanj poboljšanja, ali pristup informacijama je teži, sve je vidljivo javnosti, pa tako i ostalim konkurencijama, a u pitanje se dovodi i etičko, političko i pravno promatranje.

Pokazatelji benchmark analize mogu biti kvantitativni i kvalitativni. Kvantitativni mogu biti financijski (ukupan prihod, povrat na investicije, ukupan profit, rentabilnost, ekonomičnost, povrat na uloženi kapital, prihod po zaposleniku, promet zaliha) i fizički, dok se kvalitativni pokazatelji često nazivaju i nefinancijskima (kvaliteta proizvoda, kvaliteta usluge, zadovoljstvo potrošača). Benchmark u turizmu specifičan je jer se fokusira na dvije stavke: analizu profitnih subjekata (smještajnih kapaciteta, putničkih agencija...) i neprofitnih organizacija (državne ili regionalne zajednice, muzeji, kazališta...) te destinacija (države, regije i gradove). U benchmark analizi turizma posebna važnost pridaje se upravo nefinancijskim pokazateljima, a to je zadovoljstvo gostiju. Ostali kriteriji prema kojima se analizira konkurencija jesu rast potražnje, iskoristivost kapaciteta, konkurentnost, trajanje sezone, međunarodnost te struktura gostiju (Štoković, 2004).

Kao primjeri dobre prakse koji će se analizirati, odabrane su destinacije Andaluzija u Španjolskoj i pokrajina Moravska u Češkoj. Dvije naizgled jako različite destinacije, ali obje se diče titulama kulturnih destinacija. Naime, Andaluzija topografski ima područja koja su vrlo slična Cetinskoj krajini i radi na razvoju turizma u ruralnim krajevima, uključujući kulturni turizam. Iz ove pokrajine potiče flamenco, koji je važan dio španjolskog folklora i danas je vrlo dobro prezentiran. U Češkoj, pokrajina Moravska poznata je po velikoj povijesnoj bitki, čije uprizorenje do danas privlači veliki broj posjetitelja. S obzirom na to da je Sinjska Alka nastala kao spomen na veliku bitku, u ovoj analizi će se vidjeti kako su u Češkoj turistički valorizirali spomen na bitku koja se odigrala kod Austerlitz u Moravskoj.

Andaluzija je pokrajina na jugu Španjolske. Čini 17,3% površine Španjolske, što je čini drugom najvećom regijom u državi. Svojom površinom veća je od nekih država, poput Nizozemske ili Austrije. Nalazi se na mjestu spajanja Atlantskog oceana i Mediteranskog mora, a kao najjužnija točka Europe, čini poveznicu s Afrikom. Kao i cijela Španjolska, Andaluzija ima pogodnu mediteransku klimu s toplim zimama i vrućim ljetima, što je čini savršenom turističkom destinacijom. Osim prekrasnih plaža, Andaluzija obiluje i drugim prirodnim bogatstvima. Brojne rijeke, poput Guadalquivira, daju plodnost području i čine ga vrlo ugodnim za život. Pokrajina se također ponosi visokim planinama koje prekrivaju čak 50%

njezina područja. Na tim planinama može se pronaći 46 vrhova koji prelaze 1000 metara, a dva najviša vrha, Mulhacen i Veleta, uzdižu se na 3400 metara.

Kultura i tradicija Andaluzije gradile su se stoljećima zahvaljujući bogatoj i raznolikoj povijesti. Za Španjolsku, posebice Andaluziju, specifično je to što je stoljećima bila jedna od najsofisticiranijih država u Europi. Najveći trag ostavila su razdoblja vladavine Maura, razdoblje renesanse i baroka, pa su se najviše kulturnih spomenika, ali i tradicija, očuvali upravo iz tih razdoblja. Razni dvorci, utvrde i samostani čine važne kulturne atrakcije danas. Osim spomenika, Andaluzija je poznata i po raznim događanjima i proslavama na kojima se prikazuju lokalna gastronomija, glazba i vjerovanja. Kao dva svjetski poznata događaja, ističu se borbe bikova i flamenco. Oboje ima duboke korijene u Andaluziji, a narod i danas njeguje taj dio tradicije (Andalucia.org, 22.5.2024.).

Turizam u Španjolskoj datira iz 19. stoljeća, kada je država postigla vrhunski uspjeh kao odmaralište poznatih. Razvila se kao Costa del Sol, tj. Obala Sunca. Razvoj turizma poticao se za vrijeme Frankove vladavine 1950-ih godina kako bi se povećao broj deviza i ojačala osiromašena ekonomija. Već 1970-ih, turizam je postao vodeća djelatnost u Španjolskoj jer je pružao destinaciju koja je blizu i koja je povoljna za mase iz zapadne Europe. Prvi slogan bio je "Španjolska je drugačija" (es. España es diferente). Andaluzija, u kojoj su se miješale tri kulture (katolička, gitano i arapska), činila je savršenu podlogu za razvoj turizma. Pod Frankovom vladavinom, kultura Andaluzije, u marketinške svrhe, postala je kultura cijele Španjolske, pa se tako promovirala kao država borbe bikova, flamenca, Roma i katoličkih festivala. Zanimljivo je da su se koristili razni prikazi Roma kao simbola Španjolske i kao velikog dijela njihove kulture (Aoyama, 2009).

Andaluzija je regija koja primarno privlači kupališne turiste zbog svojih dugih pješčanih plaža, ali bilježi i porast turističkih kretanja u unutrašnjosti, od kojih je veliki broj kulturnih i sportskih turista. Pokrajina je 2000. godine bilježila 15% ukupnog broja turista u Španjolskoj (Sarrion-Gavilan i dr., 2014). U periodu do 2011. godine, Andaluzija bilježi porast od 11,1% u broju međunarodnih turista. Andaluzija svoj pravilnik o turizmu ima od 1999. godine, i već tada se počelo govoriti o održivosti i planiranju razvoja turizma, kako na obali, tako i u unutrašnjosti. U istraživanju Sarrion-Gavilan i dr. provedenom 2014. godine, došlo se do rezultata koji pokazuju da je u unutrašnjosti Andaluzije porasla turistička ponuda za 124% u odnosu na 2000. godinu.

Mnogi turisti posjetit će Madrid ili Barcelonu i tamo pogledati flamenco ili borbu bikova, ali ne znaju da oboje potječe upravo iz Andaluzije. Danas čak 60% flamenco umjetnika dolazi iz Andaluzije, najviše iz Seville. Flamenco je specifičan glazbeni izričaj koji potječe od španjolskih Roma koji su došli iz Indije u Španjolsku, tj. Andaluziju, te su tamo nastavili

razvijati svoju kulturu pod utjecajem arapskih i židovskih kultura. Uključuje pjesmu i ples. U Andaluziji je i danas velik broj Roma koji sve više svoje zanimanje pronalaze u turizmu, posebno u nastupima flamenca. Ples i glazba su vrlo važni u toj zajednici, toliko da postoje i flamenco dinastije u kojima se talent prenosi s koljena na koljeno.

Slika 1 Španjolski Romi plešu Flamenco



Izvor: Messynessy (2016) The Cave-Dwelling Flamenco Dancers of Andalusia, Messy Nessy Chich, <https://www.messynessychic.com/2014/05/23/the-cave-dwelling-flamenco-dancers-of-andalusia/> (08.5.2024.)

Danas u Španjolskoj većina umjetnika koji izvode flamenco nisu romskog porijekla. Flamenco turizam postao je vrlo popularan, pa tako doprinosi s iznosima od 120 do 500 milijuna eura godišnje (Aoyama, 2009). U to se ubrajaju razne usluge, od barova koji puštaju tu glazbu i imaju live nastupe, raznih flamenco događaja i festivala, do svih kupnji vezanih za flamenco, poput odjeće ili snimljenih medija. Flamenco događaji i festivali često se sponzoriraju od strane države, koja u tome vidi veliki turistički značaj. Nekada su to radili aristokrati koji su poticali kulturu, a danas država ima važnu ulogu u razvoju kulture. U flamenco turizam ulažu uprave gradova, regija i države kako bi povećali atraktivnost turističke destinacije. Španjolska je 2006. godine uložila čak 5 milijardi eura za razvoj kulturnih aktivnosti, posebice na flamenco festivale, od kojih se 70% održava upravo u Andaluziji. Festivali se održavaju kroz cijelu godinu, a najuspješniji i najveći festival je Bienal del Arte Flamenco de Sevilla. U ovaj festival ulažu Ministarstvo kulture i turizma, Turistički uredi Andaluzije, ali najviše grad Sevilla. Osim financiranja kulturnih događanja, regija Andaluzije promovira kulturni turizam raznim događajima izvan države, i to u iznosu od 26% u odnosu na ostatak turističkih oblika (Aoyama, 2009). Andaluzija, kao i Španjolska, ne promoviraju kulturni turizam samo organiziranjem

dogadajima, već i ponudom obuka i treninga za plesače, pjevače i svirače flamenca, kao i obuku o povijesti flamenca. Također, razvija se i smještajna ponuda za potražnju kulturnog turizma. Uprava Andaluzije ima različite marketinške strategije za različita tržišta, pa tako Ujedinjenom Kraljevstvu promoviraju gastronomiju, umjetnost, povijest i prirodu, dok Njemačkoj šalju promotivne materijale o urbanim gradovima i utverdama. Ministarstvo kulture i turizma u Španjolskoj organizira i brojne flamenco nastupe u Sjedinjenim Američkim Državama, Ujedinjenom Kraljevstvu, Njemačkoj, Japanu i Skandinavskim zemljama. Ovakvi događaji promoviraju nove umjetnike, čime im omogućuju vidljivost i prodaju svojih glazbenih materijala, ali također stvaraju vidljivost za kulturu Andaluzije, tj. Španjolske, te na taj način potiču kulturni turizam.

U 2004. godini Andaluziju je posjetilo 626.000 turista koji su došli prvenstveno zbog flamenca. Iako su ti turisti generirali prihod od 54 milijarde eura, čine samo mali postotak ukupnog broja turista u regiji, točnije 2,8%. Iako je ovo vrlo mali postotak turista, koji bi mogli reći da regija i država mogu preživjeti i bez njih, i dalje se ulaže u taj segment turizma jer se smatra vrlo važnim iz nekoliko razloga. Prvi i najvažniji razlog je očuvanje samog flamenca. Kao što je spomenuto ranije, flamenco je potekao od Roma, ali danas većina flamenco umjetnika nema nikakve veze s Romima. Da nema turista koji dolaze gledati nastupe, postavlja se pitanje bi li se ta tradicija i kultura održala. Specifičan ples i pjesma postali su svojevrsan simbol cijele Španjolske, a većina turista pogledat će nastup ili kupiti neki suvenir vezan uz flamenco, čime potiču daljnje očuvanje te tradicije. Drugi razlog je taj što flamenco pridonosi diverzifikaciji destinacije. To je nešto čime se samo Španjolska, a ponajviše Andaluzija, može pohvaliti. Treći razlog je taj da kulturni turisti čine poželjnu klijentelu. Ostaju duže u destinaciji, troše više i najčešće se vraćaju u destinaciju. Kulturni turisti koji dolaze zbog flamenca čine 60% stranih turista, a među njima su u najvećem postotku Japanci (Aoyama, 2009).

Slika 2 Ples Flamenco



Izvor: Flamenco, Spain's most famous „art“, Spain.info, <https://www.spain.info/en/discover-spain/flamenco-spain/> (08.05.2024.)

Država Španjolska je davno prepoznala vrijednost flamenca u turizmu i počela ga promovirati kao nacionalno blago. S vremenom je Andaluzija, kao regija odakle flamenco potječe, preuzela većinu promotivnih aktivnosti. Vrijedno je hvaliti to što, iako flamenco turizam ne pridonosi velikom postotku zarade, ipak se ulaže u njegov razvoj i promociju kako bi se očuvao taj važan dio kulture.

Istraživanje Munoz-Fernandez i dr. iz 2023. godine pokazuje kako se promijenila struktura kulturnih turista. Autori navode kako je prosječni flamenco turist srednjih godina (7,50% čine osobe u dobi od 30 do 49 godina), ženska osoba (59,60%), s višim obrazovanjem (75% s fakultetskom diplomom) i primarno domaći turisti (65,10%). Ovo istraživanje pokazuje kako se povećao broj domaćih turista, koji također prepoznaju vrijednost očuvanja lokalne kulture. Češka također njeguje svoju kulturu i običaje, a to se posebno ističe u pokrajini Moravskoj. Moravska je, uz Bohemiju i Češku Šlesku (Czech Silesia), povijesna pokrajina Češke Republike koja danas administrativno ne postoji. Sve tri pokrajine imaju veliku povijesnu važnost, kako za Češku, tako i za Europu. Spominju se u češkom ustavu i na njihovom grbu. Moravska je druga najveća od tri pokrajine i druga po broju stanovnika. Moravska se diči mnogim turističkim atrakcijama, među kojima se nalaze i atrakcije kulturnog turizma (Amazing Czechia). Jedno od najatraktivnijih povijesnih i kulturnih lokacija su bojišta. Češku, a posebno Moravsku, posjećuje dosta turista upravo s motivom posjeta Austerlitzu, bojištu iz doba Napoleona (Šťastná et al., 2020).

Austerlitz je lokacija poznata po istoimenoj bitci, često nazvanoj i bitkom triju vladara, gdje je 1805. godine Napoleon sa svojom vojskom porazio austrijsku i rusku vojsku te prodro do Beča. Ovo je bila njegova najznačajnija pobjeda kojom je stekao poštovanje cijele Europe, a sporazumom je dobio Veneciju, Dalmaciju i Istru na upravljanje. Posljedice ove pobjede osjetile su se u nekoliko današnjih država. Ova pobjeda i sporazum označili su kraj Svetog Rimskog Carstva (Jensen, 2003).

Napoleonovo umijeće ratovanja proučavaju mnogi i pišu o taktikama u toj bitci, pa nije ni čudno da lokalitet posjećuju mnogi na svom putovanju u Češku. Brojke se kreću oko 20.000 posjetitelja godišnje, prema Št'astná et al. (2020). Ovo ne čini veliki postotak u ukupnom broju posjetitelja Češke, ali autorica naglašava kako za kulturni turizam nije bitna kvantiteta. Uz samo bojište Austerlitz, posjetitelji obilaze i ostala bojna polja i fortifikacije koje su služile kao obrana od nacista, kao i logore iz tog doba.

Na lokalitetu Austerlitz, osim samog polja na kojem se odvila bitka, nalazi se i muzej te spomenik palim borcima. Cijelo područje je zaštićeno. U muzeju se može vidjeti bitka iz perspektive umjetnika, pisaca, glazbenika i redatelja (Muzeum Brněnska, 2020).

Slika 3 Spomenik bitke kod Austerlitza 1805.godine



Izvor: Photo Gallery, Austerlitz Battelfield, <https://www.austerlitz-battlefield.com/photo-gallery/> (10.08.2024.)

Kao najzanimljiviju stavku za posjet može se istaknuti utjelovljenje bitke koje se održava na godišnjoj razini na dan završetka bitke. Sudjeluje 900–1000 „vojnika“ volontera koji u uniformama iz tog doba oponašaju poznatu bitku. Volonteri dolaze iz raznih država kako bi sudjelovali u slavnoj bitci. Sam događaj ima veliku posjećenost, oko 10.000 posjetitelja. U sklopu ovog događaja organizirani su razni koncerti, vođene ture u kostimima (storytelling ture)

i drugi popratni sadržaji. Turistička zajednica Češke svakako naglašava kako ovaj događaj nije namijenjen u čast i slavu Napoleona ili samog rata, već u svrhu osvještavanja zajedničke povijesti Europe (Visit Czechia).

U blizini bojišta nalazi se i dvorac obitelji Kounic, napravljen u baroknom stilu s baroknim vrtom. Danas je to jedna od ljepših i očuvanijih građevina u Moravskoj. U dvorcu su obitavali ruski i austrijski carevi prije poznate bitke, a sam Napoleon nakon svoje pobjede. U prostorijama dvorca potpisan je i mirovni sporazum nakon bitke. Specifično je to da je dio dvorca napravljen s posebnom pažnjom na akustiku jer je bilo bitno da informacije o važnim političkim pregovorima ne izađu iz tih prostorija (South Moravia).

Slika 4 Utjelovljenje bitke Austerlitz



Izvor: Project Austerlitz, <https://www.austerlitz.org/en/austerlitz-2024-tickets-for-the-tribune/> (10.08.2024)

Slika 5 Utjelovljenje bitke Austerlitz



Izvor: Project Austerlitz, <https://www.austerlitz.org/en/austerlitz-2024-tickets-for-the-tribune/> (10.08.2024)

Slika 6 Dvorac Austerlitz



Izvor: Slavkov Castle – Austerlitz, South Moravia, <https://www.south-moravia.com/en/experiences/o70382-slavkov-castle-%E2%80%93-austerlitz> (10.08.2024.)

Iz navedenog primjera može se vidjeti da Česi održavaju dio svoje povijesti živim. Iako je ovo dio povijesti koji im nije donio pobjedu, smatraju da se povijest treba vjerno prikazivati bez obzira na ishod.

3. ATRAKCIJSKA I RESURSNA OSNOVA CETINSKE KRAJINE ZA RAVOJ KULTURNOG TURIZMA

Ovo poglavlje rada proučit će atrakcijsku i resursnu osnovu Cetinske krajine. Odredit će koji su to subjekti ponude kulturnog turizma koji se trenutno nalaze na ovom području te njihovo dosadašnje djelovanje u cilju razvoja kulturnog turizma. Naposljetku, pružit će valorizaciju kulturne i atrakcijske osnove Cetinske krajine za razvoj kulturnog turizma.

3.1 Pregled resursne osnove

Sve turističke atrakcije predstavljaju turističke resurse, ali nisu svi turistički resursi atrakcije. Iako se ovi nazivi često koriste kao sinonimi, što nije u potpunosti krivo, postoji razlika između njih.

Kušen dijeli turističke resurse u tri skupine: temeljne turističke resurse, koji predstavljaju bazu za atrakcije, ostale turističke resurse i indirektno turističke resurse. U temeljne turističke resurse spadaju realne i potencijalne turističke atrakcije o kojima je pisano u prethodnom poglavlju. U ostale turističke resurse ubrajaju se ugostiteljski objekti, ljudski resursi za turizam, turistički

razvijene zone, turistička mjesta, turističke destinacije, putničke agencije, organizacije i udruge turizma, turističko informiranje i promoviranje, turistički informacijski sustav, znanje lokalnog stanovništva o turizmu, turistička privlačnost susjednih destinacija. U indirektnu turističke resurse ubrajaju se razina očuvanja okoliša, geografska pozicija, prometna povezanost, komunalna i društvena infrastruktura, kvaliteta prostornog planiranja, izgled zgrada, ulica i parkova, politička stabilnost i drugi (Kušen, 2010).

Što se tiče ostalih turističkih resursa, u Sinju se nalaze mnogobrojni ugostiteljski objekti i street food objekti gusto smješteni u gradsku jezgru. Osim u jezgri grada, postoje i brojni ugostiteljski objekti u manjim mjestima i selima oko Sinja. Među njima se može istaknuti Caffe bar „Cetina“, smješten na lijepoj poziciji uz rijeku Cetinu, te izletišta „Panj“ i restoran „Stari most“. Grad Sinj i Cetinska krajina još uvijek nemaju jasno definirane turistički razvijene zone. S obzirom na veliki broj turista koji dolaze na Alku i u svetište Gospe Sinjske, samu jezgru grada moglo bi se okarakterizirati kao intenzivniju turističku zonu. Međutim, osim toga, na području Grada Sinja i Cetinske krajine još uvijek se nisu iskristalizirale jasno aktivne turističke zone s većom koncentracijom turista.

Gledajući ljudske resurse, na ovom području postoje ljudi koji poznaju kraj i koji bi mogli biti turistički vodiči, no ne vjeruju da mogu privući turiste i nemaju motivaciju za stjecanjem potrebnih certifikata. S druge strane, radnici u ugostiteljskim objektima, iako se susreću sa stranim turistima, također nemaju dojam da postoji turizam u Sinju, te stoga ne vide potrebu da se postave kao informatori o destinaciji. Turiste više vide kao „zalutale“ pojedince. Organizacije u turizmu, poput turističkih zajednica, na području imaju ljude koji vjeruju da turizam u Cetinskoj krajini može uspješno egzistirati i trude se svim silama to pokazati potencijalnim turistima i lokalnoj zajednici. Međutim, iako na područje počinje pristizati sve više turista, lokalna zajednica kao da ne želi sudjelovati u turizmu. Nekoliko primjera iz lokalne zajednice koji su uključeni u turizam jesu agencije poput „Vučković Travel“ i „Dinaric Guides“, no obje agencije se više bave emitivnim turizmom negoli receptivnim. Veće agencije koje djeluju na ovom području dolaze iz Splita, a uglavnom se bave turama aktivnog turizma.

Gledajući indirektnu resurse, Cetinska krajina ima povoljnu poziciju, s obzirom na to da je prometno dobro povezana sa Splitom, splitskom zračnom lukom i trajektnom lukom. Uz to, pristupi Cetinskoj krajini dobro su povezani s autocestom, pa se tako nalaze dva velika čvora autoceste A1 – „Dugopolje“ i „Bisko“, koji povezuju Cetinsku krajinu s ostatkom Hrvatske. U Cetinskoj krajini nalazi se i granični prijelaz „Kamensko“, jedan od najvećih u Dalmaciji, koji povezuje grad Split s Bosnom i Hercegovinom. Dobru prometnu povezanost Cetinska krajina može zahvaliti svom geografskom položaju. Smještena između planina Dinare, Kamešnice, Svilaje u dolini rijeke Cetine, svega je 35 kilometara udaljena od obale. Navodeći ove elemente,

ističu se i temelji bioraznolikosti ovog područja i njegove prirode, koja je vrlo dobro očuvana. To potvrđuje i činjenica da dio Cetinske krajine sada pripada parku prirode „Dinara.

3.2 Pregled atrakcijske osnove

Atrakcijska osnova važan je dio turističke destinacije. Turistička destinacija je jasno određeno geografsko područje koje je označeno određenim fizičkim značajkama, potencijalnim i realnim atrakcijama te prostornom povezanošću tih atrakcija i drugih turističkih objekata. Mora se napomenuti da se razlikuju primarne destinacije od destinacija višeg reda. U primarnoj destinaciji postoji područje jednog ili nekoliko turističkih lokaliteta koji su u blizini obližnjeg funkcionalnog prostora. Realne turističke atrakcije sa pripadajućom infrastrukturom u primarnoj destinaciji određuju postojeći turistički proizvod destinacije. Potencijalne turističke atrakcije u primarnoj destinaciji, zajedno s pripadajućom infrastrukturom, određuju vrstu i strukturu turističkog razvoja koji je moguć u destinaciji.

Područje koje nema ni realnih ni potencijalnih turističkih atrakcija ne može postati turističkom destinacijom. Međutim, područje koje ima potencijalnu atrakciju može se smatrati potencijalnom turističkom destinacijom, čije se atrakcije trebaju razmotriti, evaluirati i pripremiti za turističke aktivnosti. Turističke atrakcije su razlog zbog kojeg turisti posjećuju destinaciju i zato se smatraju primarnim, odnosno temeljnim turističkim resursom. Kako bi se privukli turisti, promovirati se smiju samo realne atrakcije. Za potencijalne atrakcije potrebno je prvo omogućiti fizički pristup, tj. pristup javnosti, vođene ture i interpretacije, a atrakcije moraju imati i tiskane informacije te odgovarajuće potpise i zaštitu.

Kao što je poznato, ne privlači svaka atrakcija svaku vrstu turista. Određene atrakcije privlače specifične segmente turista, čime omogućuju razvoj određenih oblika turizma. Na primjer, Crkva Čudotvorne Gospe Sinjske predstavlja kulturni spomenik, ali i vjerski spomenik, te kao takva stvara bazu za kulturni i vjerski turizam. Osim na potencijalne i realne, Kušen dijeli atrakcije na sljedeće kategorije: geološke značajke, klima, voda, flora, fauna, zaštićeno prirodno nasljeđe, zaštićeno kulturno nasljeđe, poznate osobe i povijesni događaji, posebna događanja i event, kulturne i vjerske institucije, prirodni spa izvori, sportski i rekreacijski objekti, turističke staze, putevi i ceste, atrakcije za atrakcije i turističke paraatrakcije (Kušen, 2010). Neke od ovih vrsta atrakcija isprepleću se i imaju karakteristike koje ih omogućuju svrstati u nekoliko kategorija. Kao što je spomenuto ranije, svaka destinacija nema sve vrste atrakcija. Sinjska Cetinska krajina primarno obiluje prirodnim atrakcijama, kao i kulturnim i vjerskim atrakcijama. Slijedi detaljan pregled. Ovo područje još uvijek nije prekomjerno izgrađeno, te zahvaljujući tome, zelenih površina i prirodnih bogatstava ne nedostaje. Vode, poput rijeka Cetine i Rude te jezera Peruća, predstavljaju prirodne vodene atrakcije koje su lako dostupne,

besplatne i idealne za dan proveden u prirodi. Vode su čiste i održavane, koriste se za piće na određenim dijelovima, ali i za kupanje.

Kao svjetski prepoznata atrakcija, izdvaja se zaštićeno prirodno nasljeđe – izvor Cetine, popularno nazvan "Oko". Ovaj izvor je jedan od tri izvora Cetine i prisutan je stalno. Zaštićen je od 1972. godine kao hidrološki spomenik prirode. Predstavlja važan izvor pitke vode, a odnedavno je službeno zabranjeno kupanje u njemu.

Slika 7 Izvor Cetine



Izvor: Izvor rijeke Cetine – Hrvatske, Putokaz , <http://www.putokaz.me/u-svijetu/1478-izvor-rijeke-cetine-hrvatska> (21.04.2024.)

Osim izvora Cetine, zaštićeni krajobrazi su i kanjon Cetine, Ruda, Rumin te Sutina. Kanjon Cetine zaštićen je krajobraz od 1963. godine. Rijeka Cetina usjekla se u vapnenačku podlogu i stvorila kanjon u kršu. Rijeka je svojim tokom oblikovala strane koje su visoke i do 300 metara. U njenom ušću, zahvaljujući kombinaciji slatke i slane vode, stvara se posebna biocenoza. Rijeka i njen kanjon zaštićeni su zbog bogate faune u njenom toku, poput cetinskog vijuna, crvenkrpice i oštrulje. Duž kanjona rijeke postavljene su poučne table, a poučna staza proteže se na 2,6 kilometara te ima 5 vidikovaca, 11 odmorišta i 10 informativnih tabli. Kanjon Cetine nije iskoristiv samo u edukativne svrhe, već i u rekreativne. Popularan je rafting u kanjonu, kao i penjanje. Rijeka Ruda, kao najveći pritok Cetine, zaštićena je 2000. godine kako bi se očuvala bjelonogi rak. Pod zaštitom su kanjon rijeke i mlinica koja se nalazi na izvoru rijeke. Ovdje obitava nekoliko ugroženih vrsta riba, zbog čega je u zaštićenom dijelu rijeke zabranjen sportsko-rekreativski ribolov. Još jedan pritok Cetine, potok Rumin, zaštićen je krajobraz također od 2000. godine. Potok je zaštićen zbog krajobrazne vrijednosti izvora te zbog ljepote. Zaštita obuhvaća Veliki i Mali Rumin. Mali Rumin presušuje tijekom ljeta, dok Veliki nikada

ne presušuje. Sutina je također potok koji je pritok rijeke Cetine i zaštićen je 2000. godine. Pod zaštitom je kanjonski dio potoka i okolno područje. Potok je veći dio godine siromašan vodom, a njegov izvor nalazi se u mjestu istog naziva. Potok dobiva vodu također i iz izvora Bila Vrila. I na ovom izvoru nalazi se stara mlinica (Gabelica et al., 2002).

Osim prirodnih atrakcija, zahvaljujući bogatoj povijesti, destinacija danas obiluje zaštićenim kulturnim naslijeđem te kulturnim i vjerskim institucijama.

Jedna od bitnijih vjerskih atrakcija svakako je hodočasnička staza Gospi Sinjskoj. Staza Gospi Sinjskoj je hodočasnički put koji iz nekoliko pravaca vodi hodočasnike prema najvećem Marijanskom svetištu na južnohrvatskim prostorima. Svake godine, ususret blagdanu Velike Gospe, u danima između osmog i petnaestog kolovoza, tisuće hodočasnika kreću na put prema gradu Sinju, a 15. kolovoza održava se središnja svečanost proslave - svečana procesija i misa. Hodočasnici pristižu iz nekoliko pravaca, a najviše iz pravca Solina i iz pravca Bosne i Hercegovine. U danima hodočašća, MUP iz godine u godinu upozorava hodočasnike da slijede prometne propise i budu na oprezu, s obzirom da se kreću prometnim cestovnim pravcima. Uz dodatnu opreznost hodočasnici, uvijek se sugerira i oprez vozačima. Iako u manjem broju, tijekom hodočašća nažalost je dolazilo i do nesreća.

Potaknut tim nesrećama, najveći hrvatski alpinist Stipe Božić odlučio je sudjelovati u projektu trasiranja Hodočasničkog puta - Staze Gospi Sinjskoj, koja koristi trasu stare željeznice koja je povezivala Sinj sa Splitom, Sinjske ferate (u narodu zvane „Rera“). Ova trasa ferate danas nije iskorištena u prometne svrhe, te je kao takva poslužila kao izvrsno rješenje za odmak ljudi od prometnica tijekom hodočašća. Staza se redovito održava te je pogodna za hodočašće u bilo koje doba godine, ne nužno isključivo uoči svetkovine Gospe Sinjske. Staza je podijeljena u pet dionica, a svaka dionica ima svoj pečat koji hodočasnici mogu utisnuti u svoje knjižice, čime stvaraju uspomenu na svoj hodočasnički pothvat. Put počinje kod svetišta na Gospinu otoku, gdje se nalazi pečat prve kontrolne točke, i kreće kroz prvu dionicu, Solin-Klis. Na kraju prve dionice, koja završava na željezničkoj postaji u Klisu, nalazi se drugi pečat, čime se ulazi u drugu dionicu, Klis-Dugopolje. Druga dionica vodi trasom uskotračne željeznice te se penje do Klis-Grla. Nakon toga, staza se spušta do Stećaka koji se nalaze blizu Gospine kapelice u Dugopolju, a tu se nalazi i treći pečat na ovoj Stazi. Sljedeća dionica je Dugopolje-Dicmo, koja prolazi kroz industrijsku zonu u Dugopolju i završava na željezničkoj stanici u Dicmu. Sljedeća trasa ide kroz Dicmo i zaustavlja se kod spomen obilježja civilnim žrtvama rata. Na tom mjestu nalazi se i četvrti pečat na hodočašću.

Slika 8 Hodočasnička staza Gospi Sinjskoj



Izvor: Staza Gospi Sinjskoj, <https://stazagospisinjskoj.hr/>, (20.05.2024.)

Dalje stazom se ide prema Sinju, a kroz Sinjsko naselje Brnaze stiže se do samog grada Sinja, gdje se Alkarskim trkalištem i Brnaškom ulicom dolazi do Svetišta Čudotvorne Gospe Sinjske, gdje se ujedno može utisnuti i posljednji pečat na ovoj ruti. Pečat obilježava uspjeh hodočasnika kojeg je njegova volja i snaga dovela do jednog od najvećih Marijanskih svetišta, kako bi proslavio blagdan Velike Gospe (Staza Gospi Sinjskoj).

Sve ove atrakcije nekada su bile resursi koje se valoriziralo i uređivalo kako bi se mogli turistički koristiti. Osim prirodnih atrakcija, zahvaljujući bogatoj i divljoj povijesti na ovom području, destinacija danas obiluje zaštićenim kulturnim naslijeđem te kulturnim i vjerskim institucijama, koje će se detaljnije opisati u poglavlju 3.3.

3.3 Subjekti ponude kulturnog turizma Cetinske krajine

Svaka osoba ili organizacija koja je uključena u turističke aktivnosti neke destinacije, izravno ili neizravno, sudjeluje u kreiranju turističke ponude te destinacije i kao takva smatra se subjektom ponude. Subjekte ponude možemo podijeliti na:

- društvene subjekte – različite udruge, organizacije i ustanove koje potiču razvoj i turistički promet,
- gospodarske subjekte – poslovne organizacije, obrti i građani koji obavljaju različite djelatnosti u turizmu,
- strukovne subjekte – strukovne udruge i komore,
- državne i paradržavne subjekte – administrativna tijela,

- međunarodne subjekte – međunarodne organizacije (Rumenović, 2020: 20).

U ovom poglavlju napraviti će se pregled nekih od najvažnijih subjekata koji čine kulturnu ponudu Cetinske krajine. U prvom redu predstaviti će se Sinjska alka, koja se kao viteška igra, djelovanjem volontera udruženih u Viteško alkarsko društvo, već 300 godina održava u gradu Sinju, a potom i čuvari povijesti: Muzej Cetinske krajine, koji u svojoj zbirci krije razne artefakte od prapovijesti do danas, te Muzej Sinjske alke, koji na moderan i interaktivan način prezentira povijest ove viteške igre.

3.3.1 Sinjska Alka

Sinjska Alka je viteška igra koja se, prema predaji i povijesnim izvorima, održava već više od 300 godina, odnosno od 1715. godine. Kao takva je međunarodno priznata te je uvrštena na UNESCO listu nematerijalne baštine. Prema pravilniku UNESCO-a, ključni kriteriji prilikom izbora i proglašenja nekog djela usmene i nematerijalne baštine su sljedeći:

- „ukorijenjenost dotičnog kulturnog izričaja u povijest određene zajednice,
- njegova uloga u potvrđivanju identiteta zajednice,
- svjedočanstvo žive kulturne tradicije te sposobnost da bude sredstvo međukulturalne razmjene i zbližavanja naroda i zajednica“ (<http://portal.unesco.org/culture>, 15.09.2024.).

Za cjelokupno razumijevanje ove viteške igre potrebno je vratiti se 300-ak godina unatrag i objasniti povijesni kontekst u kojem i zbog kojeg je Alka nastala.

U srednjem vijeku Hrvatska je bila izložena konstantnoj opasnosti od turskih napada te je u to vrijeme bila svedena na svoj najmanji teritorijalni opseg u povijesti. Sinj i Cetinska krajina, kao pogranično područje prema Bosni i Hercegovini, koja je bila pod turskom vlašću, nisu bili izuzeti od te opasnosti. Godine 1513. Turci su osvojili ovo područje te su njime vladali sve do 1686. godine. To je godina u kojoj su Mletačke snage uspjele okupiti dovoljno ljudi i resursa kako bi silovito napale Sinjsku tvrđavu. Nakon nekoliko sati žestokih borbi, Mletačka vojska, u kojoj su bili i pripadnici lokalnog stanovništva, uspjela je osvojiti Sinjsku tvrđavu.

Slika 9 Osvajanje Sinjske Tvrđave 1686. godine



Izvor: Samardžić, J. (2015) BITKA ZA SINJ I SINJSKA ALKA, Završni rad, Sveučilište u Splitu

Važnost prostora Sinja i Cetinske krajine bila je u tome što je služio kao svojevrsna „tampon zona“ između obale, kojom su vladali Mlečani, i Bosne i Hercegovine, koja je bila pod turskom vlašću. Dok god su Turci vladali Sinjom, obala je bila pod prijetnjom od njihovih upada, a stavljanjem Sinja pod svoju vlast Mlečani su stvorili određenu sigurnost svojem priobalnom teritoriju. Od toga valja istaknuti područje Kaštela, čije je polje bilo važan ekonomski agregat jer je poljoprivredna proizvodnja u tom području bila vrlo razvijena, a Mlećima, kao velikoj trgovačkoj sili, to je bilo od velike važnosti. Međutim, nakon dugog vremena pod turskom vlašću i čestim previranjima između kršćanskog i turskog stanovništva, kroz period turske vlasti mnogo stanovništva napustilo je Cetinsku krajinu, te su Mletci nakon osvajanja dobili gotovo nenaseljeni prostor Cetinske krajine. S obzirom na situaciju u Bosni i Hercegovini, generalni dalmatinski providur pozvao je Franjevce iz Rame da povedu narod i nasele Cetinsku krajinu, na što su oni i pristali. Pod vodstvom fra Pavla Vučkovića, Franjevci su povelu narod u Sinj i sa sobom ponijeli sliku Blažene Djevice Marije, koja je kasnije okrunjena i ukrašena mnogim zlatnim nakitom (Samardžić, 2015).

Slika 10 Slika Gospe Sinjske okrunjene i okićene zlatom nakon čudesne obrane



Izvor: Svetište Gospe Sinjske, <https://www.gospa-sinjska.hr/wp/svetiste-gospe-sinjske/program-proslave-velike-gospe-2023/> (08.05.2024.)

Kada pričamo o Sinju danas, zapravo možemo pričati o potomcima ljudi koji su tada preselili iz Rame, malog grada u srednjoj Bosni, u Sinj i Cetinsku krajinu. Iako su Turci napustili Sinj, opasnost od njihovih napada nije jenjavala. Godine 1715. dogodio se najvažniji događaj u povijesti Sinja i Cetinske krajine koji je uvelike oblikovao tradiciju ovog područja. Naime, te godine je silna turska vojska od oko 60.000 vojnika upala u Cetinsku krajinu, opustošila prostor do same Sinjske tvrđave i napala grad. Sinj je branilo oko 700 ljudi, od kojih su dio činili vojnici, a dio domaće stanovništvo. Unatoč dugoj i napornoj opsadi, Sinjani su odolijevali svim silnim napadima i nisu dopustili neprijatelju da osvoji grad. U tome im je pomogla i Čudotvorna Gospa Sinjska koja se ukazala na bedemima grada u noći na 15. kolovoza 1715. godine, nakon čega su neprijateljski vojnici počeli bježati „glavom bez obzira“. Slika Čudotvorne Gospe Sinjske, koju su franjevci donijeli iz Rame, okrunjena je zlatnom krunom u znak zahvalnosti (Wenzel, 2015).

Kao podsjetnik na ovaj uspješan i hrabar vojni pothvat, a u zahvalu Majci Božjoj – Čudotvornoj Gospi Sinjskoj, proizašla je Sinjska alka koja, iako sinjska, u svojim elementima ima i turskog naslijeđa. Sam naziv „Alka“ potječe od turske riječi „Alca“, što znači krug, a oblik Sinjske alke sastoji se od dvije koncentrične kružnice širine 3,5 cm i 13,1 cm, povezane na tri mjesta.

Slika 11 Sinjska Alka (meta)



Izvor: Alkarski kolut – Alka , <https://www.alka.hr/alka-wiki/alkarski-kolut-alka-a13> (08.05.2024.)

Ovakav element mogao se pronaći na više mjesta na turskoj uniformi, a jedno od upečatljivih mjesta gdje se javlja su uzengije konjanika. Ovaj detalj danas je vidljiv u alkarskoj povorci na konju koji se naziva Edekom. Edek je osedlan i opremljen turskom opremom, jer je prema predaji to konj kojeg su branitelji tvrđave zarobili tijekom borbe.

Sinjska Alka je viteška igra koja se igra od 1715. godine i jedna je od rijetkih srednjovjekovnih viteških turnira u Europi koji su se sačuvali do danas. Kao takva, prepoznata je i od UNESCO-a te se nalazi na popisu zaštićene svjetske nematerijalne baštine. U povijesti se Alka održavala prilikom raznih svečanosti, a često i više puta godišnje. Sredinom 19. stoljeća Alka se počela održavati pod pokroviteljstvom Austrije, a u tom je periodu ustaljeno da se održava jednom godišnje, najčešće u mjesecu kolovozu. Početkom 20. stoljeća, u vrijeme „prve“ Jugoslavije, termin održavanja bio je druga nedjelja u kolovozu, a nakon Drugog svjetskog rata, pa sve do danas, termin održavanja postao je prvi vikend u kolovozu, koji obuhvaća petak, subotu i nedjelju. Zašto vikend? Iz razloga što se alkarski vikend sastoji od tri natjecanja: „Bare“, „Čoje“ i „Alke“.

Glavni element Alke jest alkarska povorka. U povorci sudjeluju vojvoda, alkarski momci, alkari koje dijelimo na alkare u pratnji barjaka, vojvodina ađutanta i alkare kopljanike, gradska limena glazba i bubnjari. Povorka je prezentacijski dio Alke: alkari predstavljaju viteze konjanike (plemstvo grada Sinja), dok alkarski momci predstavljaju pješaštvo i „obične“ ljude iz naroda.

Alkarski zapovjednik zove se „Alaj čauš“, zapovjednik alkarskih momaka je Harambaša, a zapovjednik cijele povorke je alkarski vojvoda. Alkari kopljanici su natjecatelji u ovoj igri.

Igra se održava na alkarskom trkalištu, koje je dugačko tristotinjak metara, a sam put alkara od starta („Biljega“) do alke je 160 metara. Ovaj put, u punom galopu, alkar mora prijeći za manje od 13 sekundi, pri čemu mu ne smije pasti ni jedan komad opreme kako bi se kvalificirao za sljedeći krug (alka.hr, 20.10.2025.). Natjecanje se odvija u tri kruga („trke“), a pobjednik je onaj koji prikupi najviše punata. U svakom krugu, alkar s kopljem u ruci prilazi meti – alki i nabada je na koplje.

Sama alka se sastoji od dvije koncentrične kružnice spojene na tri mjesta. Središnji mali krug nosi tri boda („punta“) i zove se „srida“, polje poviše nosi dva boda („punta“) i zove se „u dva“, a polja lijevo i desno od „sride“ nazivaju se „u jedan“ i nose jedan bod („punat“). Ako alkar pogodi alku, ali je ne nabode na koplje, tada se kaže da je pogodio „u ništa“, a ako alkar potpuno promaši metu, onda je on „promašio“. U oba slučaja, ne dobije bodove.

U slučaju kada alkar odbije metu bez da je nabio na koplje, a potom je u zraku uspije nabosti na koplje, tada mu se na bodove koje je osvojio pogotkom dodaju još tri boda. Pripreme za ovu igru odvijaju se nekoliko mjeseci prije same Alke. U početnoj fazi priprema alkari jašu sinjskim poljem kako bi istrenirali konje, a potom mjesec dana prije događanja dolaze na alkarsko trkalište, gdje navikavaju konje na okolinu, a zatim bruse svoje jahačke vještine i preciznost u gađanju.

Kao što je već spomenuto, Sinjska Alka nalazi se na popisu nematerijalne baštine UNESCO-a. Prema UNESCO pravilniku, ključni kriteriji odabira i proglašenja takvih djela jesu: „ukorijenjenost dotičnog kulturnog izričaja u povijest određene zajednice, njegova uloga u potvrđivanju identiteta zajednice, svjedok žive kulturne tradicije te sposobnost da bude sredstvo međukulturalne razmjene i zbližavanja naroda i zajednica“ (Vukušić, 2005). Iako se prema predaji Alka počinje održavati neposredno nakon bitke za Sinj 1715. godine, etnolozi smatraju da se s igrom započinje tek u drugoj polovici 18. stoljeća. Uz to, u Alci se primjećuju i neka inozemna obilježja poput načina na koji se sama igra izvodi, zajedno s njenim pripadajućim agonalnim obilježjima, vojničkog karaktera te uloge pojedinih sudionika, kao i viteške designacije koja je prisutna u njenom nazivu.

Važna značajka, osim što upućuje na vremensko i prostorno podrijetlo igre, jest da institucija viteštva na području Cetinske krajine nije imala stvarne reference, no ta ideja je vrlo dobro uklopljena u značenje igre koja po tipu pripada igrama sličnim „trki na prstenac“ u Barbanu u Istri. U Sinju je razlika jer se igra u novom okruženju snažno vezala uz ranije opisani povijesni događaj koji se konstantno ističe kao svoje ishodište i smisao. U skladu s tim, ideja viteštva pokazala se vrlo prikladnom za opisivanje junaštva predaka koji su iskazali svoju hrabrost u

obrani grada 1715. godine. Međutim, „izvorna“ ideja viteštva se, u prilikama ovih prostora, transformirala, temeljeći se na najpozitivnijim društvenim vrijednostima koje mogu funkcionirati u bilo kojem kontekstu (junaštvo, moral, požrtvovnost, hrabrost, ljubav prema vlastitom kraju, moral...).

Kao što se ideja viteštva na ovim prostorima oslobodila prvotnog značenja, tako se i sama igra može reći da je na prostoru Cetinske krajine premostila jaz koji su igre slične Sinjskoj Alki stvarale u hijerarhijskom društvu srednjovjekovne Europe, između ostalog i zbog toga što je u svoje redove i službeno uvrstila alkarskog momka – predstavnika cetinskog seljaštva – kao neizostavnog člana povorke (Vukušić, 2005). Time je igra postala dio društva Cetinske krajine u cjelini, bez obzira na slojeve. Kada se tome pridoda legenda o Čudotvornoj Gospi Sinjskoj, koja je prema predaji svojim ukazanjem na bedemima grada spasila Sinjane, onda u tom kontekstu sama igra postaje spomen ovog prostora iz više razloga. Žitelji ovog kraja tu igru čuvaju i prenose s generacije na generaciju.

3.3.2 Muzeji u Cetinskoj krajini

Važan dio u čuvanju i prezentaciji povijesti bilo kojeg naroda i prostora obavljaju muzeji kao institucije. U Cetinskoj krajini postoji nekoliko muzeja, a dva najvažnija su Muzej Cetinske krajine i Muzej Sinjske alke. Uz njih, od ostalih muzeja u Cetinskoj krajini izdvajaju se Muzej Triljskog kraja, Alkarski dvori te Galerija Sikirica.

3.2.2.1. Muzej Cetinske Krajine

Muzej Cetinske krajine osnovan je 7. srpnja 1956. godine pod nazivom Gradski muzej Sinj i od tada sustavno skrbi za očuvanje, zaštitu i prezentaciju kulturnog naslijeđa duhovne i materijalne baštine Sinja i Cetinske krajine. Od svog utemeljenja Muzej se nalazi u zgradi Palacina. Palacina je spomenički objekt i dio povijesnog sklopa, te zajedno s tvrđavom Kamičak čini zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske. U srpnju 2021. godine Muzej je proslavio 65 godina svog postojanja. Prigodno, u susret ovoj obljetnici, Muzej je prošao kroz rekonstrukciju, obnovu i opremanje zgrade, a predstavljen je i novi stalni postav. Novi stalni postav smjestio se na prvi kat zgrade, zajedno s prostorom namijenjenim privremenim izložbama. Korištenjem cijele etaže ispunjeni su prostorni preduvjeti za idejno rješenje izložbenog postava, u smislu povećanja raspoloživog prostora, kao i njegove funkcionalne neovisnosti prema drugim prostornim cjelinama u zgradi.

Prostorni okvir postava omogućio je raščlambu građe namijenjene izlaganju na male logične jedinice te aktivno sudjelovanje u prezentaciji. Uz to, preuzeo je i dio deskriptivnih i prezentacijskih uloga iz stalnog postava. Uz naglašenu atmosferu, stalni postav podijeljen je u

niz manjih sekvenci koje zauzimaju svoje manje sobe. Nizanje tematskih soba u skladu je s logičnim cjelinama sadržaja izložbe, čime se stvorio složen narativni slijed i mijenjanje ritma tijekom prolaska kroz izložbu. Navedene logične jedinice nastaju podjelom u dvije izdužene sobe, koje se opet dijele na manje prostorne dijelove, a na kraju se spajaju u prostornu cjelinu „guvna“, koja je sadržajno najizraženija cjelina. Podjela soba napravljena je postavljanjem laganih tekstilnih pregrada u boji, koje imaju dvostruku ulogu: usmjeravanje kretanja kroz postav i nizanje narativa unutar izložbenih cjelina. Pregrade su u tonovima zelene i plave boje kako bi bile u skladu s tematikom koja prevladava, a tim bojama se ujedno interpretira ambijent Cetinske krajine. Ovakvom evokacijom krajolika stvoren je specifični muzejski ugođaj u kojem svaki artefakt ističe svoje značenje, a ujedno se, kroz asocijaciju raznih pozadinskih motiva otisnutih na platnenim pregradama, povezuje s širim kulturnim i prirodnim kontekstom prostornog i tematskog okvira Muzeja.

Uvodna cjelina postava služi kao svojevrsna aklimatizacija posjetitelja na sam koncept postava. Prva prostorija je prostor u kojem je prezentiran reljef, kao i flora i fauna Cetinske krajine. Na taj način želi se inspirirati posjetitelja da identificira čovjekova staništa i, upoznavajući njegov okoliš, percipira uvjetovanost čovjeka i njegovog bitka u Cetinskoj krajini. Nakon kompaktne uvodne cjeline, posjetitelj dolazi do prve velike izložbene sekvence. U toj sobi, osmišljenoj kao prezentacijski prostor višeslojnog progressa čovjekova djelovanja na stanište, naglasak je stavljen na formiranje prvih nastambi, kuća, gradova, fortifikacija, sve do urbanizacije 20. stoljeća, uz naglasak na čovjekov socio-kulturni razvoj te edukaciju.

Slika 12 Tradicionalna odjeća Cetinske krajine u Muzeju Cetinske Krajine



Izvor: Vrca, A. (2021) Crtica s otvorenja novog stalnog postava Muzeja Cetinske krajine – Sinj, Muzej Cetinske krajine (20.05.2024.)

Kao kontrast progresu, prezentiraju se i društvene anomalije koje zaustavljaju razvoj kroz prizmu pet ratova. Postav posjetitelja dalje vodi kroz deambulatorij pa sve do najekspresivnijeg

dijela postava – govna, multimedijalne kružne instalacije. U ovom prostoru posjetitelju je prezentiran niz narativnih slijedova izložaka, od tradicijskog nakita do narodnih nošnji žena i muškaraca te narodnih glazbala, koji posjetitelja postupno uvode u samu temu instalacije. Treća soba tematski je podijeljena na dvije cjeline: prva je „od polja do stola“, a druga su vjerovanja i običaji. U prvom dijelu naglasak je stavljen na rad, a u njemu su prezentirani način obrade zemlje i korištenja alata, mlinice u Grabu, način izrade zelovske glinene lule i peke te razvoj umijeća izrade posuđa od prapovijesti do danas.

Slika 13 Dio stalnog postava Muzeja Cetinske krajine



Izvor: Postav, Muzej Cetinske krajine, (<https://www.mck-sinj.hr/index.php/hr-hr/postav> 20.05.2024.)

Nadalje, tu su i „Didi s Kamešnice“ koji služe kao poveznica radnog i obrednog (običajnog), a oni u svojim pokladnim običajima povezuju pradavna slavenska vjerovanja s godišnjim ciklusom poljoprivrednih radova. Tradicionalni materijali koji se koriste za izradu kostima Dida s Kamešnice interpretirani su kao polupropusna prostorna zona muzeja koja poziva na prolazak. Uz zvuke Dida, posjetitelji dolaze do dijela postava koji prikazuje razne običaje povezane s obredima rođenja i ženidbe, kao i prikaz religije i vjerovanja. Sva vjerovanja ovog podneblja kroz različite periode imaju zajednički nazivnik – povezanost čovjeka i prirode. Temelj vjerovanja čine dan i noć (Sunce i Mjesec), šuma, voda i putovi. Kao i kod cijelog postava, i ovdje je dominantan narativ koji se koristi za prezentaciju. Kao kruna ove interdisciplinarnе prezentacije, na kraju je postavljena prezentacija blagdana Velike Gospe, koja je predstavljena kroz neraskidiv i kontinuirani odnos s hodočasnici. Sociološki i antropološki uvid u život ljudi u Cetinskoj krajini predstavljen je kronološki kroz četiri prostorne cjeline. Pažljivim odabirom artefakata kroz 22 zbirke te uklapanjem istih s pozadinom i pozadinskim motivima koji su utkani u platnene pregrade, postigao se specifičan muzejski ugođaj. Interdisciplinarni pristup prezentaciji stoljetne prošlosti ovog područja nastojao je posjetitelju olakšati razumijevanje kulturnog identiteta ovog prostora i ljudi (Vrca, 2021).

3.2.2.2. Alkarski Dvori: Muzej Sinjske Alke i Galerija Sikirica

Alkarski dvori nalaze se na temeljima spomeničke građevine Kwartiri koji potječu iz 18. stoljeća i francuske vladavine. Viteško alkarsko društvo željelo je napraviti svoje dvore i mjesto okupljanja, što im je omogućeno djelomično 1993. godine, kada su postali vlasnici dijela Kwartira, te konačno 2004. godine, kada su u vlasništvo dobili cijeli blok. Nekoliko godina kasnije počeli su graditi prostor koji je danas poznat kao Alkarski Dvori. Dvori su danas kombinacija privatnih i uredskih prostora Viteškog alkarskog društva, poput Vojvodinog salona, Alkarskog kluba i drugih. U Dvorima se nalazi i Muzej Sinjske Alke te Galerija Sikirica. Rekonstrukciju Kwartira, tj. izgradnju Alkarskih Dvora, pratili su konzervatori, a izgrađeni su tradicionalnim materijalima poput drva i kamena, dok se prostor djelomično nalazi i ispod zemlje (Alkarski Dvori).

Muzej Sinjske Alke složen je na dva kata, što mu daje dinamičnost, a povezuje ulaz i vojvodine prostorije. Otvoren je 2015. godine, simbolično na dan Alke, točno na 300. obljetnicu bitke. Muzej je jedan od najmodernijih u Hrvatskoj i na multimedijalan način uvodi posjetitelja u priču. Na samom početku posjetitelj može pogledati prikaz upravo te bitke pod gradom Sinjem 1715. godine, nakon čega nastavlja razgled muzeja. Postav se sastoji od različitih odora, opreme i oružja alkara Sinja, alkarskih statuta i pravilnika. U sredini muzeja postavljene su figure koje prikazuju alkarsku povorku sa alkarima i alkarskim momcima u stvarnoj veličini. Posjetitelj može saznati svaki detalj ove povijesne igre prolazeći kroz izložene predmete. Osim vizualnih izložaka, posjetitelji muzeja mogu čuti i zvučne elemente Alke, kao što su zvuk trube koji daje alkaru znak da počne trku ili koračnica koja svira u povorci. Jedan dio muzeja posvećen je samo slavodobitnicima te je predstavljen kao „zid slavnih“ na kojem se mogu vidjeti svi slavodobitnici kroz godine (Alka.hr).

Slika 14 Prikaz alkarske povorke u Muzeju Sinjske Alke



Izvor: Muzej Sinjske Alke, Visit Sinj, <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/muzeji/muzej-sinjske-alke>
(20.05.2024)

Slika 15 Alkarsko oružje u Muzeju Sinjske Alke



Izvor: Muzej Sinjske Alke, Visit Sinj, <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/muzeji/muzej-sinjske-alke>
(20.05.2024)

Galerija Sikirica također je smještena u Alkarske Dvore. Umjetnička galerija dobila je naziv po akademskom kiparu Stipi Sikirici, koji je rođen u Jabuci kod Trilja. Kipar je čitav svoj opus darovao gradu Sinju. Teme njegovih djela su domoljubne, a za njegove spomenike može se reći da stvaraju identitet grada Sinja i Cetinske krajine. Među poznatijim skulpturama ističu se Konjanik na Biljegu Alkarskog trkališta, zatim fontana Na Izvoru koja je poznata u narodu kao Luca, te vrata crkve Čudotvorne Gospe Sinjske.

Slika 16 Skulptura Konjanika



Izvor: Obnovljeni spomenik alkaru, Grad Sinj, <https://www.sinj.hr/obnovljen-spomenik-alkaru/> (20.05.2024.)

Ovi spomenici nalaze se po gradu Sinju, a u samoj galeriji može se pronaći više od 500 radova, uključujući skulpture, crteže, medalje i grafike. Na mnogim skulpturama mogu se prepoznati lica prijatelja umjetnika Sikirice. Osim što prikazuje umjetnikov opus, galerija služi i kao prostor za razne koncerte, radionice, predavanja te čak i projekcije filmova. Galerija ima i program za mlade koji potiče mlade umjetnike da razvijaju svoju kreativnu i umjetničku stranu (Visit Sinj).

Slika 17 Skulpture u Galeriji Sikirica



Izvor: Galerija Sikirica, Visit Sinj, <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/galerije/galerija-sikirica> (20.05.2024.)

Alkarski dvori tako pružaju cjelovitu priču o Alci, njenom nastanku, ljudima koji su je stvorili i ljudima koji je nastavljaju čuvati kao dio svoje povijesti i svog identiteta.

3.2.2.3. Muzej Triljskog Kraja

Muzej Triljskog kraja, kao što mu i sam naziv govori, čuva i prikazuje život i običaje grada Trilja i okolice. Trilj je, uz Sinj, najveći grad u Cetinskoj krajini koji je 1996. godine osnovao svoj muzej, a 2006. godine ga otvorio za javnost. To ga svrstava među najmlađe hrvatske muzeje. Muzej se smjestio u staroj župnoj kući u Trilju. Ima Etnografsku, Kulturno-povijesnu, Arheološku i numizmatičku zbirku, a svojim posjetiteljima nudi i edukativne radionice te stručna predavanja. Muzej ima dva stalna postava.

Kao stalna izložba postavljena je ona koja prikazuje logor iz doba Rimljana pod nazivom „Tilurij – rimski vojni logor“. Zbirka prikazuje rezultate istraživanja logora koji se nalazio u današnjem Gardunu, u blizini Trilja. U istraživanju su pronađeni važni ostaci arhitekture te brojni drugi predmeti, kao što su dijelovi konjske i vojne opreme, novac, kuhinjski i medicinski pribor, koji su izloženi u muzeju. Ovi pronalasci u muzeju pričaju priču o životu jednog rimskog legionara u logoru (Muzej Triljskog kraja).

Slika 18 Arheološki pronalasci iz rimskog logora Tilurija



Izvor: Postav, Muzej Triljskog Kraja, <https://muzejtriljskogkraja.hr/postav-muzeja/> (20.05.2024.)

Drugi postav prikazuje etnografsku zbirku tradicionalnog života u 19. i 20. stoljeću na ovom području. Zbirka broji više od 200 izložaka koji prikazuju tipičan stil života u ruralnom području triljskog kraja. Predmeti ove zbirke donirani su od strane privatnih osoba koje su u

svojim kućama čuvale starine svojih predaka. Izloženi predmeti korišteni su u obradi zemlje, pripremi hrane, izradi odjevnih predmeta te tradicionalnih nošnji (Muzej Triljskog kraja).

Slika 19 Dio Etnografske zbirke u Muzeju Triljskog Kraja



Izvor: Postav, Muzej Triljskog Kraja, <https://muzejtriljskogkraja.hr/postav-muzeja/> (20.05.2024.)

Slika 20 Dio Etnografske zbirke Muzeja Triljskog Kraja



Izvor: Postav, Muzej Triljskog Kraja, <https://muzejtriljskogkraja.hr/postav-muzeja/> (20.05.2024.)

Cijena ulaznice je vrlo pristupačna, pa tako za odrasle iznosi 2 eura, a za djecu 1 euro. Zanimljivu skupinu čini i numizmatička zbirka koja sadrži rimski novac, ali i novac iz perioda Austro-Ugarske Monarhije, poput talira Marije Terezije. Zanimljivost muzeja je i virtualna

izložba pod nazivom „Ajmo u maškare“, koja opisuje pokladne običaje triljskog kraja, a ti običaji uvršteni su na popis kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Muzej odnedavno nudi i opciju virtualnog obilaska putem aplikacije koju je muzejski tim izradio u suradnji s Gradom Triljom i Ministarstvom kulture i medija Republike Hrvatske. U aplikaciji se mogu vidjeti 3D prikazi predmeta pronađenih u rimskom logoru. Uz svaki predmet nalazi se i kratki opis koji objašnjava od čega je predmet, iz kojeg je perioda te čemu je služio. Svi muzeji u Cetinskoj krajini čuvaju dio njezine povijesti i na različite načine prikazuju svoju baštinu. Mana ovih muzeja, kao i mnogih muzeja u Hrvatskoj, jest radno vrijeme. Naime, muzeji rade od ponedjeljka do petka od 08:00 do 16:00 sati, a poneki rade i subotom do 12:00 sati. Ovo ograničeno radno vrijeme smanjuje mogućnosti za posjete lokalnog stanovništva i vikend turista.

3.3.3. Kule Cetinske krajine

Cetinska krajina kroz povijest je bila pogranično područje, a u srednjem vijeku često je bila metom osmanskih napada. Kako bi zaštitile svoje posjede od turske opasnosti, feudalne velikaške obitelji, od kojih je najutjecajnija bila obitelj Nelipić, gradile su utvrde na istaknutim i strateški povoljnim točkama. Cilj je bio pravovremeno uočiti i uspješno odbiti neprijateljsku prijetnju, koja je najčešće dolazila iz pravca današnje Bosne i Hercegovine preko planinskih prijevoja. Iako se ovdje govori o razdoblju 14., 15. i 16. stoljeća, važno je istaknuti da je ovaj prostor bio naseljen još od prapovijesti, što je spomenuto i u prethodnom poglavlju. Neke od ovih utvrda nastale su upravo na temeljima prapovijesnih utvrda – gradina, koje su tadašnji stanovnici podizali u obrambene svrhe. Na tim temeljima kasnije se grade nove fortifikacije koje, iako izgrađene donekle neovisno jedna o drugoj, možemo promatrati kao dio jedinstvenog obrambenog sustava. Njegova je svrha bila spriječiti prodor Osmanlija u dalmatinsko zaleđe i prema obali. Iz tog razloga autor smatra da je povijesna uloga kula zanemarena i nedovoljno turistički valorizirana te želi skrenuti pozornost na njihovu veliku vrijednost i važnost za grad Sinj i Cetinsku krajinu. Kule koje čine ovaj sustav su: na vrličkom području Prozor i Glavaš, na širem sinjskom području Travnik kod Potravlja i utvrda Stari grad u Sinju te na triljskom području Gardun i Nutjak.

3.2.3.1 Utvrda Prozor

Tvrđava Prozor sagrađena je na prijelazu iz 14. u 15. stoljeće na području kojim je vladao cetinski knez Ivaniš Nelipić. Smještena je na strmoj stijeni odvojenoj od brda Kozjak, a s nje se pruža pogled na izvor rijeke Cetine, podnožje Dinare, Kamešničke vrleti i Peručko jezero. Ulaz u tvrđavu nalazi se na južnoj strani, a unutar nje su bile smještene mala kapelica i stan zapovjednika, odmah pokraj ulaza. U istočnom dijelu nalazili su se kvartiri (kuće za posadu),

dok je na sjevernoj strani bila okrugla kula s cisternom za vodu u svojim temeljima (Alduk, 2016).

Tvrđava se prvi put spominje 1406. godine u darovnici kralja Ladislava Napuljskog, kojom je darovao tvrđavu, vrličku župu i vlast nad plemićkim obiteljima Mišljenovića i Čubranića bosanskom vojvodi Hrvoju Vukčiću Hrvatiniću. Ivaniš Nelipić preuzima tvrđavu 1411. godine, a 1421. ona dolazi u posjed trogirskog plemića Mikca Vitturija, kojem ju je kralj Žigmund Luksemburški dodijelio zajedno s ljudstvom i financijskim sredstvima za nastavak rata s Venecijom.

U prvoj polovici 15. stoljeća Osmanlije iz Bosne prelaze preko dinarskog prijevoja Uništa i ulaze u Dalmaciju. Najizloženija turskim napadima iz tog pravca bila je upravo tvrđava Prozor u Vrlici. Turci je osvajaju oko 1520. godine te od tada Vrlika postaje dio Kliškog sandžaka. Mletački providur Giacomo Foscarini 1572. godine spominje Vrliku kao malu tvrđavu s turskom posadom od približno 30 vojnika.

Krajem 17. stoljeća tvrđava dospijeva pod mletačku vlast i ostaje pod njom sve do 1715. godine, kada, tijekom velikog osmanskog napada na Cetinsku krajinu, biva osvojena, a njezina posada pogubljena. Nakon toga tvrđava gubi svoju vojnu funkciju i postupno propada.

Obnova je započela 1988. godine, ali je naglo prekinuta 1991. zbog četničkih napada na Vrliku. Radovi su ponovno pokrenuti 2006. godine i od tada se nastavljaju (Alduk, 2016).

Slika 21 Utvrda Prozor



Izvor: Utvrda Prozor, Hrvatski Vojnik, <https://hrvatski-vojn timer.hr/utvrda-prozor/> (21.04.2024.)

3.2.3.2. Utvrda Glavaš

Nedaleko od tvrđave Prozor, u smjeru prijevoja Uništa, smjestila se utvrda Glavaš. Danas se koristi naziv Glavaš, iako se njezino izvorno ime ne spominje u povijesnim dokumentima. Na karti Matea Pagana iz 1525. godine te u nekim kasnijim izvorima navodi se naziv „Dinarić“, što se može povezati s činjenicom da se utvrda nalazi podno najvišeg vrha u Hrvatskoj – vrha Dinare.

S utvrde se pruža savršen pogled na prostranu dolinu oko izvora Cetine te na jedan od glavnih putova koji iz Knina vodi prema Bosni i Hercegovini preko prijevoja Uništa. Ova komunikacija razvijena je još u doba prapovijesti, o čemu svjedoče brojne gradine i tumuli oko izvora Cetine. Put su koristila polunomadska plemena koja su prije ljetnih vrućina okupljala stoku i ovim pravcem je vodila na dinarske pašnjake, gdje bi ostajala do prvih snjegova, nakon čega bi se vraćala u niža područja na prezimljavanje.

Srednjovjekovna tvrđava Glavaš sagrađena je na mjestu prapovijesne gradine, od koje je sačuvan kameni nasip – ostatak prapovijesnog bedema. O životu u prapovijesti svjedoče i brojni pronađeni ulomci keramike iz brončanog i željeznog doba. S obzirom na građevinske i fortifikacijske karakteristike, utvrda je vjerojatno građena tijekom 14., a sigurno tijekom 15. stoljeća.

Glavaš ima izdužen tlocrt, a njime dominira visoka, okrugla kula koja strši iz linije istočnog bedema. Današnji ulaz u tvrđavu je uništen, no pretpostavlja se da je bio smješten na južnoj strani istočnog grebena. Iza ulaza nalazilo se manje dvorište iz kojeg se ulazilo u stambene prostorije, najbolje očuvane u sjevernom dijelu, između istočnog i zapadnog bedema. Iz tih prostorija izlazilo se na drveni ophod po vrhu bedema, od kojeg su danas sačuvani samo otvori za grede. S drvenog ophoda dolazilo se do ulaza u glavnu kulu, koji je bio na visini njezina drugog kata. Taj kat bio je pokriven sedrenom kupolom, koja je djelomično sačuvana i danas. Zazidano krunište iz srednjeg vijeka svjedoči o kasnijim preinakama, ojačanjima i popravcima, vjerojatno izvedenima zbog čestih turskih prodora u drugoj polovici 15. stoljeća. Tijekom 14. i 15. stoljeća Glavaš je bio pod vlašću plemićkih obitelji Čubranović, Mišljenović i Berislavić.

Ova utvrda neraskidivo je povezana s jednim od najpoznatijih groblja kasnog srednjeg vijeka u Hrvatskoj – grobljem oko crkve sv. Spasa na izvoru Cetine. Neki od najljepših primjeraka srednjovjekovnoga nakita pronađeni su upravo na tom groblju, prilikom istraživanja koje je vodio arheolog Stjepan Gunjača. On je istražio preko 1.000 grobova ispod nekoliko stotina stećaka (Alduk, 2016).



Izvor: Dinara, HPD Pliva, https://www.hpdpliva.hr/Jalbum/2016/dinara/slides/03_Utvrda_Glavas.html
(21.04.2024.)

3.2.3.3. Utvrda Travnik

Dvadesetak kilometara južnije od Vrlike, na jednom brežuljku uz selo Potravlje, na istočnim obroncima Svilaje, nalazi se srednjovjekovna utvrda Travnik. U narodu je poznata i pod nazivima Gradina, Vinđušića gradina, Kotromanića kula i Bićin Grad (Alduk, 2016).

Brežuljak na kojem je sagrađena tvrđava predstavlja prirodno lako branjiv položaj, zaštićen dubokim i strmim vododerinama koje se spuštaju sa Svilaje. Zbog povoljnog strateškog položaja, na ovom mjestu još u prapovijesti nastaje gradina, čiji su ostaci suhozidnog bedema i danas vidljivi na istočnoj padini brijega. U podnožju tvrđave postojalo je naselje i u vrijeme rane antike (2.–3. stoljeće), što potvrđuju nalazi rimskih grobova, fibula i nadgrobnih stela obitelji Naevius. Osim toga, na brijegu su otkriveni tragovi kasnoantičkog utvrđenja i naselja s velikom crkvom i grobljem na lokalitetu Gradina.

Srednjovjekovna tvrđava Travnik prvi se put spominje 1372. godine kao dio posjeda velikaške obitelji Nelipić. Često se pojavljuje i u izvorima s početka 15. stoljeća, također kao vlasništvo iste obitelji. Godine 1505. tvrđavom su upravljali kaštelani Stjepan Martinošević i vojvoda Kožul. Turci su je vjerojatno osvojili oko 1520. godine, a prema predaji, topovima su je gađali s obližnje uzvisine Gradić. U kasnijim izvorima više se ne spominje, što upućuje na zaključak da je tada bila napuštena. Travnik je tvrđava trokutastog tlocrta s vrlo dobro očuvanim bedemima. Na jugoistočnom dijelu ističe se polukružna kula, djelomično utemeljena na bedemima ranijih utvrđenja. Ulaz sa stepenicama nalazio se na južnoj strani, a nekoliko slabije očuvanih zidova upućuje na postojanje objekata unutar tvrđave. Na lokalitetu je pronađeno tridesetak željeznih vršaka strelica za samostrijel i luk, datiranih na kraj 14. i početak 15. stoljeća. Osim toga, pronađena je i trojagodna naušnica te novac Hrvoja Vukčića Hrvatinića i

ugarski novac. Strelice se često povezuju s brojnim isporukama vojne opreme, oružja i ratnika koje su primorski gradovi tijekom 14. i početkom 15. stoljeća slali knezovima iz obitelji Nelipić (Alduk, 2016).

Slika 23 Utvrda Travnik



Izvor: Utvrda Travnik iznad Potravlja: Od prapovijesti je na tom mjestu gradina, Dalmatinski portal, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/utvrda-travnik-iznad-potravlja--od-prapovijesti-je-na-tom-mjestu-gradina/9627> (21.04.2024.)

3.2.3.4. Utvrda Stari grad u Sinju

Najveća fortifikacija svog vremena na ovom prostoru nalazila se u Sinju. Smještena na sjeverozapadnom kraju Sinjskog polja, na istaknutom brdu, pružala je pogled u gotovo svim smjerovima.

Na tom se mjestu još od prapovijesti nalazilo utvrđeno naselje ilirskog plemena Osinijata – Osinium. O njihovom postojanju svjedoči natpis u kojem se spominje genij, zaštitnički duh naselja. Tijekom rimske antike, glavni centri života u dolini Cetine bili su kolonija Aequum, čiji su ostaci pronađeni u selu Čitluk pokraj Sinja, te vojni logor Tilurium, smješten na Gardunu kod današnjeg Trilja.

Pretpostavlja se da je strateška važnost Sinjske tvrđave porasla u kasnoj antici, budući da se Kaštel Asinio spominje kao jedno od utvrđenja koje je u 6. i 7. stoljeću branilo obalu i širi prostor unutrašnjosti Salone. U ranom srednjem vijeku Sinjska utvrda postaje administrativno središte Cetinske županije, koja se spominje još u 10. stoljeću u djelima bizantskog cara i pisca Konstantina Porfirogeneta.

Međutim, današnji ostaci tvrđave potječu iz kasnog srednjeg vijeka, uz kasnije preinake turskih i mletačkih vlasti. U srednjovjekovnim izvorima Sinj se prvi put spominje 1341. godine, a već 1345. postaje glavno sjedište moćne velikaške obitelji Nelipić. U to je vrijeme Sinj bio kraljevska utvrda. Tijekom sljedećih stotinu godina Nelipići su postali najmoćniji feudarci unutrašnjosti Dalmacije, a Sinj je poprimio obrise malog srednjovjekovnog grada, koje je zadržao sve do prve polovice 18. stoljeća.

Nakon vladavine Nelipića, Sinjem su upravljale različite feudalne obitelji, od kojih su se istaknuli Talovci. Turski pritisci na ovo područje jačali su, a 1516. godine Osmanlije su osvojile Sinj, gdje su uspostavile upravno središte nahije.

Iz druge polovice 16. i prve polovice 17. stoljeća sačuvani su turski i mletački opisi Sinja. Dalmatinski providur Girolamo Foscarini izvještava o lošem stanju tvrđave, u kojoj je nedostajalo topova jer su premješteni u Knin. Podgrađe Starog grada nije bilo utvrđeno bedemima, a u njemu su živjeli i Turci i kršćani. Tijekom posjeta osmanskog putopisca Evlije Čelebije, Sinj je bio loše naoružan, slabo utvrđen, a bedemi su mu bili oštećeni. Tijekom njegova boravka dijelom su popravljeni. U tvrđavi i pod njom tada je živjelo nekoliko stotina ljudi, a ispod utvrde nalazili su se careva džamija, spremište žita i nekoliko kuća. Dizdar i turska gospoda stanovali su unutar tvrđave. Čelebija je također zabilježio lijepe vinograde oko grada, a obližnju planinu Svilaju nazvao je "Smokova gora".

Sinj je ostao pod osmanskom vlašću do 1686. godine. U noći 28. rujna 1686., nakon dugotrajnog topničkog napada, uslijedio je odlučujući juriš na grad. Turci su se povlačili s utvrđenih položaja prsten po prsten, sve dok nisu stigli do vrha tvrđave, gdje su se konačno predali. Napad je predvodio dalmatinski providur Girolamo Cornaro, a istaknuli su se splitski pjesnik Jerolim Kavanjin i zagorski harambaša Mate Nakić, koji je ovom bitkom nastojao povratiti povjerenje svojih Zagorana.

U narednim desetljećima život u Sinju i okolici se obnovio. Doselio se velik broj novih stanovnika, od kojih su mnogi preci današnjih stanovnika Cetinske krajine. Najviše ih je pristiglo pod vodstvom franjevac iz Rame, no mnogi su došli i iz Hercegovine te obližnjih Poljica. Franjevci su iz Rame donijeli Gospinu sliku te ispod bedema Sinjskog grada podigli crkvu i samostan.

U siječnju 1715. Turci su najavili novi rat dalmatinskom providuru, tada boravećem u Sinju. U srpnju iste godine, zvuk mačkula s Prologa (prijevoja na Kamešnici) označio je pokret goleme turske vojske iz Livna prema Sinjskom polju. Grad su branili malobrojni Sinjani i Cetinjani te mletački vojnici pod zapovjedništvom mletačkih časnika i fratara, među kojima se najviše istaknuo fra Pavao Vučković. U noći uoči blagdana Velike Gospe, Turci su se povukli.

Srednjovjekovni Sinj sastojao se od tri dijela. Prema kasnijim prikazima, na vrhu se nalazio dobro utvrđen kaštel Nelipića, odvojen visokim bedemima od ostatka grada. Taj dio danas je sačuvan samo u arheološkim ostacima. Drugi prsten bedema okruživao je prostor kaštela, dok je treći dio, vjerojatno stambeni, bio smješten na južnoj padini brda. Taj dio je također imao vlastite bedeme i kule, koji su najbolje očuvani i trenutačno su u procesu obnove.

Nakon oslobođenja od Turaka, na tom dijelu tvrđave podignuti su topnički položaji, dok je na zapadnoj strani izgrađen korlat (drvenom palisadom utvrđen prostor), koji je teško stradao tijekom opsade 1715. godine.

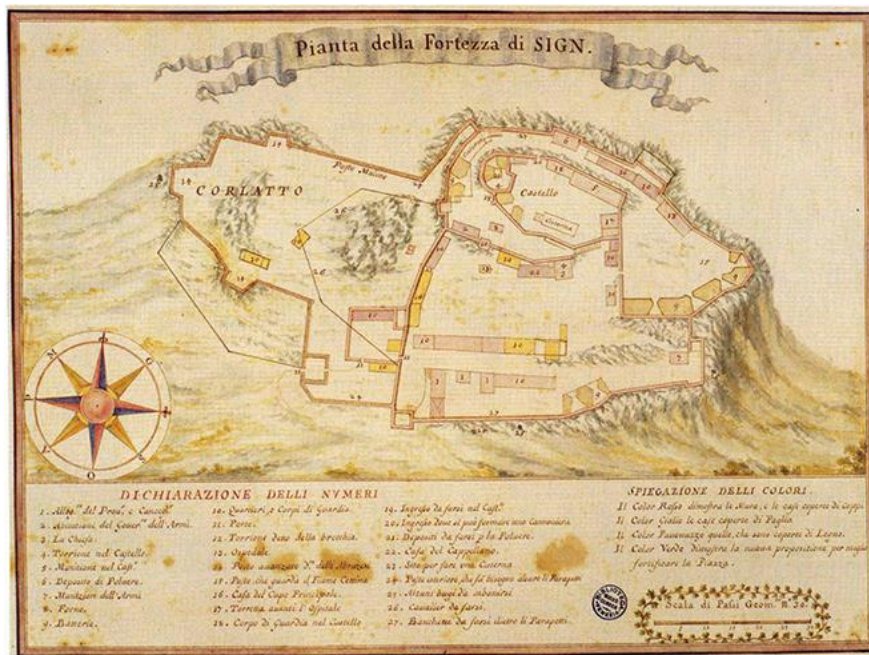
U prvoj polovici 18. stoljeća Sinj je postupno gubio svoju stratešku i vojnu važnost. Veliki potres 1769. godine teško je oštetio tvrđavu, a 1809. godine ostatke Starog grada minirale su i uništile francuske vlasti (Alduk, 2016).

Slika 24 Utvrda Stari Grad



Izvor: Tvrđava Grad, Visit Sinj, <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/znamenitosti/tvrđava-grad> (21.04.2024.)

Slika 25 Karta Utvrde Sinj



Izvor: Alduk, I. (2016) Kad je Sinj bio turski grad..., Da Imatinski portal, <https://dalimatinskiportal.hr/vijesti/kada-je-sinj-bio-turski-grad-/9653> (21.04.2024.)

3.2.3.5. Utvrde Čačvina i Nutjak

Trilj se nalazi oko 15 kilometara južno od grada Sinja, a na njegovom području smještene su dvije utvrde koje su djelomično očuvane do danas – Čačvina i Nutjak.

Iako mala, Čačvina je od kasne antike do 18. stoljeća predstavljala jedan od najvažnijih utvrđenih punktova u unutrašnjosti Dalmacije. Pretpostavlja se da je tijekom 4. ili 5. stoljeća na hridinastoj uzvisini, koju lokalno stanovništvo danas naziva Gradina, izgrađena kula koja je kasnije, u srednjem vijeku, inkorporirana u glavnu kulu današnje utvrde. Kasnoantička utvrda bila je jedna u nizu fortifikacija podignutih na uzvisinama istočno od Cetine. Sudeći prema pronađenom kapitulu stupa, u blizini je vjerojatno postojala i ranokršćanska crkva. O važnosti ovog položaja svjedoče i ostaci rimske ceste uz put prema Vrpolju te miljokaz rimskog cara Maksima Tračanina. Spomenuta cesta trasirana je u prvim desetljećima nakon Krista, tijekom vladavine careva Augusta i Tiberija.

Čačvina se u pisanim izvorima prvi put spominje 1371. godine, kada njome zapovijeda kaštelan Perko Ježević. U jednom trenutku njegova se moć toliko povećala da je u nekoliko navrata, uz pomoć drugih kraljevskih službenika, opljačkao splitske trgovce solju, pričinivši im štetu od više tisuća zlatnika. Nakon tužbe kralju Ludoviku Anžuvincu, bio je prisiljen pokajati se i nadoknaditi štetu trgovcima. Tijekom 14. i 15. stoljeća Čačvina se u izvorima najčešće spominje u kontekstu sukoba između Stjepana Kosače i Stjepana Tomaša. O ozbiljnosti tog sukoba svjedoči i pismo pape Pija II. hvarskom nadbiskupu Tomasiniju, u kojem izražava zabrinutost

zbog mogućnosti da tvrđava padne u turske ruke. Papine su se slutnje obistinile, ali tek 1513. godine, kada je utvrda pala pod osmansku vlast.

Do druge polovice 18. stoljeća Čačvina se redovito nalazila na povijesnim kartama. Prema opisu bosanskog pašaluka iz 1624. godine, radilo se o maloj utvrdi s posadom od oko trideset vojnika, smještenoj u opustjelom krajoliku. Iz povijesnih izvora poznata su i imena turskih aga, dizdara i kapetana koji su upravljali tvrđavom. Među njima se ističe Omer, kapetan koji je 1711. godine, zajedno s drugim uglednim Turcima, prisustvovao misi u staroj crkvi u Katunima, koju je predvodio splitski nadbiskup Cupilli. Kasnije Čačvina prelazi u mletačke ruke, a tijekom druge polovice 18. stoljeća, kao i tvrđava u Sinju, gubi svoju stratešku važnost.

Tlocrtno je tvrđava prilagođena izduženoj litici na kojoj se nalazi. Na krajevima su podignute dvije okrugle kule. Istočna kula, ujedno i veća, vjerojatno je služila kao stambeni prostor s ulazom postavljenim na visini prvog kata. Unutar nje sačuvan je i duboki kružni bunar za vodu. Kula je kroz povijest više puta ojačavana i nadograđivana, a njezin je središnji dio vjerojatno izgrađen tijekom kasne antike. Kule povezuje usko i izduženo dvorište, dok se glavni ulaz nalazio na spoju južnog bedema i manje okrugle kule koja je branila sam pristup utvrdi. Na najzapadnijem dijelu hridine nalazila se i promatračnica, čiji su temelji sačuvani do danas (Alduk, 2016).

Slika 26 Utvrda Čačvina



Izvor: Utvrda Čačvina, Visit Trilj, <https://visittrilj.croatia.hr/hr-hr/kultura-i-umjetnost/utvrda-cacvina> (21.04.2024.)

Trilj se u srednjovjekovnim izvorima prvi put spominje u 13. stoljeću, a nešto kasnije postao je dio posjeda Brodarić u sklopu Cetinske kneževine. Poljički plemić Petar Dražojević 1456. godine dobio je Brodarić u svoj posjed, čime je taj teritorij, sve do Garduna, postao najsjeverniji dio Poljičke kneževine. Tridesetak godina kasnije, Petrov sin Žarko sagradio je kaštel Nutjak s ciljem obrane sjevernog ulaza u Poljica od osmanskih napada te zaštite mosta u blizini tvrđave. Nutjak je bio jedina prava obrambena kula u Poljicima. Osim njega, postojalo je tek nekoliko čvršće građenih kuća koje su služile kao ključne točke obrane, no pravih kula nije bilo sve do izgradnje Nutjaka. Razlog tomu bila je zabrana gradnje kula i utvrda, propisana Poljičkim statutom. No, kako su vremena postajala sve nesigurnija, Žarko je odlučio zaobići statut i podići Nutjak na vlastitom posjedu, ali s ciljem zaštite Poljica.

Tijekom sljedećih desetljeća Žarko Dražojević i njegovi vojnici postali su jedni od najistaknutijih branitelja u borbi protiv Osmanlija. Kada je papa Inocent VIII. doznao za utvrdu Nutjak, namijenio je sredstva prikupljena tijekom hodočašća u Klis i Sinj za njezino održavanje, a istodobno je oslobodio tvrđavu plaćanja poreza kako bi mogla prikupiti dovoljno sredstava za obranu. Žarko je utvrdu jedno vrijeme koristio kao početnu točku za prodore duboko na osmanski teritorij, a s jednog takvog pohoda bio je prisiljen ranjen se povući u Nutjak.

Žarko Dražojević poginuo je u zasjedi 15. siječnja 1508. godine, u dobi od 70 godina, dok je s pratnjom jahao prema Sinju. Pokopan je u splitskoj katedrali sv. Dujma, a na njegovoj nadgrobnoj ploči nalazi se prikaz srednjovjekovnog viteza konjanika. Njegov suvremenik, otac hrvatske književnosti Marko Marulić, sastavio je epitaf njemu u čast. Tijekom života, Žarko je nekoliko puta nudio Nutjak Mletačkoj Republici na upravljanje, no Mlečani su to nevoljko prihvatili jer je tvrđava bila poznata kao "grobница jadnika" – mjesto na koje su slani vojnici osuđeni na smrt.

Pred pad utvrde, prema izvorima, u Nutjaku su bila samo četvorica vojnika, koje su Osmanlije zarobile na prijevaru dok su pokušavali pomoći čovjeku kojega je u blizini napao vuk. Tvrđava je pala pod osmansku vlast oko 1513. godine, nakon čega su Turci u njoj jedno vrijeme držali manju vojnu posadu. U prvoj polovici 17. stoljeća Nutjak je bio utvrda s dizdarom i tridesetak vojnika, pod upravom Kliškog sandžaka i imotskog kadije. Uz tvrđavu se nalazilo i manje naselje, dok je u okolici bilo tek nekoliko rijetko naseljenih sela i zaselaka. Osmanlije su napustile Nutjak 1685. godine, a u narodnoj predaji sačuvana je uspomena na Mamut-agu, posljednjeg turskog gospodara Nutjaka. Prema predaji, Mamut-aga je na prijevaru napustio utvrdu misleći da su kršćanske snage napale Čačvinu, kojoj je krenuo u pomoć (Alduk, 2016).



Izvor: Utvrda Nutjak, Visit Trilj, <https://visittrilj.croatia.hr/hr-hr/kultura-i-umjetnost/utvrda-nutjak> (21.04.2024.)

Sama tvrđava sagrađena je nizvodno od Trilja, na desnoj obali rijeke Cetine, na rubu manje kamenite visoravni koja se uzdiže iznad obale. Ulaz se nalazio na zapadnom bedemu i bio je dodatno branjen niskim predzidom te puškarnicama, koje su sačuvane na samom bedemu. Iza ulaza se prostire manje dvorište s prolazom koji je vodio do triju prostorija smještenih na južnom i istočnom dijelu, uz litice. Stepenicama se pristupalo prilazu kuli te ulazu u najveću i ujedno glavnu prostoriju utvrde. Kružna kula dominira čitavim kompleksom i štiti ga sa sjeverne strane (Alduk, 2016).

Obrambene kule i utvrde imale su ključnu ulogu u obrani grada Sinja i Cetinske krajine kroz povijest, a danas predstavljaju vrijedan resurs za razvoj kulturnih ruta ovim krajem. U nastavku rada analizirat će se valorizacija ovih resursa.

3.4. Valorizacija atrakcijske osnove Cetinske krajine za kulturni turizam

Početna faza planiranja prostornog razvoja turizma određene turističke destinacije jest valorizacija turističkih resursa. Svrha valorizacije jest objektivno vrednovanje turističkih resursa na određenom području. U prethodnim potpoglavljima prikazana je atrakcijska i resursna osnova Cetinske krajine. Iako menadžment turističke destinacije prilikom valorizacije nastoji objektivno sagledati resurse kroz određene parametre, poput atraktivnosti ili

geografskog položaja, stvarna vrijednost određenog resursa uvelike ovisi o samom potrošaču (turistu), koji odlučuje uložiti vrijeme i novac za njegov posjet. Osim toga, percepcija i procjena atraktivnosti resursa usmjerene su na zadovoljenje potreba potrošača (Angelevska-Najdeska, 2005).

Ciljevi procesa valorizacije turističkih resursa trebali bi biti usklađeni s ekonomskim i gospodarskim ciljevima lokalnih vlasti, a zajednički ciljevi, prema UNWTO-u, trebali bi uključivati (UNWTO, 2011):

- evaluaciju vrijednosti pojedinačnih objekata na određenom prostoru ili prostora u cjelini,
- određivanje obujma posjeta turista (usklađivanje s ciljevima lokalne politike i slobodnog razvoja kako bi se kontrolirao priljev turista te spriječila prenapučenost destinacije),
- određivanje investicijskih mogućnosti u skladu s obujmom i vrstom objekata te usklađivanje s općim gospodarskim ciljevima destinacije,
- očuvanje prostora predviđenog za razvoj turizma (usklađivanje ciljeva s lokalnom i općom ekološkom politikom),
- stvaranje organizacijske strukture koja jasno definira odgovornost pojedinih dionika u procesu valorizacije (suradnja privatnog i javnog sektora pritom igra ključnu ulogu, kao i uključenost lokalne zajednice),
- stvaranje marketinških strategija i planova koji valorizirane resurse predstavljaju turističkom tržištu.

Valorizacija kao proces, uz definirane ciljeve, uključuje i kriterije. Ciljevi služe kao smjernice menadžmentu u provođenju procesa, dok se sam proces odvija prema unaprijed određenim kriterijima. Budući da autori ne koriste uvijek iste kriterije, teško je uspostaviti univerzalne standarde primjenjive na različite vrste turističkih resursa. Valorizacija turističkog potencijala kulturnih resursa jednostavnija je u odnosu na valorizaciju prirodnih resursa. Razlog tomu jest činjenica da se kod kulturnih resursa karakteristike poput vremena nastanka, svrhe, tipa gradnje/izrade i stilskog izričaja mogu precizno odrediti, dok se za prirodne resurse takvi kriteriji ne mogu primijeniti na isti način.

Mnogi su kriteriji prema kojima se provodi valorizacija turističkih resursa, no kao osnovni elementi mogu se navesti sljedeći (Angelevska-Najdeska, 2012):

- atraktivnost resursa,
- turističko-geografski položaj i
- udaljenost od najbliže turističke regije.

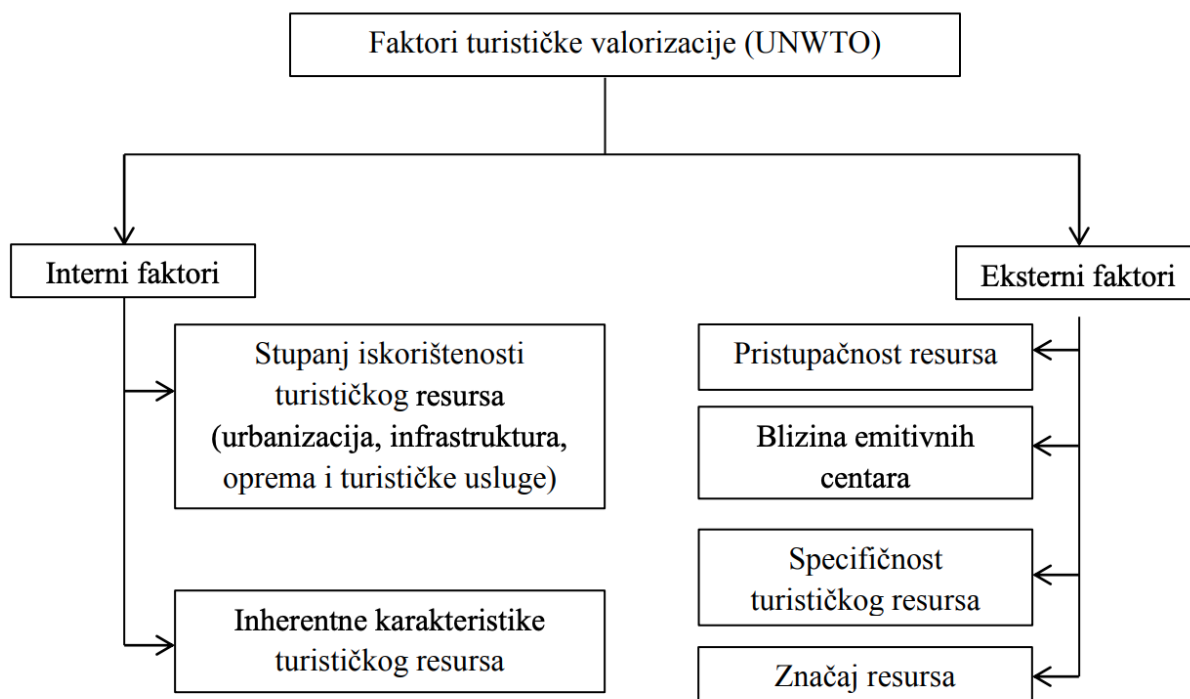
Uz ove osnovne elemente, značajan utjecaj na proces valorizacije mogu imati i faktori poput kvalitete i razgranatosti prometne infrastrukture u destinaciji, kvalitete i broja smještajnih kapaciteta, kvalitete i broja dodatnih sadržaja te sličnih aspekata. Detaljniju i kompleksniju kvalifikaciju kriterija procesa turističke valorizacije pružila je Svjetska turistička organizacija (UNWTO), koja razlikuje dvije skupine faktora – interne i eksterne. Ti su faktori shematski prikazani na slici 14.

Prema UNWTO-u, interni faktori su (Vulas, 2016):

- stupanj iskorištenosti turističkog resursa – procjena razine urbanizacije, infrastrukture i turističke opreme na promatranom području,
- inherentne karakteristike turističkog resursa – osobine koje određuju unutarnje značajke turističkog resursa i čine temelj njegove turističke vrijednosti.

Primjerice, kod kulturno-povijesnih spomenika inherentne karakteristike uključuju stil gradnje, razdoblje nastanka, stupanj očuvanosti i slično. U slučaju prirodnih resursa, poput rijeke, inherentne karakteristike mogu obuhvaćati njezinu dužinu, čistoću vode (pitka ili ne), mirnoću toka, tip doline koju je oblikovala (U-tip ili V-tip), floru i faunu rijeke te mogućnost njezina korištenja za proizvodnju električne energije.

Slika 28 Podjela faktora turističke valorizacije



Izvor: Vulas, D.,(2016) Turistička valorizacija kulturnih manifestacija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A807/datastream/PDF/view> prema ngelevska-Najdeska, K. (2012): Valorisation and Management of the tourist resources – A Condition for Sustainable Tourism Development, Quaestus – Multidisciplinary Research Journal, Ohrid, March 2012, p. 86-99; UNWTO (2011):

Eksterni faktori turističke valorizacije prema UNWTO-u su (Vulas, 2016):

- pristupačnost resursa – označava razvijenost infrastrukture koja omogućava pristup promatranom turističkom resursu. Procjenjuje se na temelju postojanja zračnih i trajektnih luka te željezničkih i autobusnih kolodvora koji su u blizini ili omogućuju pristup resursu.
- blizina emitivnih centara – ima znatan utjecaj na potencijalni obujam ukupnih turističkih tokova prema promatranom turističkom resursu.
- specifičnost turističkog resursa – određuje se komparativnom analizom u odnosu na druge slične resurse, uzimajući u obzir broj sličnih resursa.
- značaj resursa – procjenjuje se ovisno o utjecaju imidža promatranog resursa na tržištu, njegovim mogućnostima komercijalizacije te količini turističke potražnje koju privlači.

Zaključno, turistička valorizacija ključan je proces u planiranju razvoja turističke ponude određenog područja. Ona određuje vrijednost resursa kojima destinacija raspolaže te time predstavlja temelj za oblikovanje turističke ponude. Bez atrakcijskih resursa koji motiviraju turiste na posjet određenom području, turizam na tom prostoru ne može postojati.

Budući da je valorizacija složen proces s različitim kriterijima, u ovom radu pružit će se primjer valorizacije odabranih resursa prema faktorima iz UNWTO-ove podjele turističke valorizacije. Svaki faktor ocjenjivat će se prema tri razine: **slab**, **osrednji** i **visok**, čime će se utvrditi u kojoj je mjeri pojedini resurs zadovoljavajuće valoriziran. Kako bi resurs bio uspješno valoriziran, mora postići visoke ocjene u većini kriterija.

U sljedećim tablicama prikazana je valorizacija utvrde Prozor u Vrlici, Sinjske alke i Muzeja Cetinske krajine kako bi se ilustrirao proces turističke valorizacije u praksi.

Tablica 1 turističke valorizacije Vrednovanje resursa prema faktorima

Faktor turističke valorizacije	Utvrda "Prozor"	Sinjska alka	Muzej Cetinske krajine
Stupanj iskorištenosti turističkog resursa	Slab	Visok	Osrednji
Inherentne karakteristike turističkog resursa	Osrednji	Visok	Visok
Specifičnost turističkog resursa	Visok	Visok	Visok

blizina emitivnih centara	Osrednji	Osrednji	Osrednji
Pristupačnost resursa	osrednji	Visok	Visok
Značaj resursa	slab	Visok	slab

Izvor: Izrada autora

Utvrda Prozor smještena je na stijeni iznad grada Vrlike, s koje nadgleda okolno područje, dolinu rijeke Cetine i Peručko jezero. Vrlika je najsjeverniji grad Splitsko-dalmatinske županije i trenutačno broji oko 1.700 stanovnika. Grad je urbanistički oblikovan pretežito obiteljskim kućama, s malim brojem stambenih zgrada. Glavna prometnica prolazi kroz središte grada, a u njegovu sklopu nalazi se i uređeni park Česma, u čijoj se neposrednoj blizini smjestio sportski centar Vrlika. S turističkog aspekta, Vrlika nije izrazito razvijena destinacija. Smještajni kapaciteti su ograničeni i uglavnom se temelje na privatnom smještaju. Na području grada djeluje jedna turistička agencija koja organizira izlete i aktivnosti u prirodi, poput kajakarenja i planinarenja. Uz to, u okolici djeluju dva restorana: Restoran Ivan, smješten u Civljanima na skretanju prema izvoru Cetine, i Restoran Ero, koji se nalazi u blizini parka Česma.

Sama utvrda Prozor nalazi se u vrlo dobrom stanju, a na njoj je provedena rekonstrukcija u skladu s izvornim nacrtima. Uz to, poboljšana je razina sigurnosti za posjetitelje te smanjena opasnost od odrona stijena. U tablici je prikazana ocjena pojedinih faktora turističke valorizacije za utvrdu Prozor. Stupanj iskorištenosti turističkog resursa ocijenjen je slabim, prvenstveno zato što je utvrda još uvijek u fazi rekonstrukcije. Također, nedostaje sustavna promocija od strane grada i turističke zajednice, ne koristi se za manifestacije, a turistička posjećenost je iznimno niska.

Prema inherentnim karakteristikama, ovaj turistički resurs dobio je ocjenu osrednji, budući da predstavlja najveću utvrdu u Dalmatinskoj zagori, koja je služila kao dio obrambenog sustava protiv Osmanskog Carstva od 15. stoljeća nadalje. Također, tijekom tzv. "Malog rata", posljednjeg sukoba s Osmanlijama na području Cetinske krajine, kada je grad Sinj uspio obraniti svoje položaje, utvrda Prozor pala je u ruke Osmanlija nekoliko dana ranije, čime je osmanskoj vojsci omogućeno daljnje napredovanje prema južnim dijelovima Cetinske krajine. Zbog svoje strateške važnosti, veličine i položaja, faktor specifičnosti turističkog resursa ocijenjen je visokom ocjenom. Prema faktoru blizine emitivnih centara, utvrda Prozor dobila je ocjenu osrednji, jer se nalazi 45 minuta vožnje od autoceste, koja predstavlja najbržu poveznicu između sjevera i juga Hrvatske te ostatka Europe. Također, od Splita, koji je turističko središte Splitsko-dalmatinske županije, udaljena je otprilike sat vremena vožnje.

S aspekta pristupačnosti resursa, ocjena je također srednja, s obzirom na to da je utvrda povezana samo jednom magistralnom cestom iz svakog smjera s većim turističkim centrima Dalmacije, poput Splita, Šibenika i Zadra. Trenutni značaj resursa ocijenjen je slabim, budući

da još uvijek nije dovoljno promoviran, a rekonstrukcija nije u potpunosti dovršena. Po završetku rekonstrukcije, moći će se pristupiti sustavnijoj promociji i uključivanju utvrde Prozor na turističku kartu spomenika Dalmatinske zagore koje vrijedi posjetiti.

Sinjska alka viteška je igra s tradicijom duljom od 300 godina, nastala po uzoru na srednjovjekovne viteške igre koje su se održavale diljem zapadne Europe.

Prema stupnju iskorištenosti turističkog resursa, Alka je ocijenjena visokom ocjenom, ponajprije zbog činjenice da se održava neprekidno kroz povijest te da joj je vlast različitih država uvijek bila glavni pokrovitelj. Ovi čimbenici pridonijeli su tome da Alka bude atraktivna posjetiteljima iz različitih dijelova Hrvatske i inozemstva. Što se tiče inherentnih karakteristika, i ovaj je faktor ocijenjen visokom ocjenom, ponajviše zbog jedinstvenosti same igre. Iako se Alka naziva viteškom igrom, povijesno gledano, vitezovi kao plemićki stalež s visokim vojnim činovima nisu postojali na području Cetinske krajine u 18. stoljeću. Stanovništvo toga razdoblja uglavnom je bilo siromašno, uz nekolicinu imućnijih pojedinaca, no teško je tvrditi da su se i oni smatrali vitezovima. Međutim, kako je Alka nastala po uzoru na srednjovjekovne viteške igre, a njezin je opstanak zahtijevao sudionike koji uživaju društveni ugled, igra je nazvana viteškom, a sudionici se i danas kolokvijalno nazivaju vitezovima. Jedna od ključnih posebnosti Alke u odnosu na druge slične igre jest činjenica da je od samih početaka bila otvorena i za "obične" ljude, odnosno seosko stanovništvo. Time je postala igra koja nadilazi društvene razlike, premda se statusne razlike sudionika ipak mogu primijetiti. Upravo ova inkluzivnost omogućila je kontinuitet održavanja Alke tijekom više od 300 godina, što nije slučaj ni s jednom drugom viteškom igrom na ovim prostorima. Njena dugovječnost u velikoj se mjeri može pripisati činjenici da su u njezinu očuvanju sudjelovali ljudi svih društvenih slojeva, čime su se izbjegavale podjele i osigurala kolektivna briga za ovu važnu tradiciju.

U kontekstu specifičnosti turističkog resursa, Sinjska alka također je ocijenjena visokom ocjenom. Već su istaknute dvije ključne specifičnosti – kontinuitet održavanja te uključenost cjelokupnog stanovništva u očuvanje igre. Upravo zbog toga njezina turistička vrijednost iznimno je velika.

Ocjenjujući faktor blizine emitivnim centrima, Sinjska alka dobila je ocjenu osrednji, s obzirom na to da je od glavnih emitivnih centara udaljena devet i više sati vožnje. Međutim, prema faktoru pristupačnosti, dodijeljena joj je visoka ocjena, zahvaljujući blizini autoceste koja povezuje Dalmaciju s unutrašnjošću Hrvatske, a zatim i s ostatkom Europe. Također, važno je napomenuti da se zračna luka Split nalazi na svega 45 minuta vožnje, što Sinj i Sinjsku alku čini lako dostupnim turističkim resursom. Konačno, posljednji faktor u procesu valorizacije turističkih resursa jest značaj resursa. S obzirom na dosadašnju analizu, može se zaključiti da je značaj Sinjske alke iznimno velik, kako za grad Sinj, tako i za Cetinsku krajinu. Njena

povijesna, kulturna i turistička vrijednost neupitna je, a važnost koju ima u očuvanju identiteta lokalne zajednice dodatno naglašava njezinu jedinstvenost i vrijednost kao turističkog resursa. Muzej Cetinske krajine smješten je u centru grada Sinja, u zgradi Palacina, koja se nalazi ispod male utvrde Kamičak. Muzej je obnovljen 2021. godine, kada je dobio novi stalni postav. Prema stupnju iskorištenosti turističkog resursa, Muzej Cetinske krajine ocijenjen je osrednje. Za razliku od povijesti novog vijeka i događaja vezanih uz Sinjsku alku, antička povijest Cetinske krajine nije dovoljno poznata prosječnom lokalnom stanovništvu, a slijedom toga ni prosječnom turistu. Posljedično, broj posjetitelja muzeja je relativno nizak, što rezultira manjom iskorištenošću ovog resursa, iako on vrlo kvalitetno prikazuje povijest Cetinske krajine. Prema inherentnim karakteristikama, Muzej Cetinske krajine dobio je visoku ocjenu, zahvaljujući vrijednim artefaktima pronađenima u Tiluriju – jednom od dva rimska vojna logora u Dalmaciji (uz Burnum), iz kojih je Rimsko Carstvo upravljalo ovim dijelom provincije Dalmacije. Osim toga, u muzeju su izloženi prapovijesni artefakti, predmeti iz rimskog nalazišta Aequum (današnji Čitluk kod Sinja) te bogata etnološka zbirka, koja prikazuje tradicionalne nošnje i običaje stanovništva Dalmatinske zagore. S inherentnim karakteristikama usko je povezan i faktor specifičnosti resursa, za koji je Muzej također dobio visoku ocjenu. Budući da se nalazi na istom području kao i Sinjska alka, ocjene za blizinu emitivnim tržištima i pristupačnost resursu jednake su onima dodijeljenima Alci – srednja ocjena za blizinu emitivnim tržištima i visoka ocjena za pristupačnost. Međutim, prema faktoru značaja, Muzej je ocijenjen slabo. Ova ocjena proizlazi iz činjenice da trenutno ne igra značajnu ulogu u turističkim tokovima grada Sinja. Nije prepoznat kao ključna turistička atrakcija, niti se koristi kao "unique selling point" u promociji grada i njegove turističke ponude.

4. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE

U ovom će se poglavlju predstaviti primarno istraživanje, njegovi rezultati, ali i ograničenja. Prije toga bit će prikazana metodologija istraživanja, dok će se na kraju poglavlja iznijeti preporuke za buduća istraživanja, koja mogu nadograditi i proširiti ovo istraživanje.

4.1 Metodologija istraživanja

Kako bi se odgovorilo na istraživačka pitanja postavljena u ovom radu, provedeno je primarno istraživanje u obliku intervjua s dionicima u turizmu grada Sinja i Cetinske krajine. Riječ intervjua potječe od francuskog izraza *entre*, što znači "biti nekome na vidiku", a upućivalo je na sastanak licem u lice (Gubrium et al., 2012). S vremenom se definicija nadograđivala, ali osnovna koncepcija ostala je ista: intervjua predstavlja razgovor s jednom ili više osoba s ciljem

dobivanja detaljnijih odgovora o određenoj temi. Intervju može biti strukturirani ili nestrukturirani. U ovom se istraživanju primijenio strukturirani intervju, koji je pogodan za istraživačke svrhe jer su pitanja standardizirana i ne mijenjaju se ovisno o ispitaniku.

Kako bi se dobio što kvalitetniji uvid u stanje turizma u Cetinskoj krajini, ispitanici su odabrani iz različitih dijelova regije. Istovremeno se nastojalo prikupiti objektivne podatke o uključenosti organizacija i njihovoj međusobnoj suradnji u provedbi aktivnosti s ciljem pozicioniranja Cetinske krajine na turističkoj karti Hrvatske.

U istraživanju je sudjelovalo pet ispitanika, predstavnika institucija i privatnog sektora. Pojedinačne intervjuje dali su dionici turizma na području Cetinske krajine, uključujući direktore turističkih zajednica gradova Vrlike i Sinja, predstavnika Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, direktora hotela "Alkar" u Sinju te dionika iz ugostiteljskog sektora u Sinju. Intervjui su provedeni u razdoblju od rujna do studenog 2024. godine. U istraživanje su bili pozvani i predstavnici muzeja u Cetinskoj krajini. Međutim, Muzej Triljskog kraja u trenutku provođenja intervjuja nije imao ni vodstvo ni zaposlenike, pa odgovor s te strane nije bilo moguće dobiti. Također, predstavnici Muzeja Sinjske Alke i Muzeja Cetinske krajine ispričali su se zbog zauzetosti i nisu sudjelovali u istraživanju.

Vodič za intervju sastavljen je od 10 pitanja otvorenog tipa, pri čemu su u nekim pitanjima bila uključena i potpitanja kako bi se dobio dublji uvid u turizam i turističke aktivnosti ispitanika. Obradom rezultata primarnog istraživanja cilj je bio odgovoriti na istraživačka pitanja ovog rada, odnosno objasniti obilježja trenutne ponude kulturnog turizma grada Sinja i Cetinske krajine te ponuditi načine za unaprjeđenje te ponude. Pitanjima iz vodiča istraživana je svijest dionika o kulturnom turizmu, turističkim resursima koji se nalaze na području Cetinske krajine, a koji se mogu valorizirati i koristiti u svrhu kulturnog turizma. Osim toga, cilj je bio dobiti uvid u aktivnosti koje pojedini dionici poduzimaju kako bi promovirali Cetinsku krajinu na turističkom tržištu. Odgovori s intervjuja i komentari bit će predstavljeni u sljedećim poglavljima.

4.2 Rezultati istraživanja

Iako je namjera bila provesti istraživanje s ukupno devet ispitanika (predstavnika institucija i javnog sektora), jasne odgovore pružilo je njih pet, te će se u nastavku prezentirati njihova razmišljanja o turizmu grada Sinja i Cetinske krajine.

Na pitanje što smatraju najvećim potencijalom za razvoj turizma i kulturnog turizma u gradu Sinju i Cetinskoj krajini, ispitanici se slažu u mišljenju da grad Sinj ima mnoge prirodne i kulturne resurse koji omogućuju razvoj raznih specifičnih oblika turizma, uključujući i kulturni. Tako direktorica TZ grada Sinja smatra da „*grad Sinj s okolicom može ponuditi skoro sve*

aspekte različitih turističkih ponuda“, od kulturnog, vjerskog, avanturističkog do gastro-enološkog usmjerenja. Nadalje, ističe kako *„nije pravedno izdvajati pojedinačne resurse jer gosti Sinja i okolice mogu koristiti sve ove resurse jednako, a grad i Turistička zajednica rade na pridodavanju novih subjekata i pružatelja usluga koji nude navedene aspekte*“.

Iz Turističke zajednice grada Vrlike također navode da su kulturna baština i prirodne ljepote najveći potencijal razvoja turizma Cetinske krajine, dok iz hotela Alkar Sinj ističu da, zbog geografskog položaja i prirodnih ljepota, grad Sinj ima mogućnost razvijati cjelogodišnji turizam. Uz to, navode Alku kao veliki događaj i povijesnu atrakciju po kojoj je grad Sinj posebno prepoznatljiv.

Što se tiče njihovog subjektivnog zadovoljstva razvojem turizma u Cetinskoj krajini, iz TZ Vrlike smatraju da, s obzirom na relativno mali broj prihvatnih kapaciteta, Cetinska krajina trenutno ima zadovoljavajuću razinu turizma, ali i dobru priliku za razvoj održivog turizma. Također, ističu da uz kvalitetno planiranje, ovo područje može na bazi kulturnog i outdoor turizma stvarati temelje za cjelogodišnji turizam. Iz TZ grada Sinja napominju da područje grada Sinja i Cetinske krajine, odnosno područje koje je pod njihovom ingerencijom, pripada turistički nerazvijenim područjima. Unatoč rastu broja noćenja koji bilježe iz godine u godinu, još uvijek nedostaju sadržaji poput kušaonica, obiteljskih izletišta, hotelskog smještaja i kampova. Uz to, dodaju da se nadaju da će u budućnosti, u suradnji s jedinicama lokalne samouprave, uspjeti stvoriti preduvjete za privatna ulaganja u te segmente ponude, u cilju održivog razvoja turizma.

Iako iz turističke zajednice navode da ovo područje još uvijek pripada turistički nerazvijenim područjima, iz Hotela Alkar ističu da je zadovoljstvo razvojem turizma grada Sinja *„uistinu visoko*“. Ovu tvrdnju potkrepljuju izjavom da *„mnogi događaji koji se organiziraju u gradu Sinju, poput sajмова, festivala, koncerata i glazbenih večeri, uz događanja koja se odvijaju u okviru Dana Alke i Velike Gospe, pružaju mogućnost turistima da pronađu događaj koji im odgovara, ovisno o njihovoj dobi i interesima*.“ Svoje zadovoljstvo potkrepljuju i podatkom iz e-visitora, prema kojem je u 2024. godini „do tog trenutka (rujan 2024., opaska autora) zabilježen rast od 20% u broju dolazaka i noćenja.“

Vlasnik caffe bara se ipak više slaže s turističkom zajednicom grada Sinja, smatrajući da turizam na ovom području još uvijek nije jako razvijen, već se više temelji na pojedinačnim pothvatima.

Na pitanje mogu li Sinj i Cetinska krajina postati nezaobilazna destinacija kulturnih turista u Dalmaciji, iz TZ grada Vrlike kažu: *„Ne da mogu, nego to već jesu*“, a svoju tvrdnju potkrepljuju postojanjem bogate kulturne baštine koja je vrlo dobro prezentirana kroz mnoga etno događanja koja se održavaju ljeti. Ovoj tvrdnji djelomično se priklanja i viđenje TZ grada

Sinja, koja ističe da uz postojanje manifestacija koje su pod zaštitom UNESCO-a, revitalizacijom i unaprjeđenjem tematskih staza te održavanjem „specijaliziranih edukacija namijenjenih turističkim vodičima, ugostiteljskim djelatnicima i iznajmljivačima“, može se raditi na unaprjeđenju ponude i stvoriti brend kojim će Sinj i Cetinska krajina postati nezaobilazna destinacija kulturnih turista.

Mišljenje dijele i predstavnici hotela Alkar, koji tvrde kako je Sinj i Cetinska krajina nezaobilazna destinacija vjerskog i kulturnog turizma, te smatraju da će taj položaj još ojačati nakon proglašenja crkve Čudotvorne Gospe Sinjske malom Bazilikom.

Što se tiče razvijenosti i izgrađenosti kulturne ponude te razine njene promoviranosti na području Cetinske krajine, iz TZ Splitsko-dalmatinske županije smatraju da je kulturna ponuda Cetinske krajine dobro promovirana, posebno zbog činjenice da su ove godine bili aktivni sudionici na predstavljanju Hrvatske na turističkom sajmu u Münchenu. Kao obilježja ponude navode nematerijalnu baštinu poput Sinjske Alke, Sinjskog nijemog kola, otkanja kao načina pjevanja u Zagori te tradicionalna jela poput žaba na Trilju, arambaša u Sinju i uštipaka u Vrlici. Važan im je i Muzej Sinjske alke jer je to jedan od najmodernijih muzeja u Hrvatskoj, a posvećen je u cijelosti interpretiranju i čuvanju nematerijalne baštine.

Međutim, turističko tržište je veliko i jako zasićeno, te smatraju da na promociji i promotivnim kampanjama treba stalno raditi jer se i trendovi u marketingu mijenjaju. Iz TZ Vrlike kažu: *„Promocije nikada nije dosta i ponudu treba svake godine graditi te kroz promotivne kanale „podsjećati“ turiste i potencijalne turiste na zanimljivosti Cetinske krajine kako bi ih se motiviralo na posjet ili ponovni posjet destinaciji.“*

Iz TZ grada Sinja smatraju da brojne udruge i institucije rade na tome da Cetinska krajina izgradi i održi ponudu kulturnog turizma te ističu da *„zajedno jako dobro promoviramo i upotpunjujemo našu ponudu, iako još ne onoliko koliko ona to zaslužuje, jer Grad Sinj je grad Alke i Velike Gospe, nijemog kola, klapske pjesme, glazbe i glazbenih događanja, ojkavice (rere), vrhunskih umjetnika. Sve su to aduti koji doprinose bogatoj ponudi i podlozi za razvoj kulturnog turizma.“*

Da Cetinska krajina ima dovoljno izgrađenu i promoviranu ponudu kulturnog turizma smatraju iz Hotela Alkar, koji uz to još navode da *„sve kulturno što grad i okolica nude, promovirane su putem društvenih mreža, medijskih kuća te samih ljudi koji su rođeni u samoj krajini, a žive na drugim krajevima svijeta.“*

Na pitanje koja bi, prema njihovom mišljenju, bila obilježja ponude kulturnog turizma u gradu Sinju i Cetinskoj krajini, odgovori idu u sličnom smjeru. Svi ispitanici ističu gradove u Cetinskoj krajini i njihove znamenitosti, a osim toga navode i umjetničku ostavštinu akademskih kipara grada, koji potiču iz Cetinske krajine (Ante Župića, Iva Filipovića Grčića,

Stipe Sikirice). Uz to, još ističu i rad institucija poput Svetišta Gospe Sinjske, Gradske galerije Sikirica, grada Sinja, Viteškog alkarskog društva. Ističu i brojnu kulturnu baštinu poput tvrđava, sakralne baštine, tematskih staza i nematerijalne baštine.

Što se pak tiče aktivnosti koje ispitanici poduzimaju kako bi doprinijeli razvoju turizma, iz TZ grada Vrlike navode da je njihov doprinos onoliki koliko im to Zakon o turističkim zajednicama dopušta, jer svatko ima svoju ingerenciju – od lokalne preko regionalne do nacionalne turističke zajednice. Uz to, dodaju da „*što smije činiti – konkretno Vrlika radi promociju na društvenim mrežama, novinskim portalima i stranim oglašivačima.*“

Iz TZ Grada Sinja pak ističu kako „*Turistička zajednica prezentira cjelokupnu turističku ponudu grada Sinja i okolice kroz razne online i offline oblike oglašavanja u raznim specijaliziranim portalima, turističkim vodičima (npr. Petite futte), turističkim časopisima (npr. National Geographic Traveller) i sl.*“ Uz to su još izradili novu web stranicu prevedenu na pet jezika za cjelokupnu ponudu grada Sinja i okolice, kao i novu web stranicu za stazu Gospi Sinjskoj (na dionici od Solina do Sinja), kao i pripadajuće virtualne šetnje. Sve ovo su pripremili za vrijeme trajanja pandemije COVID-19. Osim toga, snimili su i nekoliko promotivnih video materijala, a upravo snimaju još jedan koji će obuhvatiti sva značajna događanja u Cetinskoj krajini, ali i cjelokupnu ponudu Sinja i okolice. Tiskaju promotivne materijale o sadržajima u destinaciji i odlaze na njima zanimljive sajmove. Ističu sudjelovanje u 2024. na turističkom sajmu FESPO u Zürichu, gdje su „*FESPO prezentirali našu nematerijalnu kulturnu baštinu s viteškom igrom Alkom, Sinjskim mažoretkinjama, HKUD Peruća i gradskom glazbom Sinj, gdje je cijeli dan i otvorenje ovog prestižnog sajma bilo posvećeno upravo nematerijalnoj baštini Republike Hrvatske s našim nastupom. Planiramo slične aktivnosti i u budućnosti.*“ Prijavljuju svoje promotivne aktivnosti na razne festivale turističkog filma s ciljem veće vidljivosti te su i dobitnici brojnih nagrada. Sudjeluju na brojnim konferencijama, a u suradnji sa Splitsko-dalmatinskom županijom implementirali su projekt Dalmacija storytelling destinacije, u kojem kroz oživljavanje baštinskih kostimiranih likova za specijalizirana turistička vođenja na hrvatskom i engleskom jeziku prezentiraju povijesne događaje i osobe grada Sinja. Suradnju su ostvarili i kroz projekt prezentacije gastronomije kroz „*Dalmatinsku marendu*“, te je snimljeno nekoliko video materijala. U sve aktivnosti uključuju lokalne dionike.

Iz Hotela Alkar kažu da svoj doprinos u razvoju vide značajnim, s obzirom da su jedini hotel u gradu koji može ponuditi veće smještajne kapacitete te da surađuju u organizaciji raznih događanja, a najviše sportsko-rekreativnog karaktera, od kojih ističu sponzorstvo i sudjelovanje na velikoj biciklističkoj utrci „*Cro race*“.

Kule Cetinske krajine su u ovom radu izdvojene kao zanimljiv resurs koji se može valorizirati u svrhu kulturnog turizma. Svi ispitanici su upoznati s postojanjem i stupnjem očuvanosti kula

u Cetinskoj krajini, međutim, do sada ih nisu valorizirali i promovirali. Izuzetak su kule koje se nalaze u prostoru nadležnosti TZ Sinj, gdje direktorica ističe kako rade na promociji tih kula. Što se pak lokalne zajednice tiče, iz Hotela Alkar smatraju da postoji interes za promociju kulturnog turizma i razvoj turizma u Cetinskoj krajini općenito. Također navode da su „*lokalne zajednice Cetinske krajine u visokom postotku angažirane u organizaciji i provedbi manifestacijskih događanja, te pružanju velikog opsega turističkih usluga na našem području*“. Tu ističu angažman raznih kulturno-umjetničkih društava, klapa, gradske glazbe, Viteškog alkarskog društva, obiteljskih gospodarstava i izletišta koja se zalažu za razvoj i poboljšanje kvalitete i raznovrsnosti turističkih iskustava i usluga u kojima sudjeluju.

Još jedan „*bitan čimbenik za istaknuti je velika želja i motivacija lokalnog stanovništva za osobnim angažmanom u raznim turističkim aktivnostima kroz poslovni i posjetiteljski pristup*“. Iz Turističke zajednice Grada Sinja kažu da „*imaju dobru suradnju s brojnim udrugama i kolegama iz drugih turističkih zajednica u nekoliko projekata, od izrade zajedničke strategije i akcijskog plana razvoja do revizije i revitalizacije postojećih biciklističkih staza, staze Gospi Sinjskoj, ali i izrade novih „Camino“ puteva*“. U ovom se kontekstu ne ograničavaju nužno na područje Cetinske krajine, nego sudjeluju u aktivnostima na širem području Dalmatinske zagore (Dugopolje, Klis, Imotski, Vrgorac) kao i Splitsko-dalmatinske županije.

Iz ugostiteljskog objekta također smatraju da postoji interes lokalne zajednice za uključivanjem u turizam jer poznaju mnoge ljude koji sudjeluju u ovim aktivnostima kao volonteri u KUD-ovima, dio su VAD-a ili su pak ugostitelji koji sudjeluju u turističkoj ponudi. Za sebe kao caffè bar, nažalost, ne vide način na koji bi mogli direktno utjecati i više se uključiti u turističke tokove. Iz TZ Splitsko-dalmatinske županije za ovo pitanje navode da, ako se gleda grad Split kao centar županije, smatraju da je interes lokalne zajednice malen. Jednodnevni izleti iz Splita uglavnom su orijentirani na otoke, dok ponuda koja nije vezana za otoke bazira se na pustolovnim aktivnostima na području grada Omiša. Iako je u županiji velik broj turističkih agencija, njih nekoliko samo prodaje izlete na kojima se posjećuje Cetinska krajina.

Na pitanje o uvidu u profil gostiju odgovori se razlikuju. Iz TZ Splitsko-dalmatinske županije u fokus stavljaju duljinu boravka gostiju, dok drugi ispitanici (TZ Vrlika, TZ Sinj, Hotel Alkar) fokusiraju se na emitivna tržišta. Stoga TZ Splitsko-dalmatinske županije navodi da Cetinska krajina bilježi vrlo kratku duljinu boravka gostiju u periodu 2018.-2022. U gradu Sinju, gosti su u promatranim godinama u prosjeku boravili dva dana u destinaciji. S druge strane, na području općine Dicmo, prosječna duljina boravka gostiju bila je 7,9 dana. Nadalje, navode da gosti dolaze najviše iz Njemačke, najčešći motiv im je aktivni odmor, a mnogi turisti Cetinsku krajinu posjećuju u vidu jednodnevnih izleta. Drugi ispitanici na ovo pitanje iznose slične podatke, te se poklapaju najvažnija emitivna tržišta, a ona su:

- Njemačka,
- Češka,
- Poljska,
- Nizozemska,
- Belgija.

Posljednje pitanje iz vodiča glasilo je: Koje bi, po Vama, trebalo biti ciljno turističko tržište Sinja i Cetinske krajine? Iz Hotela Alkar smatraju da „*ne treba ciljati određeno tržište ili se bazirati na geografsku podjelu*“. Prema njima, svaki gost zaslužuje dobiti najbolju moguću uslugu koju traži i koju plaća. „*Ciljno tržište ne određuju isključivo geografski, s obzirom na to da je grad Sinj tranzitno mjesto u kojem se gosti kratko zadržavaju*“. Činjenicu da su jedini hotel s većim smještajnim kapacitetima u gradu vide kao svoju prednost. Uz to, trude se uz smještaj ponuditi i bogatu gastronomsku ponudu te razne aktivnosti za goste. Alku smatraju promocijom za sebe, uz blagdan Velike Gospe i Gospu Sinjsku, a osim toga su aktivni i na društvenim mrežama. Iz Turističke zajednice grada Sinja pak navode da su njihova ciljna tržišta „*s područja cijele Europske unije, ali i iz Sjedinjenih Američkih Država, Australije i Kanade*“. Ističu da su im tradicionalno najvjerniji gosti s područja Njemačke, kao i domaći turisti na koje se trenutno baziraju. Uz to, fokus im je na druga tržišta kojima je Cetinska krajina kao destinacija interesantna, poput Poljske, Italije, Austrije, Slovenije, Švedske i Norveške. Iz TZ grada Vrlike kažu da „*još uvijek nemaju toliku brojku turista da bi mogli 'isprofilirati' neki tip gostiju koji im 'odgovara'*“. Osim toga, još ističu da ciljaju na sve avanturiste i posjetitelje koji su željni prirode i aktivnosti na otvorenom jer je to na njihovom području moguće provoditi kroz cijelu godinu. Njihov cilj je razvoj turizma 365, jer za razliku od „*ekipe s obale*“ nisu ovisni o suncu i moru.

4.3 Ograničenja istraživanja

U ovom radu provelo se kvalitativno istraživanje, a kao glavna metoda odabran je intervju. Razlog zbog kojeg se istraživanje provodilo na ovaj način je želja da se dobiju konkretne informacije od ljudi koji su u direktnom kontaktu s turistima i imaju najbolji uvid u situaciju. Također, cilj je usporediti stvarno stanje kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine iz perspektive aktivnih dionika u odnosu na potencijal za razvoj kulturnog turizma, odnosno sa stanjem do kojeg se želi doći. Iako intervju ima svojih prednosti i dobrih strana u istraživanju, postoje i nedostaci koji ograničavaju istraživanje.

Prema Alshenqeti (2014), ograničenja intervjua uključuju činjenicu da intervju oduzima puno više vremena nego što bi to činila neka druga metoda istraživanja, poput anketa. Zbog vremena koje intervju zahtijeva, moguće je ispitati manji broj ispitanika. Također, manji broj ljudi može

biti zainteresiran za sudjelovanje zbog kompleksnosti intervjua, pogotovo u vremenu kada su svi navikli na brze odgovore i brzo rješavanje. Dodatno, dobiveni odgovori nikada nisu anonimni, pa se ispitanici mogu suzdržavati u davanju svojih mišljenja, što može rezultirati nekonzistentnim odgovorima i povećanom subjektivnošću, što može utjecati na objektivnost rezultata.

Provedeni intervjui bio je strukturirani tip intervjua, jer se željelo dobiti opću sliku i stav ispitanika o cijeloj Cetinskoj krajini, a ne samo o dijelu za koji je odgovoran pojedini ispitanik. Na taj način, nenamjerno je stečen i uvid u stavove različitih dionika prema drugima. Provedeno istraživanje također ima ograničenja u količini informacija koje su se mogle prikupiti. Kod strukturiranog intervjua, nije bilo dodatnih pitanja niti prilagođenih pitanja za pojedine ispitanike. Istraživanje se stoga držalo zajedničkih područja i tema, a nije se ulazilo u detalje specifičnih lokacija. Da je bio proveden polustrukturirani intervjui, vjerojatno bi se dobile dodatne informacije, no to ne znači nužno da bi više informacija bila bolja. Tijekom intervjua, ispitanici su nudili razne dodatne informacije, ali su te informacije često skrenule u drugom smjeru, te se nisu sadržajno odnosile na temu i ciljeve istraživanja.

Još jedan ograničavajući faktor bio je nedostatak želje ispitanika za sudjelovanjem u istraživanju. Od devet poslanih upita, samo pet ispitanika izrazilo je želju i spremnost sudjelovati u istraživanju, te su pružili informacije koje su sadržane u prethodnom poglavlju, a bit će komentirane u poglavlju rasprave rezultata. Nadalje, mogući ograničavajući faktor bila je pristranost samih ispitanika, koji su možda emocionalno vezani za svoj posao, te u trenutku ispitivanja nisu bili u potpunosti objektivni. Iako su intervjui provedeni između rujna i studenog, autor je pokušao započeti istraživanje već u svibnju, no sezonalnost hrvatskog turizma utjecala je na proces. Ispitanici su bili zauzeti tijekom turističke sezone, te su bili u mogućnosti odvojiti vrijeme za intervjui tek nakon završetka sezone.

4.4 Preporuka za daljnja istraživanja

Grad Sinj i Cetinska krajina kriju mnoge zanimljive „tajne“ iz prošlosti, koje se otkrivaju i čuvaju godinama, pa čak i stoljećima. Najveća od tih „tajni“ svakako je viteška igra Alka i spomen koji ona čuva. To je spomen na izuzetno važnu pobjedu i obranu grada od Osmanlija, ali i na Čudotvornu Gospu Sinjsku, koja je svojim čudesnim ukazanjem stvorila strah kod Osmanlija i nagnala ih na bijeg. Viteška igra Alka održava se neprekidno već 300 godina, i o njoj u ovom dijelu rada ne treba trošiti previše riječi.

Grad Sinj i Cetinska krajina bogati su materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom koja se stoljećima prenosi s koljena na koljeno. Kao pogranično područje kroz povijest, ovaj prostor bio je pod različitim utjecajem, a upravo u tome leži bogatstvo kulturne baštine grada Sinja i

Cetinske krajine. Najznačajniji kulturni resurs koji se u ovom radu često spominje je Alka. Osim ovog rada, Alka je istražena i opisana u mnogim drugim radovima, a sama činjenica da postoji Muzej Sinjske Alke govori mnogo o potrebi njenog očuvanja, ali i o upoznatosti široke javnosti s njom.

Osim Alke, kao najboljeg primjera nematerijalne baštine, područje Cetinske krajine bogato je još mnogim drugim resursima koji se mogu staviti u funkciju turizma, a posljedično i kulturnog turizma, poput srednjovjekovnih kula i utvrda, antičkih lokaliteta te prirodnih ljepota. Ovi resursi također su više puta istraživani i opisivani, no proces njihove valorizacije u turističke svrhe relativno je spor.

Turizam Cetinske krajine još uvijek nije razvijen; on je tek u početnoj fazi razvoja. Shodno tome, i kulturni turizam, kao fenomen u kojem turisti istražuju lokalnu kulturu, još je uvijek u povojima. U ovom radu proučavana su obilježja ponude kulturnog turizma i mogućnosti unaprjeđenja iste, te on može poslužiti kao početak za daljnja istraživanja o kulturnom turizmu, valorizaciji resursa kulturnog turizma i pitanjima zašto turizam općenito, ali i kulturni turizam u gradu Sinju i Cetinskoj krajini, nisu toliko razvijeni.

Jedan od mogućih smjerova daljnjih istraživanja mogao bi biti istraživanje stavova turista. Trenutno postoji više radova koji kvalitativno analiziraju turizam Cetinske krajine, te radova koji proučavaju razne lokalitete i resurse koji se mogu koristiti u turističke svrhe, ali iz povijesnog gledišta. Za razvoj turizma Cetinske krajine resurse treba analizirati kroz prizmu turističke vrijednosti. Nakon što se oni objektivno valoriziraju, predlaže se istraživanje koje bi se bavilo pogledom turista na ponudu kulturnog turizma Cetinske krajine. Kroz kvalitativno ili kvantitativno istraživanje s ovom tematikom dobio bi se bolji uvid u kvalitetu provedene turističke valorizacije, što bi predstavljalo odličnu početnu točku za daljnje unapređenje ponude kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine, ali i za poboljšanje načina na koji se ta ponuda promovira i pozicionira na tržištu kulturnog turizma.

Kroz širu kvantitativnu analizu na razini Splitsko-dalmatinske županije moglo bi se istražiti i jesu li turisti koji posjećuju ovu županiju dovoljno zainteresirani za istraživanje kulture lokalnih zajednica, koji segmenti baštine ih privlače, njihov osjećaj vrijednosti za novac itd. Temeljem takve analize mogla bi se napraviti kvalitetnija segmentacija tržišta i sukladno njoj osmisliti poželjni turistički proizvodi.

5. RASPRAVA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I PRIJEDLOG RAZVOJA KULTURNIH RUTA KAO DIJELA PONUDE KULTURNOG TURIZMA CETINSKE KRAJINE

Ovo poglavlje rada raspravit će rezultate ovog istraživanja i pružiti prijedloge za razvoj kulturnog turizma na području Cetinske krajine. Konkretno ideje bit će predstavljene u obliku stvaranja kulturnih tematskih ruta na ovom području.

5.1 Rasprava rezultata istraživanja

U prethodnom poglavlju izloženi su odgovori dobiveni prilikom provođenja intervjua s ispitanicima. Pitanja za intervju osmišljena su kako bi se odgovorilo na istraživačka pitanja te napravio osvrt na obilježja trenutne ponude kulturnog turizma u Cetinskoj krajini, kao i na način na koji ispitanici smatraju da bi se ta ponuda mogla unaprijediti. Prije provedbe samog istraživanja, u radu su prikazani turistički resursi koji se nalaze na području Cetinske krajine. Tijekom istraživanja doznalo se koji od njih se aktivno koriste, a koji nisu prepoznati kao atraktivni i nisu turistički valorizirani.

Kada se postavi pitanje koja su obilježja trenutne ponude kulturnog turizma u gradu Sinju i Cetinskoj krajini, prvi odgovor koji se dobije jest Sinjska Alka. Alka je istaknuta kao najbitniji i najprepoznatiji turistički resurs na području grada Sinja i Cetinske krajine. Uz Alku, ističe se i vjerska dimenzija nastanka same igre, odnosno svetište Čudotvorne Gospe Sinjske, koje svake godine privlači mnogobrojne hodočasnike, osobito uoči i tijekom blagdana Velike Gospe, ali i u drugim dijelovima godine. Da je Alka ključna, potvrđuju i ispitanici tijekom intervjua. Jedan od njih ističe: *„Sinj ima visoke mogućnosti razvoja turizma, prvenstveno zbog povijesnih atrakcija koje nudi svojim posjetiteljima, kroz mnoštvo kulturnih spomenika, razne manifestacije i sportsko-rekreacijske mogućnosti. Za primjer možemo uzeti Alku, koju nema nitko na svijetu i koja zaslužuje mnogo veći scenarij nego što ima, no vidimo da svake godine privlači sve više turista iz cijelog svijeta.“* Sinjska Alka često se naziva i *„perjanicom kulturnog turizma Sinja i Cetinske krajine“*. Trenutna ponuda kulturnog turizma temelji se na Sinjskoj Alci kao najvažnijem resursu. Međutim, postoje i mnogi drugi resursi koji još uvijek nisu u dovoljnoj mjeri valorizirani i prezentirani, a primjer takvih su svakako kule koje su služile kao dio obrambenog sustava prostora Cetinske krajine, koji je oduvijek bio pogranično područje. Ispitanici su upoznati s postojanjem tih kula, no tijekom intervjua nitko od njih nije istaknuo kule kao poseban resurs na čijoj valorizaciji bi trebalo dodatno poraditi i ponuditi ih kao turistički proizvod.

Trenutno glavno obilježje turizma grada Sinja, a i kulturnog turizma grada Sinja, jest sezonalnost, koja je vrlo kratka jer se cijeli turizam temelji na viteškoj igri Alki i svečanostima vezanim uz slavlje Gospe. Alkarske svečanosti traju samo mjesec dana, a od toga tri dana traju alkarska nadmetanja. Unatoč odličnim mogućnostima promocije i prezentacije ove igre kroz cijelu godinu u Muzeju Sinjske Alke, sve je još uvijek u povojima, iako sve institucije i ispitanici vjeruju da Sinj ima potencijal za ostvarivanje cjelogodišnjeg turizma.

Što se tiče unaprjeđenja ponude kulturnog turizma na području Grada Sinja i Cetinske krajine, situacija je nešto drugačija. Iako postoje resursi koji bi se mogli staviti u funkciju, oni sami po sebi nisu dovoljni. Kao jedan od problema u razvoju turizma ističe se da „područje Turističke zajednice grada Sinja pripada turistički nerazvijenim područjima. Iako svake godine bilježe porast otvaranja novih objekata u domaćinstvu, što ih jako veseli, nedostaje još potrebnih sadržaja poput kušaonica, obiteljskih izletišta, hotelskog smještaja i kampova“.

Unaprjeđenje ponude kulturnog turizma vide u razvitku ovih sadržaja, ali i u dodatnom radu na promociji i valorizaciji kulturne baštine. Kako bi bili što efikasniji i što „vidljiviji“ u svemu tome, dionici turizma Sinja i Cetinske krajine surađuju s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije na projektima kao što je „Dalmacija storytelling destinacija“, gdje kroz oživljavanje baštinskih kostimiranih likova za specijalizirana turistička vođenja na hrvatskom i engleskom jeziku potiču prezentaciju povijesti grada Sinja na zanimljiv i interaktivan način, stavljajući naglasak na određene osobe koje vodiči odluče oživjeti kroz ovaj projekt.

Uz ovaj zanimljiv projekt, sudjeluju i na projektu Dalmatinske marende, za koji je snimljeno nekoliko video materijala, uključujući epizodu serijala „Dalmatinska marena“, emitiranog na HRT-u. Također, dodijeljene su oznake „Dalmatinska marena“ restoranima koji ovu marendu imaju kao dio svoje stalne ponude. Sinj kao turistička destinacija još uvijek nije dovoljno prepoznat i u njemu se uglavnom odvija izletnički i tranzitni turizam, a gosti prosječno ostaju jednu do dvije noći. Međutim, kroz ovakve akcije može se u kratkom vremenu turiste upoznati s poviješću i kulturom ovog prostora, a hrana i piće sigurno su velik dio kulture određenog naroda, osobito kada se radi o području koje je kroz povijest bilo pod raznim utjecajima.

Iako se u posljednje vrijeme ulaže mnogo u promociju Grada Sinja i Cetinske krajine od strane lokalnih turističkih zajednica, uz podršku Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, još uvijek nedostaju konkretni rezultati. Unaprjeđenje turističke ponude treba započeti s domaćim turistima. Mnogi ljudi koji rade u turizmu u većim gradovima mogu pomoći u razvoju malih destinacija. Za primjer možemo uzeti grad Split ili Zadar. Ako njihovi stanovnici, od kojih mnogi rade u turizmu i u direktnom su kontaktu sa stranim turistima, odluče posjetiti i istražiti područja u njihovom zaleđu, poput Cetinske krajine i Ravnih kotara, te budu zadovoljni iskustvom koje su doživjeli, to bi moglo motivirati i strane turiste da posjete ove krajeve na

način da će u komunikaciji s domaćim turistima dobiti pozitivne kritike i preporuke i time dobiti želju za posjetom tih područja. Pri tome je važno održati visoku razinu usluge i zadovoljstva domaćih gostiju jer oni su ti koji žive u blizini i koji imaju potencijal često se vraćati u posjet ovim područjima ili ih preporučivati obitelji i prijateljima. Tek kada se stvori kritična masa zadovoljnih domaćih turista, uz razvijanje infrastrukture koja može zadovoljiti njihove potrebe, može se početi ciljati ozbiljniji inozemni turizam i turiste kojima Sinj neće biti isključivo usputna stanica za prespavati.

5.2 Prijedlog kulturnih ruta Cetinske krajine

Na području Cetinske krajine pronađeni su tragovi života koji datiraju još od prapovijesnog doba kada su ovo područje nastanjivali Iliri, a poslije i Rimljani. Uz nalaze iz vremena antike ovo područje još čuva srednjovjekovni granični obrambeni sustav koji se sastojao od brojnih kula koje su opisane u poglavlju „Kule Cetinske krajine“. Kreiranjem kulturnih ruta turistima se omogućuje lakša navigacija kroz prostor kako bi došli do zanimljivih točaka. Svaka kulturna ruta trebala bi imati svoju specifičnu oznaku (putokaz određene boje ili određenog oblika na kojem piše ime rute). Uz to, za promociju kulturnih ruta bilo bi dobro napraviti zasebnu web stranicu ili dodati karticu unutar postojećih web stranica turističkih zajednica koje djeluju na području Cetinske krajine. Na tim mrežnim stranicama opisao bi se tijek rute i lokaliteti koji se posjećuju te zašto su oni važni. Time bi se turistima omogućilo da prije nego krenu u obilazak pojedine rute dobiju sve bitne informacije čime se umanjuje mogućnost gubljenja u prostoru koji im nije poznat. Osim toga bilo bi dobro napraviti i aplikaciju koja će pomoći tijekom navigacije rutom. Osim navigacije svrha aplikacije je da pruži turistima više informacija. Imala bi detaljne opise puta kako doći do koje utvrde, zatim priče o životu u tvrđavi, gradnji i svrsi tvrđava i drugim zanimljivim točkama koje se nalaze usput prilikom prolaska rute. Sadržajno bi aplikacija nadopunjavala s info pločama koje bi se nalazile na lokalitetima. Uz prikaze i opise na mrežnim stranicama i aplikaciji, stanice rute u prostoru trebaju biti dobro označene. Putokazi na raskrižja trebaju biti postavljeni dovoljno rano kako bi vozači mogli na vrijeme reagirati i neometano pratiti trasu rute. Na samim lokalitetima bi trebale biti postavljene informativne ploče, po mogućnosti digitalne, na kojima bi kroz kratku priču bio prezentiran sam lokalitet, a digitalna ploča omogućila bi proširivanje sadržaja i potencijalnu interakciju s posjetiteljem.

Ruta „Putevima osmanskih osvajanja“ idealan je izbor za sve ljubitelje povijesti i prirode. Naziv rute inspiriran je povijesnom činjenicom da su Osmanlije u jednom razdoblju uspjeli osvojiti sve utvrde na ovom području i ovladati prostorom Cetinske krajine.

Ruta uključuje obilazak ključnih povijesnih lokaliteta: utvrda Nutjak, Čačvina, Sinj (Stari grad), Travnik, Glavaš i Prozor.

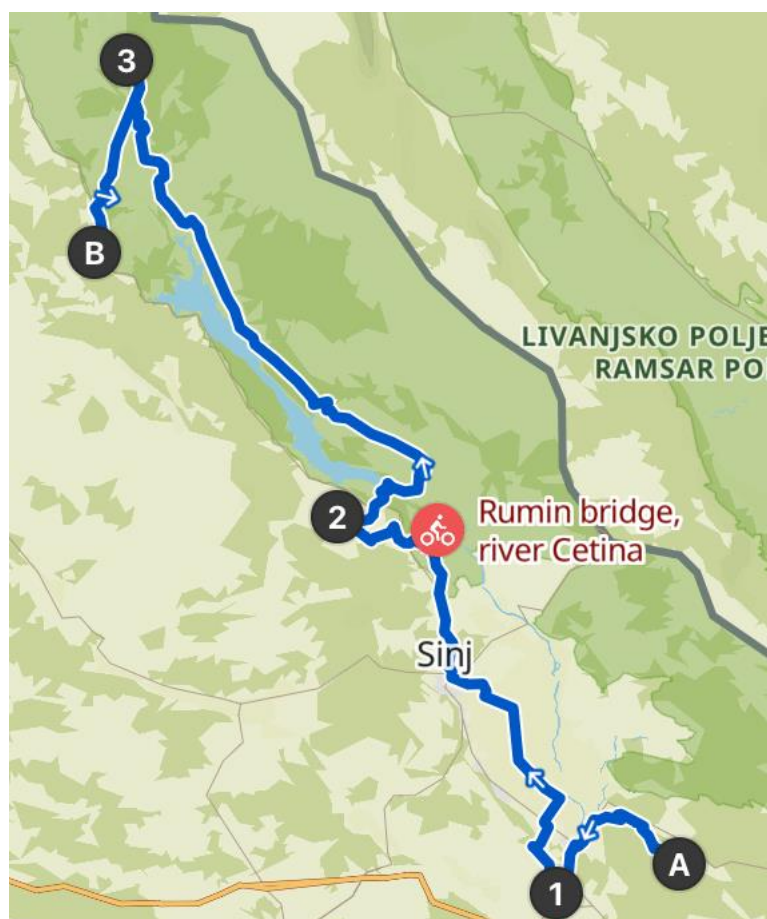
Početna točka rute je utvrda Čačvina, koja se nalazi najbliže nekadašnjoj granici i imala je ključnu obrambenu ulogu. Čuvala je važnu prometnicu koja je spajala unutrašnjost Bosne i Hercegovine sa Splitom. S ove utvrde pruža se spektakularan pogled na vrleti Kamešnice, područje grada Trilja te cijelo Sinjsko polje, uključujući i utvrdu Stari grad u Sinju.

Nakon obilaska Čačvine, ruta vodi prema početku kanjona Cetine, gdje se nalazi kula Nutjak. Na ova dva lokaliteta turistima bi se pružile informacije o:

- Načinu gradnje i funkciji ovih kula u srednjem vijeku,
- Povezanosti Čačvine i Nutjaka te tko ih je dao izgraditi,
- Strateškoj važnosti ovih utvrda u obrani Cetinske krajine.

Ova ruta ne samo da bi istaknula bogatu povijest regije već bi i omogućila posjetiteljima da uživaju u impresivnim krajolicima i kulturno-povijesnim spomenicima koji svjedoče o turbulentnoj prošlosti ovog prostora.

Slika 29 Prikaz rute „Putevima osmanskih osvajanja



Izvor: izradio Autor

Nakon posjeta Nutjaku, ruta vodi do središta Cetinske krajine – grada Sinja i njegove utvrde „Stari grad“. Ova točka je ključna jer se ovdje može posvetiti više vremena objašnjavajući dolazak stanovnika Cetinske krajine iz Rame, razvoj grada te stratešku važnost Sinja i njegove utvrde za šire područje.

Iz Sinja ruta nastavlja prema kulama Travnik i Glavaš te završava na utvrdi Prozor, najvećoj i najimpresivnijoj od svih utvrda ovog sustava. Ova utvrda bila je posljednja obrambena linija koja nije lako dopuštala neprijateljima da se „dokopaju“ mora.

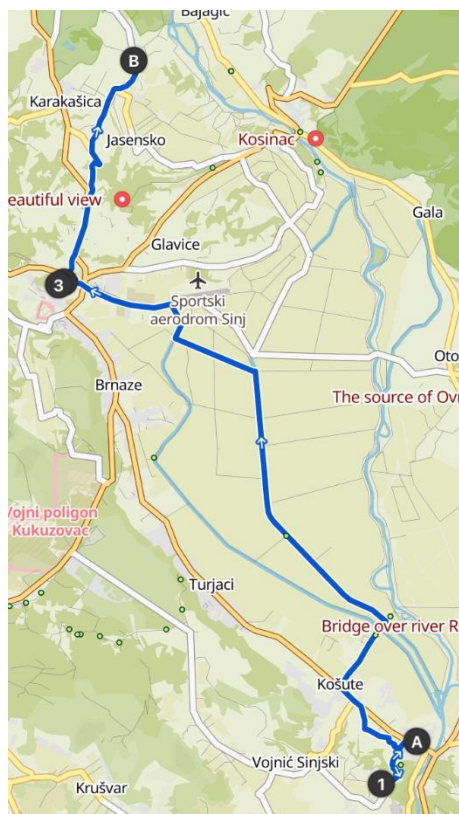
Duž rute nalaze se razne lokacije idealne za predah, ručak i kavu. Jedan od prirodnih dragulja koji se savršeno uklapa u ovu rutu je izvor rijeke Cetine, posebno prilikom posjeta utvrdi Glavaš. Na ruti se još nalaze i sljedeći restorani:

- Vrljika: Restoran Ivan
- Potravlje: Restoran Kennedy
- Sinj: Restorani Pojta, Dubrovnik, Alkarski dvori
- Trilj: Restorani Dalmacija, Lovac, Marinero, Osmina-Blizanci, Premijer

Neki od ovih restorana sudjeluju u projektu "**Dalmatinska marena**" koji promovira tradicionalnu dalmatinsku marendu kao poseban dio lokalnog načina života i kulture. Ruta je zamišljena na način da je se posjeti automobilom, motociklom ili biciklom, ovisno o preferenciji turista. Uz to preporuka je uvijek da se za odlazak na ovakvu rutu angažira turističkog vodiča kako bi se dobilo više informacija o samim lokalitetima, ali i o svakodnevnom životu u Dalmaciji nekada i danas.

Druga ruta koja se može ponuditi turistima vodi kroz priče koje skriva Cetinska krajina a zove se „Antika u Cetinskoj krajini“.

Slika 30 Prikaz rute "Antika u Cetinskoj krajini"



Izvor: izradio Autor

Početak ove rute je lokalitet „Gardun“ na kojem se nekada nalazio rimski vojni logor Tilurij, koji je uz Burnum (rimski vojni logor smješten na području današnjih Kistanja) bio drugi najveći rimski vojni logor u Dalmaciji te su to bila dva vojna centra iz kojih su Rimljani uspostavljali kontrolu nad teritorijem Rimske provincije Dalmacije. Nakon Tilurija ruta se spušta u grad Trilj gdje se nalazi Muzej triljskog kraja. Najbolji način za upotpuniti priču i jasno dočarati gostima prisutnost Rimljana, ali i drugih naroda poput Delmata na ovom području jest da uz arheološke lokalitete na kojima se nalaze ostatci infrastrukture iz antičkog doba turisti posjete i Muzeje koji čuvaju vrijedne predmete iz tih lokaliteta. Ti predmeti svakodnevne uporabe ljudi Cetinske krajine iz 1. stoljeća pomažu turistima stvoriti sliku o životu nekada kroz nakit, oruđe, kuhinjski inventar, vojnu opremu i sl. Zbog toga u ruti „Antika u Cetinskoj krajini“ se želi spojiti lokalitet odnosno prostor s manjim predmetima koji su pronađeni na njima. Jer samo kroz promatranje prostora turisti mogu dobiti dojam o važnosti ovog prostora za Rimsko carstvo i specifičnosti prostora (kada ga se promatra s topografskog aspekta). Kada se tome pridoda jako jednostavno oružje i oruđe koje je čovjek koristio tada je lakše stvoriti sliku o kompliciranosti borbe na ovom prostoru i osvajanju istog. U ovom trenutku Muzej triljskog kraja nije otvoren za posjetitelje, ali grad Trilj radi na tome da se ovaj Muzej uskoro otvori za javnost i nastavi s radom. Dok se to ne dogodi ruta će voditi od Garduna prema Gradu Sinju koji je planiran kao sljedeća destinacija na ruti. Prva stanica u gradu Sinju jest stela Gaja Laberija. Ova stela je priznata kao dokaz da se prvi oblik nogometa igrao na području Cetinske krajine. Imajući u vidu da je danas nogomet najrašireniji i najgledaniji sport na svijetu, onda ne treba isticati važnost ovakvog spomenika u malom gradu kao što je Sinj. Nakon priče o Gaju Laberiju ruta dalje vodi u Muzej Cetinske krajine gdje turisti imaju priliku vidjeti razne artefakte pronađene na području Cetinske krajine (točnije Tiluriuma i Aequma, ali i mnoge druge pojedinačne artefakte pronađene diljem Cetinske krajine). Nakon Muzeja Cetinske krajine put turiste vodi dalje prema selu Čitluk gdje se nalazi Aequm. Rimsko naselje u kojem je zajedno s Tilurijem bila smještena VII rimska legija. Iako je ovdje dobar dio nalazišta zatrpan, i dalje lokalitet može biti zanimljiv za posjetu jer, osim što u sebi krije tajne nekog prošlog vremena, na neki način progovara i o nezainteresiranosti nekih ljudi da otkriju što je bilo prije njih na nekom prostoru što je uistinu šteta, jer se smatra da ovaj lokalitet krije mnoge vrijedne tajne. Aequm je ujedno i posljednja stanica ove rute. Ovom rutom želi se ukazati na postojanje antičke civilizacije na ovom prostoru te objasniti kako su ljudi ovdje živjeli i zašto im je ovo područje bilo važno u vrijeme Rimskog carstva. Kao i prva ruta, ova ruta se također može proći biciklom, motociklom ili automobilom, samostalno ili s vodičem iako je preporuka uvijek da se za upoznavanje sa specifičnom povijesti nekog prostora angažira lokalni turistički

vodič jer je njegovo znanje i ključno u prezentaciji svih lokaliteta na interaktivan način i način prilagođen predznanju grupe koje vodič kroz razgovor može procijeniti. Kao dodatni doživljaj vodič može biti kostimiran u rimski vojnik ili kao žiteljka ovog područja u doba Rimskog carstva. Preporuke za mjesta za odmor na ovoj ruti jednake su preporukama na ruti „Putevima osmanskih osvajanja“. Trajanje ruta ovisi o interesima posjetitelja te njihovom tempu kretanja. Procijenjeno trajanje ovih ruta je 4 do 6 sati. Ukoliko se ide s vodičem tada će trajanje kao i cijeli itinerar biti unaprijed određen te je trajanje oko 5 sati s uključenom dužom pauzom. Gosti samostalno mogu biti malo brži ili sporiji ovisno o tome što ih više zanima i gdje sve odluče stati s obzirom da se i putem između lokaliteta nalazi mnogo lijepih i zanimljivih mjesta.

Ovdje su prikazane dvije ideje kako bi se mogle složiti kulturne rute na prostoru Cetinske krajine s obzirom na određeni povijesni period i pronalazke koje imamo iz tih vremena. Osim ovog mogu se napraviti i rute koje bi se oslanjale više na život lokalnog stanovništva pa bi mogla biti ruta koja se oslanja na vodene mlinice. Ovoj ruti se može dodati jedan „twist“ pa ju izvoditi isključivo na kajacima rijekom Cetinom. Ovakav način izvođenja bi turistima sigurno bio zanimljiv te bi bio odličan spoj kulturnog i aktivnog turizma. Vodene mlinice su bile važan dio života ljudi nekada i mnoge se priče vežu uz život mlinara kao bogatijih i istaknutijih ljudi u svojim selima. Mogla bi se napraviti i ruta koja bi se oslanjala na sezonske migracije stočara u Cetinskoj krajini pa bi se na toj ruti posjećivali planinski „ljetni stanovi“ pastira.

Cetinska krajina je topografski i povijesno vrlo raznolika i bogata pa su time i velike mogućnosti za razvoj kulturnih i tematskih ruta na ovom području. Sve ovisi o idejama i mašti kreatora, specifičnosti teme koju ruta pokriva i naravno interesima turista koji bi se odlučili posjetiti sve lokalitete i rutu na način na koji je ona zamišljena. Nažalost vidljivo je kako se današnji kreatori turističke ponude koji su bili ispitanici za potrebe ovog rada nisu prepoznali mogućnosti koje im nudi do sada nekorisćena turistička baština.

ZAKLJUČAK

Cetinska krajina je povijesni naziv za dio dalmatinskog zaleđa koji se nalazi na današnjem širem području grada Sinja, odnosno uz grad Sinj obuhvaća još gradove Trilj i Vrliku te općine Dicmo, Otok i Hrvace. Ovo granično područje s Bosnom i Hercegovinom je kroz povijest često bilo na udaru raznih naroda, a najpoznatije je po srednjovjekovnim prijetnjama od strane Osmanskog Carstva. Danas ovo područje ima najviše stanovnika u cijeloj Dalmatinskoj zagori, stanovništvo se bavi uglavnom poljoprivredom i uslužnim djelatnostima, a velik dio stanovnika je zaposlen u priobalnim područjima. Dok u Cetinskoj krajini nema mnogo turista i turizma, na obali ih ima i previše. Ovaj problem se uvidio i na razini države te se kroz nove Strategije održivog razvoja Hrvatske teži disperziji ljudi na šira područja, odnosno nastoji se aktualizirati i promovirati manje destinacije, najčešće u zaleđu velikih turističkih destinacija poput grada Splita.

Upravo zbog ovakvih trendova ovaj rad se bavi istraživanjem turizma na području Cetinske krajine, ali ne turizma općenito nego kulturnog turizma jer najpoznatije atrakcije Sinja i Cetinske krajine spadaju u sferu kulturnog turizma. Kako bi se istražila i opisala ponuda kulturnog turizma na području grada Sinja i Cetinske krajine rad započinje s definiranjem pojmova turizma i kulturnog turizma, a zatim i kulturnog turista. Uz to napravljena je i benchmark analiza u kojoj su se tražili dobri primjeri prakse kako se ruralna područja koja nisu na obali mogu turistički promovirati i na koji način mogu promovirati svoje kulturne resurse i turistima prezentirati povijesnu baštinu svog područja. U ovoj analizi proučavane su pokrajina Andaluzija u Španjolskoj i Moravska u Češkoj. Ove regije odabrane su kako bi se dobila šira slika jer ove dvije destinacije imaju sasvim drugačiju kulturu, resurse i prezentaciju istih. Ono što im je zajedničko jest da glavne resurse Cetinske krajine možemo gledati kao miks resursa Andaluzije i Moravske. Andaluzija se jako trudi prezentirati nematerijalnu baštinu i tradicionalni ples Flamenco, a jedan od najzanimljivijih resursa Moravske jest uprizorenje bitke kod Austerlitz u kojoj se sukobila Francuska i Austrijska vojska. Gledajući Sinj i Cetinsku krajinu, njihov najpoznatiji resurs je Sinjska Alka- viteška igra koja je uvrštena na UNESCO-ov popis nematerijalne baštine, a koja proizlazi iz velike bitke u kojoj su Osmanlije pokušale pokoriti grad Sinj 1715. Nadalje, u radu su prikazani i drugi resursi kulturnog turizma poput srednjovjekovnih kula, ali i muzeja na području Cetinske krajine koji su važan dio ponude kulturnog turizma.

Nakon što je napravljen teorijski okvir rad se okreće istraživanju kojim se ispitalo mišljenje i stavovi dionika kulturnog turizma Cetinske krajine. U ovom dijelu rada dobio se dobar uvid u trenutno stanje turizma i kulturnog turizma u Cetinskoj krajini te o angažmanu dionika u turizmu ovog područja. Prema njima turizam Cetinske krajine je još uvijek u povojima, a

prihvaćeno je mišljenje da se isti treba razvijati na prirodnim resursima (aktivni i outdoor turizam) te kulturnim resursima (kulturni, eno i gastro turizam). Cetinska krajina je u fazi razvoja. Turizam nije jako razvijen u ovom području, niti je Cetinska krajina previše posjećena i zagušena. Stoga su institucije i dionici u turizmu u situaciji da još uvijek mogu utjecati na smjer razvoja turizma, što se i trude učiniti. Lokalna zajednica je također uključena jer kroz razne kulturne udruge rade na očuvanju i prezentaciji kulturne baštine ovoga kraja. Osim njih i lokalne turističke zajednice sudjeluju na raznim projektima koji se odvijaju na razini cijele županije poput projekta „Dalmatinska marena“. Kroz ovakav projekt se želi brendirati nekoć normalna društvena pojava u Dalmaciji.

Glavno obilježje dosadašnjeg turizma grada Sinja i Cetinske krajine je postojanje Sinjske Alke i njezina povijesna važnost. Cijeli dosadašnji turizam grada Sinja i Cetinske krajine se oslanjao upravo na ovu igru. Uz Alku se još oslanjao i na vjerski turizam i hodočasnike koji posjećuju grad uoči blagdana Velike Gospe. Sada se ovo želi promijeniti. Alka jest bitna i neće se stati raditi na njejoj promociji, međutim postoje i drugi vrijedni resursi čija promocija sigurno može utjecati na razvoj kulturnog turizma Sinja i Cetinske krajine, a to su Muzeji Cetinske krajine i Muzej Sinjske Alke te lokaliteti poput Tilurija i Aequma. Alka je igra čije se svečanosti odvijaju kratak vremenski period u godini, međutim otvaranjem Muzeja Sinjske Alke dobila se prilika da se ovu igru prezentira tijekom cijele godine. Muzej Cetinske krajine je nedavno preuređen i u svom stalnom postavu ima odličnu prezentaciju povijesti i običaja ovog područja koja sigurno može zaintrigirati mnoge turiste ukoliko je se dobro promovira. Nakon svega može se zaključiti da kulturni turizam nije turizam brojki, on se usmjerava na kvalitetu, ne na kvantitetu, ali još uvijek nije u velikoj mjeri razvijen na ovom području unatoč tome što se u više prilika spominje potencijal njegova razvoja. Možda je to zbog činjenice da lokalna zajednica i lokalni poduzetnici očito ne vide prave poslovne prilike i navedeni potencijal te nedostaje pravih ulaganja u turizam Cetinske krajine. Institucije i organizacije poput turističkih zajednica, muzeja i gradova moraju raditi na promociji i pozicioniranju destinacije, ali u konačnici je na poduzetnicima da stvore turističku ponudu temeljenu na kvaliteti i autohtonosti te njome privuku turiste u ovaj prelijepi kraj .

SAŽETAK

Kao uvod u tematiku ponude kulturnog turizma na području Cetinske krajine rad se bavi definiranjem i analizom kulturnog turizma. U tekstu se razmatraju različite definicije turizma i kulture, te njihova povezanost. Nadalje se analiziraju različiti oblici kulturnog turizma i tipovi kulturnih turista, te se daje pregled definicija kulturnog turizma prema različitim autorima. U radu se analizira potencijale tržišta kulturnog turizma. Kulturni turizam se izdvaja od nekih drugih oblika turizma po tome što su atrakcije kulturnog turizma dostupne tokom cijele godine. Kulturni turisti imaju različite motive i razine povezanosti s destinacijom, često imaju viši socioekonomski status i obrazovanje, a mlađi turisti također pokazuju interes za kulturne sadržaje. Nadalje u radu se prikazuju rezultati benchmark analize kojom se analiziraju primjeri najbolje prakse te se s ciljem prepoznavanje potencijalnih mogućih poboljšanja koja se mogu implementirati u Sinju i Cetinskoj krajini. U turizmu, benchmark analiza uključuje i nefinancijske pokazatelje poput zadovoljstva gostiju. Andaluzija je uzeta kao prvi primjer za benchmark analizu. To je regija u Španjolskoj koja se ističe kao kulturna destinacija zahvaljujući bogatoj povijesti i tradiciji, uključujući Flamenco i borbe bikova. Kao drugi primjer odabrana je Moravska u Češkoj. Češka također njeguje svoju kulturu, osobito kroz turističke atrakcije poput bitke kod Austerlitz, koja privlači kulturne turiste koji imaju veliki interes za povijest ratovanja. Obje destinacije prikazuju važnost kulturnog turizma, koji ne samo da potiče ekonomski rast, već i očuvanje lokalne tradicije i identiteta.

Treće poglavlje ističe važnost turističkih atrakcija kao temeljnih resursa, koji se dijele na realne i potencijalne, uz naglasak na kulturnim i vjerskim spomenicima. Cetinska krajina obiluje prirodnim atrakcijama poput rijeke Cetine i njenih kanjona, koje nude mogućnosti za rekreaciju poput vožnje kajaka i raftinga. Osim toga, područje je bogato kulturnim nasljeđem, uključujući institucije i povijesne znamenitosti. Sinjska alka, viteška igra koja traje više od 300 godina, prepoznata je kao nematerijalna baština UNESCO-a te je simbol otpora Sinjana protiv silne osmanske vojske 1715. godine. Muzej Cetinske krajine je osnovan 1956. godine i zadužen za očuvanje kulturne i povijesne baštine ovog područja. U 2021. godini proslavio je 65. obljetnicu uz obnovu i novi stalni postav koji se proteže kroz tematski organizirane prostore. Cetinska krajina je kroz povijest bila strateško područje koje su često napadali Osmanlije, posebno u srednjem vijeku. Feudalne obitelji, među kojima je najpoznatija obitelj Nelipić, gradile su utvrde kako bi se obranile od turskih napada. Utvrde su nastale na prapovijesnim naseljima, a među najvažnijima su Prozor, Glavaš, Travnik, Stari grad u Sinju, Gardun i Nutjak. Sve ove utvrde svjedoče o bogatoj povijesti Cetinske krajine i njenoj strateškoj važnosti kroz stoljeća. Valorizacija turističkih resursa ključna je u planiranju prostornog razvoja turizma, a kao primjer valorizacije radu su povezani određeni resursi s njihovom vrijednosti za proces valorizacije. Ti

resursi pružaju temelje za razvoj turističke ponude, s naglaskom na očuvanje kulturne baštine i povijesnih tradicija.

U četvrtom poglavlju se predstavlja istraživački dio rada, uključujući metodologiju, rezultate i preporuke za daljnja istraživanja. Istraživanje je provedeno putem strukturiranih intervjua s dionicima turizma u gradu Sinju i Cetinskoj krajini, kako bi se prikupile objektivne informacije o turističkim resursima i aktivnostima promocije. Vodič za provođenje intervjua se sastojalo od 9 otvorenih pitanja, koja su usmjerena na svijest dionika o kulturnom turizmu na području Cetinske krajine te razvijenosti kulturne ponude i turističkih resursa. Ispitanici su istaknuli prirodne resurse i prometnu povezanost kao ključne potencijale za razvoj turizma. Smatraju kako Cetinska krajina može postati nezaobilazna destinacija kulturnih turista zahvaljujući svojoj bogatoj kulturnoj baštini i događanjima. Na kraju, istraživanje ukazuje na potrebu za daljnjim radom na promociji i razvoju održivog kulturnog turizma kako bi se postigao cjelogodišnji turizam u Cetinskoj krajini. Cetinska krajina skriva brojne kulturne resurse, uključujući vitešku igru Alku, koja ima značajnu povijesnu i kulturnu vrijednost. Iako turizam nije još u potpunosti razvijen, sličnim istraživanjima može se raditi na njegovu daljnjem razvoju. U zadnjem poglavlju donose se rezultati primarnog istraživanja kulturnog turizma u Cetinskoj krajini, uz naglasak na rezultate intervjua s ispitanicima. Glavna istraživačka pitanja odnose se na trenutnu ponudu i načine za njen razvoj. Prema rezultatima istraživanja može se reći da je kulturni turizam u Cetinskoj krajini jako usredotočen na jedan povijesni događaj, dok su ostali resurse koji mogu pomoći u razvoju i promociji nepravedno zapostavljeni. Sugerira se potreba za raznolikošću u ponudi, kombinirajući materijalnu i nematerijalnu baštinu. Kao zaključak cjelokupnog istraživanja ponuđene su kulturne rute koje bi usmjerile turiste na istraživanje Cetinske krajine: "Putevima osmanskih osvajanja" je ruta koja povezuje ključne utvrde iz osmanskog razdoblja, omogućujući turistima da istraže povijest i povezanost između njih, uz detaljne opise putem aplikacije i postavljanje fizičkih oznaka u prostoru. "Antika u Cetinskoj krajini" fokusira se na rimske lokalitete poput Tilurija i Aequma, povezujući arheološke ostatke s muzejskim eksponatima koji prikazuju život u antičko doba. Obje rute omogućuju turistima dublje razumijevanje povijesti i kulture Cetinske krajine, potičući razvoj održivog turizma u regiji.

Ključne riječi: kulturni turizam, turistička ponuda grad Sinj, Cetinska krajina, kulturne rute

SUMMARY

DEVELOPMENT OF THE OFFER OF CULTURAL TOURISM IN THE CITY OF SINJ AND THE CETINA REGION

As an introduction to the topic of cultural tourism in the Cetina region, this work focuses on defining and analyzing cultural tourism. The text examines various definitions of tourism and culture, as well as their interconnections. It also discusses different forms of cultural tourism and types of cultural tourists, providing an overview of definitions of cultural tourism according to various authors. Additionally, the study explores the cultural tourism market. Cultural tourism is distinguished from other forms of tourism by the fact that its attractions are available year-round. Cultural tourists have different motives and levels of connection to the destination. They often possess higher socioeconomic status and education, with younger tourists also showing interest in cultural content. Furthermore, the research employs benchmark analysis, defined as the process of comparing one's results with those of competitors to identify shortcomings and improvements. In tourism, benchmark analysis also includes non-financial indicators such as guest satisfaction. Andalusia is used as the first example for benchmark analysis; it is a region in Spain that stands out as a cultural destination due to its rich history and traditions, including Flamenco and bullfighting. The second example selected is Moravia in the Czech Republic, which also nurtures its culture, particularly through tourist attractions like the Battle of Austerlitz, appealing to cultural tourists with a strong interest in military history. Both destinations illustrate the importance of cultural tourism, which not only stimulates economic growth but also preserves local traditions and identity. The third chapter emphasizes the importance of tourist attractions as fundamental resources, divided into actual and potential, with a focus on cultural and religious monuments. The Cetina region is rich in natural attractions, such as the Cetina River and its canyons, offering recreational opportunities like rafting. Moreover, the area is abundant in cultural heritage, including institutions and historical landmarks. The Sinjska Alka, a knightly game lasting over 300 years, is recognized as UNESCO intangible heritage and symbolizes the resistance of the people of Sinj against the powerful Ottoman army in 1715. The Museum of Cetina Region was established in 1956 and is responsible for preserving the cultural and historical heritage of the area. In 2021, it celebrated its 65th anniversary with a renovation and a new permanent exhibition organized thematically. Throughout history, the Cetina region has been a strategic area often attacked by the Ottomans, particularly in the Middle Ages. Feudal families, most notably the Nelipić family, built fortresses to defend against Turkish attacks. These fortresses were established on prehistoric settlements, with the most significant being Prozor, Glavaš, Travnik, the Old Town

in Sinj, Gardun, and Nutjak. All these fortresses testify to the rich history of the Cetina region and its strategic importance over the centuries. The valuation of tourist resources is crucial in planning the spatial development of tourism, and as an example of valuation, specific resources are linked to their value in the valuation process. These resources provide the foundation for developing the tourism offer, emphasizing the preservation of cultural heritage and historical traditions. The fourth chapter presents the research section of the work, including methodology, results, and recommendations for further research. The study was conducted through structured interviews with tourism stakeholders in the city of Sinj and the Cetina region to gather objective information about tourism resources and promotional activities. The research consisted of nine open-ended questions aimed at gauging stakeholders' awareness of cultural tourism in the Cetina region and the development of cultural offerings and tourism resources. Respondents highlighted natural resources and transportation connections as key potentials for tourism development. They believe that the Cetina region can become an essential destination for cultural tourists due to its rich cultural heritage and events. Finally, the research indicates a need for further work on promoting and developing sustainable tourism to achieve year-round tourism in the Cetina region. The Cetina region hides numerous cultural resources, including the knightly game Alka, which holds significant historical and cultural value. Although tourism is not yet fully developed, similar studies can aid in its further development. The last chapter analyzes previous research on cultural tourism in the Cetina region, focusing on the results of interviews with respondents. The main research questions pertain to the current offerings and ways to enhance them. The study shows that cultural tourism in the Cetina region is heavily focused on a single historical event, while other resources that could aid in promotion are somewhat neglected. The need for diversity in the offerings is suggested, combining material and immaterial heritage. In response to the overall research, the following cultural routes have been proposed to guide tourists in exploring the Cetina region: "Paths of Ottoman Conquests," which connects key fortresses from the Ottoman period, allowing tourists to explore the history and connections between them, with detailed descriptions provided via an app. "Antiquity in the Cetina Region" focuses on Roman sites such as Tilverium and Aequum, linking archaeological remains with museum exhibits showcasing life in ancient times. Both routes enable tourists to gain a deeper understanding of the history and culture of the Cetina region, promoting the development of sustainable tourism in the area.

Keywords: cultural tourism, tourist offer, town of Sinj, Cetina region, cultural routes

LITERATURA

Knjige:

1. Crump, K.S. (2008) 'Benchmark Analysis', *Encyclopedia of Quantitative Risk Analysis and Assessment*.
2. Du Cros, H. and McKercher, B. (2015) *Cultural tourism*. London: Routledge.
3. Gabelica, I. et al. (2002) *Zaštićeni dijelovi prirode, More i krš*, <https://moreikrs.hr/wp-content/uploads/2022/01/Zasticeni-dijelovi-prirode-Javne-ustanove-More-i-krs.pdf>
4. Gubrium, J., Holstein, J., Marvasti, A. and McKinney, K. (2012) *Interview research: complexity of the craft*. SAGE Publications, Sjedinjene Američke Države. (Ako želite, možete navesti i točno mjesto izdanja, npr. "Thousand Oaks, CA" ili sl.)
5. Kockel, U. (ed.) (1994) *Culture, Tourism, and Development: The Case of Ireland. Vol. 1*. Liverpool: Liverpool University Press.
6. Kotler, P. (2006) *Osnove marketinga*. Zagreb: MATE d.o.o.
7. Kušen, E. (2002) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.
8. Pirjevec, B. (1998) *Ekonomska obilježja turizma*. Zagreb: Golden marketing.
9. Soldo, J.A. (2011) *Sinjska krajina u 17. i 18. stoljeću*. Sinj: Ogranak Matice Hrvatske u Sinju.
10. Vanhove, N. (2005) *Economics of tourism destination*. London: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Znanstveni članci:

1. Alshenqeeti, H. (2014) 'Interviewing as a data collection method: A critical review', *English Linguistics Research*, 3(1), pp. 39–45.
2. Angelevska-Najdeska, K. (2005) *Significance and influence of management in tourism and hospitality*. Ohrid: Faculty of Tourism and Hospitality, Center for Scientific Research.

3. Angelevska-Najdeska, K. (2012) 'Valorisation and Management of the tourist resources – A Condition for Sustainable Tourism Development', *Quaestus – Multidisciplinary Research Journal*, (March), pp. 86–99.
4. Aoyama, Y. (2009) 'Artists, tourists, and the state: Cultural tourism and the flamenco industry in Andalusia, Spain', *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), pp. 80–104.
5. Aydin, B. and Alvarez, M.D. (2020) *Understanding the Tourists' Perspective of Sustainability in Cultural Tourist Destinations*. Istanbul: Institute of Environmental Sciences, Boğaziçi University.
- Boukas, N. (2008) *Cultural tourism, young people and destination perception: A case study of Delphi, Greece*.
6. Boukas, N., Ziakas, V. and Boustras, G. (2012) 'Towards reviving post-Olympic Athens as a cultural destination', *Current Issues in Tourism*, 15(1–2), pp. 89–105.
7. Demonja, D. (2011) 'Kulturni turizam: Hrvatska iskustva', *Antropologija*, 11(1), pp. 181–205.
8. Dreyer, A. (2019) 'Wine Plus Tourism Offers: It Is Not All About Wine—Wine Tourism in Germany', in *Wine Tourism Destination Management and Marketing*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 399–421.
9. Fernandes, C. and Silva, G. (2007) 'The cultural tourism market in Portugal', *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (7/8), pp. 121–134.
10. Geić, S. (2011) *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu.
11. Jovicic, D. (2016) 'Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism', *Current Issues in Tourism*, 19(6), pp. 605–612.
12. Kušen, E. (2010) 'A system of tourism attractions', *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(4), pp. 409–424. <https://hrcak.srce.hr/63597> (20.4.2024).
13. McKercher, B. (2002) 'Towards a classification of cultural tourists', *International Journal of Tourism Research*, 4(1), pp. 29–38.
14. McKercher, B. and Ho, P. (2012) 'Cultural tourism and the enhancement of quality-of-life', in Uysal, M., Perdue, R. and Sirgy, M.J. (eds.) *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research*. Dordrecht: Springer, pp. 341–357.
15. McKercher, B. and Du Cros, H. (2003) 'Testing a cultural tourism typology', *International Journal of Tourism Research*, 5(1), pp. 45–58.
16. Mousavi, S.S. et al. (2016) 'Defining cultural tourism', *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*, 1(2). <https://blog.americansforthearts.org/sites/default/files/DefiningCulTourism.pdf>.

17. Muñoz-Fernandez, G., Heredia-Carroza, J., de Sanches-Navarro, J.M. and Garcia-Garcia, L. (2023) 'Does the Flamenco tourist exist? Motivation and segmentation'. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(23\)01341-5.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(23)01341-5.pdf)
18. Pavlović, M. (2020) *Srednjovjekovne utvrde uz donji tok rijeke Cetine*. Doctoral dissertation. University of Zadar, Department of Archaeology.
19. Reisinger, Y., Kandampully, J., Mok, C. and Sparks, B. (2001) 'Unique characteristics of tourism, hospitality, and leisure services', *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*, 1(1), pp. 15–47.
20. Richards, G. (2018) 'Cultural tourism: A review of recent research and trends', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, pp. 12–21.
21. Sarrion-Gavilan, D., Benitez-Marquez, M.D. and Mora-Rangel, E.O. (2014) 'Spatial distribution of tourism supply in Andalusia', *Tourism Management Perspectives*. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.008>.
22. Supek, O. (1989) 'Etnos i kultura', *Migracijske i etničke teme*, 5(2–3), pp. 145–153.
23. Štoković, I. (2004) "'BENCHMARKING" u turizmu', *Ekonomski pregled*, 55(1–2), pp. 66–84
24. Towner, J. (1984) 'The Grand Tour—A key phase in the history of tourism', *Annals of Tourism Research*, 12, p. 299.
25. Wenzel, M. (1960) 'Sinjska Alka', *Folklore*, 71(4), pp. 228–233.
26. Gubrium, J. F., Holstein, J. A., Marvasti, A. B., & McKinney, K. D. (Eds.). (2012). *The SAGE handbook of interview research: The complexity of the craft*. Sage Publications.

Internetski izvori:

1. Institut za turizam (2019) *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Tomas 2019*. Hrvatska: Institut za turizam, https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-10/TOMAS%20Hrvatska%202019_0.pdf (20. lipnja 2024.).
2. Lider (n.d.) 'Udio prihoda od turizma u BDP-u u Hrvatskoj uvjerljivo najveći u Europskoj uniji'. *Lider Media*, <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/udio-prihoda-od-turizma-u-bdp-u-u-hrvatskoj-uvjerljivo-najveci-u-europskoj-uniji-142865> (20. lipnja 2024.).
3. Hrvatska enciklopedija (n.d.) 'Turizam'. *Hrvatska enciklopedija*, <https://www.enciklopedija.hr/clanak/turizam> (19. ožujka 2024.).
4. Andalucia.org (n.d.) *Discover us*, <https://www.andalucia.org/en/discover-us> (20. lipnja 2024.).

5. Alduk, I. (2016) 'Nutjak kod Trilja: Tvrđava koju su nazivali grobnicom jadnika poslanih da je brane'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/nutjak-kod-trilja--tvrđava-koju-su-nazivali-grobnicom-jadnika-poslanih-da-je-brane/9683> (20. lipnja 2024.).
6. Alduk, I. (2016) 'Utvrdra kraj Trilja: Arheološki nalazi govore o surovom ratničkom životu na Čačvini'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/utvrda-kraj-trilja--arheoloski-nalazi-govore-o-surovom-ratnickom-zivotu-na-cacvini/9680> (20. lipnja 2024.).
7. Alduk, I. (2016) 'Kad je Sinj bio turski grad...'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/kada-je-sinj-bio-turski-grad-/9653> (20. lipnja 2024.).
8. Alduk, I. (2016) 'Utvrdra Travnik iznad Potravlja: Od prapovijesti je na tom mjestu gradina'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/utvrda-travnik-iznad-potravlja--od-prapovijesti-je-na-tom-mjestu-gradina/9627> (20. lipnja 2024.).
9. Alduk, I. (2016) 'Tvrđava Prozor iznad Vrljike: Turci su je osvojili oko 1520. godine i tamo smjestili sjedište nahije'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/tvrđava-prozor-iznad-vrljike--turci-su-je-osvojili-oko-1520--godine-i-tamo-smjestili-sjediste-nahije/9564> (20. lipnja 2024.).
10. Alduk, I. (2016) 'S utvrde Glavaš se savršeno nadzire prostrana dolina oko izvora Cetine'. *Dalmatinski portal*, <https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/s-utvrde-glavas-se-savršeno-nadzire-prostrana-dolina-oko-izvora-cetine/9551> (20. veljače 2025.).
11. Šokota, Š. (2011) 'Polustrukturirani intervju'. *Struna*, <http://struna.ihj.hr/naziv/polustrukturirani-intervju/25250/> (Pristupljeno: 20. siječnja 2025.).

POPIS ILUSTRACIJA

Popis slika

Slika 1 Španjolski Romi plešu Flamenco	18
Slika 2 Ples Flamenco	20
Slika 3 Spomenik bitke kod Austerlitz 1805.godine	21
Slika 4 Utjelovljenje bitke Austerlitz	22
Slika 5 Utjelovljenje bitke Austerlitz	22
Slika 6 Dvorac Austerlitz	23
Slika 7 Izvor Cetine	26
Slika 8 Hodočasnička staza Gospi Sinjskoj	28
Slika 9 Osvajanje Sinjske Tvrđave 1686. godine	30
Slika 10 Slika Gospe Sinjske okrunjene i okićene zlatom nakon čudesne obrane	31
Slika 11 Sinjska Alka (meta).....	32
Slika 12 Tradicionalna odjeća Cetinske krajine u Muzeju Cetinske Krajine	35
Slika 13 Dio stalnog postava Muzeja Cetinske krajine	36
Slika 14 Prikaz alkarske povorke u Muzeju Sinjske Alke	38
Slika 15 Alkarsko oružje u Muzeju Sinjske Alke	38
Slika 16 Skulptura Konjanika	39
Slika 17 Skulpture u Galeriji Sikirica	39
Slika 18 Arheološki pronalaski iz rimskog logora Tilurija	40
Slika 19 Dio Etnografske zbirke u Muzeju Triljskog Kraja	41
Slika 20 Dio Etnografske zbirke Muzeja Triljskog Kraja	41
Slika 21 Utvrda Prozor.....	43
Slika 22 Utvrda Glavaš	45
Slika 23 Utvrda Travnik	46
Slika 24 Utvrda Stari Grad	48
Slika 25 Karta Utvrde Sinj	49
Slika 26 Utvrda Čačvina	50
Slika 27 Utvrda Nutjak.....	52
Slika 28 Podjela faktora turističke valorizacije	54
Slika 29 Prikaz rute „Putevima osmanskih osvajanja	70
Slika 30 Prikaz rute "Antika u Cetinskoj krajini"	71

POPIS TABLICA:

Tablica 1 Raspored resursa za primjer turističke valorizacije..**Error! Bookmark not defined.**

PRILOZI:

Vodič za intervju

Pitanja za intervju:

1. Što smatrate najvećim potencijalom za razvoj turizma u Gradu Sinju i Cetinskoj krajini? A za razvoj kulturnog turizma?
2. Kako ste zadovoljni s razvojem turizma u Sinju i Cetinskoj krajini?
3. Mogu li Sinj i Cetinska krajina postati nezaobilazna destinacija kulturnih turista u Dalmaciji? Molim Vas za obrazloženje odgovora.
4. Smatrate li da Cetinska krajina ima dovoljno izgrađenu i promoviranu ponudu kulturnog turizma? Što bi dodali ili oduzeli?
5. Prema vašem mišljenju koja su obilježja ponude kulturnog turizma u Sinju i Cetinskoj krajini?
6. Kojim aktivnostima vi i vaša organizacija doprinosite razvoju ili promociji turističke ponude Sinja i Cetinske krajine?
7. Koliko ste upoznati s postojanjem niza kula u Cetinskoj krajini?
8. Postoji li interes vaše lokalne zajednice za uključivanjem u turističke tokove Cetinske krajine?
9. Možete li podijeliti uvide u profil gostiju koji posjećuju Sinj i Cetinsku krajinu?
10. Koje bi po vama trebalo biti ciljno turističko tržište Sinja i Cetinske krajine?
Određujete li ciljno tržište isključivo geografski ili i na temelju nekih drugih kriterija te na koji način se promovirate prema ciljnom tržištu?

Životopis

Osobni podaci	
Ime i prezime:	Marko Romac
Adresa :	Glavice 125 B, 21230 Sinj
Telefon:	021 826 589
Mobilni telefon :	099 846 6389
E-mail:	marko.romac1302@gmail.com
Datum rođenja:	15. 10. 1998.

Radno iskustvo	
Adriagate d.o.o.	referent b2b odjela
Palms Resort d.o.o.	voditelj resorta (travanj- rujan 2022.)
Punta skala d.o.o.:	djelatnik sportskog centra Fortis (listopad- prosinac 2021.)
Connecto mare d.o.o.:	partnership agent (lipanj- rujan 2021.)
Meeting point Croatia d.o.o.:	turistički predstavnik (lipanj- listopad 2019.)
Jamnica d.o.o.:	pomoćni transportni radnik (srpanj- rujan 2018.)
Iris Marketi d.o.o :	prodavač u trgovini (lipanj- rujan 2017.)

Obrazovanje	
Trenutno: student 2. godine diplomskog studija „Poduzetništvo u kulturi i turizmu“ na Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zadru	
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti (2017- 2020): prvostupnik kulture i turizma	
Srednja škola: Opća gimnazija Dinka Šimunovića u Sinju (smjer: opći)	

Strani jezici		
	Engleski jezik	Njemački jezik

Čitanje	Izvršno	Vrlo dobro
Pisanje	Izvršno	Vrlo dobro
Govor	Izvršno	Vrlo dobro

Znanja i vještine
Poznavanje rada na računalu u programima Word, Excel, Power Point i Access.
Vrlo dobro poznavanje rada na internetu: pretraživanje podataka, korištenje baza podataka.

Dodatne informacije i hobiji
Trenutno sam student 2 godine diplomskog studija. Za sebe mogu reći da sam mlada ambiciozna i odgovorna osoba koja ima iskustva i sposobnost rada u timu. U slobodno vrijeme bavim se krav magom, planinarenjem i ribolovom jer su ove aktivnosti fizički i psihički izazovne i kao takve mi pomažu da se opustim, zaboravim na probleme, ali i pomažu u izgradnji mene kao osobe jer je psihološka razina u ovim aktivnostima izražena.