

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Tamara Batel

KULTURNI TURIZAM KAO ČIMBENIK RAZVOJA ZELENE ISTRE

Prvostupnički rad

Mentor: Doc.dr.sc. Ivan Zupanc

Ocjena: _____

Zagreb, 2016.

Sveučilište u Zagrebu

Prvostupnički rad

Prirodoslovno-matematički fakultet

Geografski odsjek

Kulturni turizam kao čimbenik razvoja Zelene Istre

Tamara Batel, JMBAG: 0119023113

Preddiplomski sveučilišni studij *Geografija; smjer: istraživački*

Izvadak: Zelena Istra obuhvaća prostor unutrašnje Istre koji je poznat po karakterističnoj arhitekturi, malim gradićima na brežuljcima, bogatstvu kulturnih materijalnih i nematerijalnih dobara. Suvremeni turisti sve su zahtjevniji i tragaju za novim iskustvima doživljavanjem tradicionalnog načina života lokalne zajednice, sudjelujući u kulturnim manifestacijama te posjećujući kulturno-povijesne spomenike koji govore o tradiciji i identitetu. Resursi koje ima Zelena Istra, uz kvalitetnu interpretaciju i uključivanje lokalne zajednice, predstavljaju veliki potencijal za daljnji razvoj kulturnog turizma na tom području. Raznim strategijama i projektima radi se na iskorištavanju tog potencijala, a koji bi doveo gospodarske revitalizacije, produljenja turističke sezone pa čak i rasterećenja priobalnog dijela Istre od masovnog turizma.

24 stranice, 3 grafička priloga, 3 tablice, 26 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: kulturni turizam, Zelena Istra, razvoj, kulturna dobra

Voditelj: Doc. dr. sc. Ivan Zupanc

Tema prihvaćena: 21. lipnja 2016.

Datum obrane: 16. rujna 2016.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Bachelor Thesis

Cultural tourism as factor of development of the Green Istria

Tamara Batel, JMBAG: 0119023113

Undergraduate University Study of *Geography: course: research*

Abstract: The Green Istria covers the area of inland Istria, which is known for its characteristic architecture, small towns on the hills, the wealth of cultural material and immaterial goods. Modern tourists are becoming more demanding and looking for new experiences experiencing the traditional way of life of the local community, participating in cultural events and visiting cultural and historical monuments which tell a lot about tradition and identity. Resources that has the Green Istria, with quality interpretation and involment of the local community, represent a great potential for further development of cultural tourism in this area. With various strategies and projects it is trying to make the best of this potential, which would lead to the economic revitalization, extension of the touristic season and even to unburdening the coastal part of Istria from mass tourism.

24 pages; 3 figures; 3 tables; 26 references; original in Croatian

Keywords: cultural tourism, Green Istria, development, cultural goods

Supervisor: Ivan Zupanc, PhD, Assistant Professor

Thesis submitted: 21 June 2016

Thesis defense: 16 September 2016

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb,
Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1. 1. Predmet i prostorni obuhvat rada	1
1. 2. Cilj rada	1
1. 3. Metodologija rada	2
2. POJAM I DEFINICIJA KULTURNOG TURIZMA	3
2. 1. Značajke suvremenog turizma	3
2. 2. Pojam kulturnog turizma	3
2. 3. Strategije razvoja kulturnog turizma	4
2. 4. Kulturni turizam u Hrvatskoj	6
3. KULTURNI TURIZAM U ZELENOJ ISTRI	9
3. 1. Turizam Istre	9
3. 2. Kulturna baština	12
3. 2. 1. Materijalna kulturna dobra	12
3. 2. 2. Nematerijalna kulturna dobra	15
3. 2. 3. Kulturne manifestacije i festivali	16
3. 3. Kulturni turizam kao čimbenik razvoja	20
4. ZAKLJUČAK	22
5. LITERATURA I IZVORI	23

1. UVOD

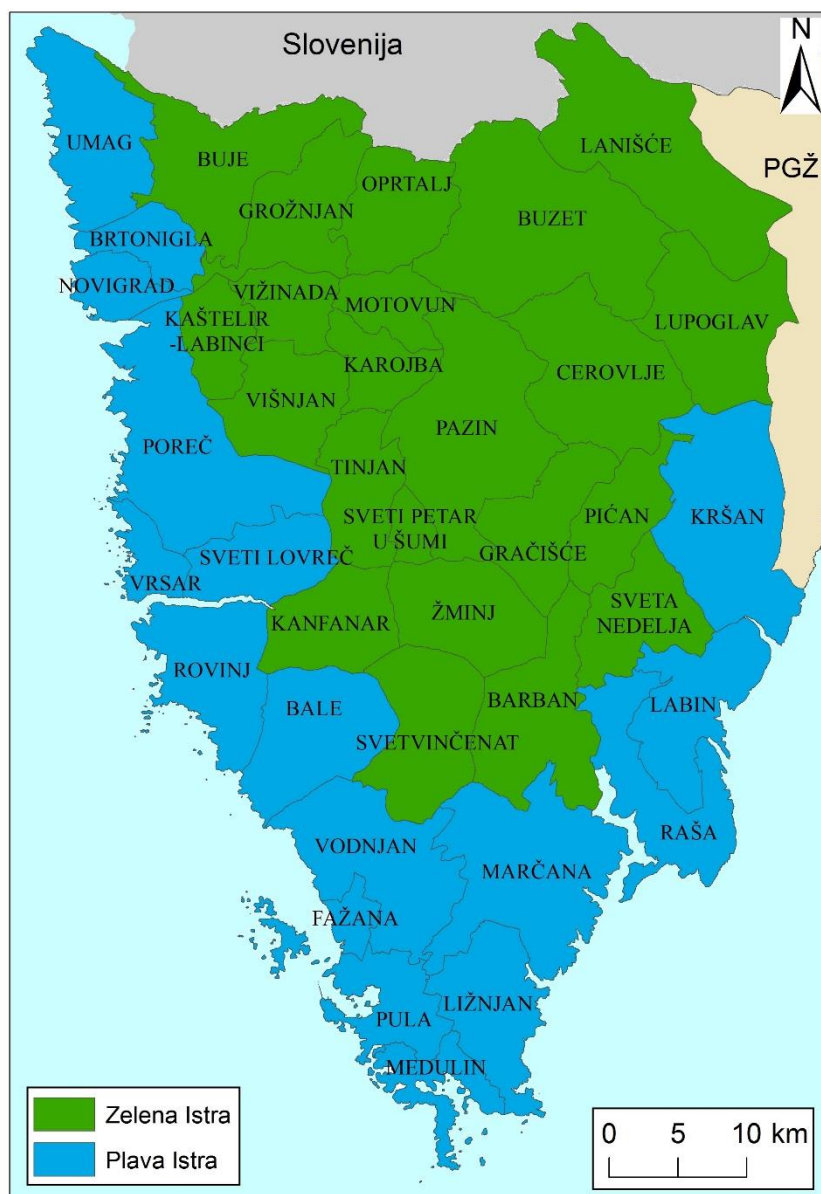
U uvodnom dijelu rada iznesen je predmet istraživanja koji se odnosi na kulturni turizam na području Zelene Istre kao potencijal daljnjeg razvoja, a objašnjen je i prostorni obuhvat istraživanja. Nadalje, postavljeni su ciljevi istraživanja te su objašnjene metode koje su se u radu koristile.

1. 1. Predmet i prostorni obuhvat rada

Predmet istraživanja ovog prvostupničkog rada jest kulturni turizam koji se istražuje kao čimbenik razvoja Zelene Istre. Prostorni obuhvat jest područje Zelene Istre koje je definirano kriterijem odabira općina/gradova koje ne izlaze na more, odnosno, ukoliko imaju dio obale tada ondje ne smije biti izgrađeno veće naselje. Područje Zelene Istre, unutrašnje Istre ili ruralne Istre u više se radova i izvora, različito definira te obuhvaća više ili manje općina i gradova (Lukić i Zupanc 2005, Maretić 2015, *Histrica*, n.d.). U ovom radu, područje Zelene Istre obuhvaća 22 grada i općina (slika 1). Ovo područje ruralnog je karaktera pa se kulturni turizam kao predmet istraživanja postavlja kao selektivni oblik ruralnog turizma. S tim u vezi, istražiti će se turistički proizvod koji se prožima kroz karakterističnu arhitekturu, mala naselja na brežuljcima te mnoštvo kulturnih materijalnih i nematerijalnih dobara kroz koje se pak doživljava tradicija i identitet. Za razliku od Zelene Istre, Plava Istra obuhvaća priobalni dio ovog poluotoka koji je turistički vrlo razvijen. To se područje smatra najrazvijenijom turističkom regijom Hrvatske, međutim veliki problem predstavlja masovnost i sezonalnost turizma.

1. 2. Cilj rada

Cilj prvostupničkog rada jest istražiti i prikazati stanje kulturnog turizma na području Zelene Istre te napraviti projekciju daljnjeg razvoja. Kulturni turizam sam je po sebi vrlo složen i teško se definira pa će cilj također biti istražiti kulturno-turistički proizvod Zelene Istre. Na čemu se zasniva, u kakvom je stanju, ima li potencijala za daljnji razvoj te što utječe na oblikovanje ponude.



Sl. 1. Podjela Istre na Zelenu i Plavu.

Izvor: Središnji registar prostornih jedinica

1. 3. Metodologija rada

U radu je korištena domaća stručna literatura s glavnom tematikom kulturnog turizma i selektivnih oblika turizma. Prikazani su i interpretirani statistički podaci o broju posjetitelja Zelene Istre preuzeti sa službene stranice Turističke zajednice Istarske županije kao i podaci o kulturnim dobrima preuzeti iz Registra kulturnih dobara RH. Od velike važnosti za pronalazak podataka u kulturnim manifestacijama bile su web stranice turističkih zajednica diljem Zelene Istre.

2. POJAM I DEFINICIJA KULTURNOG TURIZMA

2. 1. Značajke suvremenog turizma

U posljednjih nekoliko desetljeća, turizam sve više dobiva na važnosti kao gospodarska grana kako u značajnom broju svjetskih država, većini europskih država, pa tako i u Hrvatskoj. Svake se godine nestrpljivo očekuje sezona, grade se kuće za odmor, obnavljaju se hoteli, a sve više građana iznajmljuje i dijelove vlastite kuće. Međutim, sezonalnost predstavlja veliki problem hrvatskom turizmu, najjači turistički proizvod i dalje je 'Sunce i more', a samo se za neke selektivne oblike turizma osmišljava razvojna strategija. Nadalje, sveprisutni masovni turizam producira brojne probleme na hrvatskoj obali: prevelika koncentracija turista, zakrčenje puteva, loša prostorna organizacija, gomilanje građevinskih objekata, zagađenje, gužva, degradacija kulturne baštine...

Usljed tih problema, a i zbog javljanja novog profila putnika posebnih interesa, svjedočimo diverzifikaciji turizma na različite oblike koji se, najčešće, nazivaju selektivnim oblicima turizma (Geić, 2011). Suvremeni turisti, uz 'Sunce i more' ili 'planine i snijeg', sve više traže dodatne sadržaje koji će ih snažnije privući i pružiti im novost i edukaciju. U Hrvatskoj se radi na ostvarivanju želje za odmakom od masovnog turizma oblikovanjem kvalitetnije turističke ponude koja bi zadovoljila potrebe sve zahtjevnijih potrošača veće platežne moći. Također, cilj je proširiti turističku potražnju na zaleđe Jadranske obale kao i na kontinentalnu Hrvatsku, gdje se turizam ogleda kao mogućnost ekonomske revitalizacije (Tomljenović, 2006). U skladu s promjenama tržišnih interesa, kultura i kulturni turizam dobivaju sve veću ulogu.

2. 2. Pojam kulturnog turizma

S obzirom na kompleksnost turizma i kulture i njihovu podložnost promjenama, teško je definirati pojam kulturnog turizma. Kultura je nekad, u okvirima turizma, obuhvaćala posjete muzejima, galerijama, operama ili kazališnim predstavama dok je danas pojam kulture proširen. Tako kultura uključuje sve ono što ljudi misle i rade, dakle njihove stavove, vrijednosti, ideje, kao i njihov način života, građevine, uporabne proizvode... Prema Tomljenović (2006), kulturni turizam definiramo kao posjete osoba izvan njihovog mjesta stalnog boravka motivirane

djelomično ili u cijelosti interesom za povijest, umjetnost, naslijeđe i način života, s time da kultura obuhvaća opipljivu (muzeji, galerije, koncerti, kazališta, spomenici, povijesni lokaliteti) i neopipljivu kulturu (običaji, tradicija).

Kultura je oduvijek bila jedna od glavnih turističkih proizvoda jer su turisti oduvijek bili zainteresirani za kulturno-povijesne spomenike, festivale, karnevale, scene života na ulicama, odnosno stjecanje uvida u materijalne i nematerijalne oblike kulture. Međutim, ona se smatrala samo dodatnom ponudom u nekom gradu na moru. Za razvoj kulturnog turizma zainteresirale su se, kao strategiji turističke valorizacije, destinacije čiji je turistički proizvod dosegnuo fazu zrelosti kao i nove destinacije u nedostatku značajnijih prirodnih atrakcija, a u želji da revitaliziraju stagnirajuće gospodarstvo. S druge strane, kulturni sektor suočen je sa sve skromnijim financiranjem iz državnog proračuna pa je prisiljen okrenuti se alternativnim izvorima financiranja. Početkom 1990-ih u zemljama zapadne Europe došlo je do sve većeg ulaganja napora u privlačenje sve većeg broja posjetitelja kulturnim institucijama kako bi se pokrili troškovi produkcije. Dodatan broj posjetitelja pronašao se u turističkoj potražnji te se takav trend nastavlja (Tomljenović, 2006).

2. 3. Strategije razvoja kulturnog turizma

Konkurencija je u kulturnom turizmu vrlo velika pa se ovaj selektivni oblik turizma ne treba poimati kao rješenje svih problema turističke destinacije nego kao jedna od mogućih opcija rješavanja točno određenih problema. Kako bi došlo do isplativosti kulturnog turizma, nužno je osmisliti strategiju razvoja. Destinacije moraju precizno definirati što žele postići razvijanjem kulturnog turizma i moraju biti spremne na zadovoljavanje određenih preduvjeta. Može se zaključiti da najbolje rezultate u kulturnom turizmu ostvaruju one destinacije čija je uprava imala ideju i želju da privuku ključne investitore u velike infrastrukturne projekte u kulturi, a profesionalni je kulturni sektor bio razvijen pa je time turistička industrija bila dobro organizirana. Također, za uspjeh je ključno i lokalno stanovništvo koje bi trebalo biti upoznato s planovima razvoja te koje, redovito posjećujući kulturne manifestacije i institucije, podržava razvoj kulturnog turizma (Tomljenović, 2006).

Postoji nekoliko opcija prilikom razvoja kulturnog turizma, a u nastavku slijede njihova objašnjenja. U urbanim centrima i glavnim gradovima, kulturni turizam razvija se na temelju izgradnje novih kulturnih atrakcija, a motivacija se pronalazi u urbanoj obnovi ili želji da se postigne arhitektonska prepoznatljivost monumentalnih kulturnih centara. Ova strategija

zahtjeva izuzetno velika sredstva, a njeni su efekti upitni s obzirom na to da u svim većim svjetskim gradovima već postoje manje ili više poznata djela suvremene arhitekture. Drugo, organizacija kulturnih događanja u relativno kratkom roku destinaciji mogu dati prepoznatljivost, stvaraju atmosferu, pridonose imidžu destinacije, a i omogućuju lakšu promociju. Ova je strategija vrlo važna za statična kulturna dobra, primjerice kulturno-povijesne lokalitete, koji se uglavnom posjećuju jednom, dok se organizacijom raznih događanja pruža razlog za ponovnim posjećivanjem i doživljavanjem drugačijeg iskustva. Treća opcija jest stvaranje tematskih cjelina, npr. kulturnih četvrti. Ovom se strategijom omogućuje veća dostupnost, atrakcije su smještene u jednom dijelu grada, a time se privlače turisti koji imaju interes za lokalnu kulturu i način života. Nadalje, strategija nezaobilazna u razvoju ruralnih područja koja geografski širi i disperzira potražnju jesu itinereri. Naime, ukoliko ne postoji kritična masa kulturnih atrakcija ili su one od nedovoljne važnosti da bi privukle veći broj turista, tematski itinereri povećavaju njihovu atraktivnost. Naravno, za uspješnost itinerera potrebno je osmisliti i identificirati teme, razviti uporišta u prostoru i tamo pružiti odgovarajuće popratne turističke sadržaje poput ugostiteljskih i smještajnih objekata, trgovina i slično.

Uspjeh svake strategije ponajprije ovisi o tome koliko je svaki od kulturnih resursa uključenih u turističku ponudu transformiran u kulturno-turistički proizvod. Pri razvoju kulturno-turističkog proizvoda također treba slijediti određene principe. Uglavnom se kulturni resursi razvijaju i štite na dobrobit lokalne zajednice jer oni postoje zbog vlastitih stanovnika kojima njihova kultura i povijest definira identitet i bogati svakodnevni život. Za lokalno je stanovništvo potpuno jasno značenje određenih kulturnih resursa, međutim za strane posjetitelje to nije tako. Iz tog se razloga, kulturni resursi trebaju prilagoditi kako bi postali kulturna turistička atrakcija. Pod prilagodbom podrazumijevamo dostupnost atrakcije, adekvatno radno vrijeme, mogućnost pristupa starijim osobama i osobama s posebnim potrebama, parkiralište, dodatne sadržaji poput trgovina, suvenirnica, restorana... Također, kulturni se resurs mora prilagoditi i samim sadržajem koji turistima mora biti prikazan na zanimljiv i razumljiv način. Interpretacija sadržaja postaje sve važnija od fizičkog resursa jer budi maštu, kreira doživljaj i iskustvo. Upravo se nedostatak aktivnosti za posjetitelje i neodgovarajuća interpretacija smatra glavnim razlogom nezadovoljstva posjetitelja kulturnih atrakcija. Konačno, važnu ulogu u stvaranju kulturno-turističkih atrakcija i razvoju kulturnog turizma ima marketing zbog pozicioniranja i ustanovljavanja jedinstvenosti atrakcije koje kreira želju za posjećivanjem (Tomljenović, 2006).

2. 4. Kulturni turizam u Hrvatskoj

Materijalna pojavnost kulture i njezini oblici u Hrvatskoj se prate u okviru Registra kulturnih dobara. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske održava bazu podataka hrvatskih kulturnih dobara koja ne sadrži samo broj spomenika kulture, već ih i klasificira prema važnosti, odnosno vrsti. Tri su popisa unutar Registra: Zaštićena kulturna dobra, Kulturna dobra nacionalnog značaja te Preventivno zaštićena kulturna dobra. Ukoliko se kulturno dobro upiše na jedan od ta tri popisa, to govori o njegovoj važnosti i/ili vrsti zaštite. Popisi predstavljaju aktualno stanje koje se neprestano mijenja pa popis kulturnih dobara gotovo nikada nije konačan. Kao što je već navedeno, postojanje kulturnih resursa ne označava i razvijenost kulturnog turizma. Neke kulturne ustanove i lokaliteti nisu pogodni za uključivanje u turističku ponudu, što zbog lošeg stanja lokaliteta, a što zbog nezainteresiranosti zaposlenika kulturne ustanove da se uključe u turistički razvoj.

Osim poznatih kompaktnih urbanih i ruralnih povijesnih sredina, UNESCO-ovih lokaliteta i onih koji mogu postati međunarodne turističke atrakcije, Hrvatska obiluje kvalitetnih kulturnim ustanovama, mnoštvom nematerijalnih kulturnih dobara prikazanih na festivalima i narodnim svetkovinama te bogatstvom legendi i mitova koji se, uz malo truda, mogu povezati s određenim lokalitetom i tako prezentirati kao turistička priča. Kulturne su ustanove uglavnom smještene na povoljnim lokacijama, prometno su dostupne te imaju razvijenu infrastrukturu za prihvata većeg broja posjetitelja, dok su muzeji i galerije vrlo dobro međusobno povezani te bi tako zajedno mogli biti ponudeni na turističkom tržištu. Ukoliko se resursi zajedno ponude, zajedno se mogu i reklamirati što smanjuje troškove i obujam posla. Također, kulturne manifestacije važne su za razvoj kulturnog turizma. Pojedine manifestacije postale su zaštitni znak nekog lokaliteta, dok su neke i dalje ne toliko prepoznatljive. Neki se festivali i svetkovine odvijaju u različitim godišnjim dobima što utječe na mogućnost produljenja turističke sezone (Jelinčić, 2009).

Važno je napomenuti kako se svi kulturno-turistički potencijali susreću s brojnim problemima koji im usporavaju ili onemogućuju prodor na dinamično turističko tržište. Pri izradi Strategije razvoja kulturnog turizma provedeno je istraživanje o perspektivi daljnjeg razvoja iz kojeg se mogu identificirati problemi razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj. Problemi su uglavnom zapreke s kojima se susreću organizatori kulturno-turističkih projekata, a istraživanje pokazuje kako se problemi uviđaju tijekom rada pa se ne mogu ranije izbjeći. S

tim u vezi, većina projekata provodi se na temelju pokušaja i pogreške, a samo uspješniji organizatori uspijevaju projekt provesti do kraja, doduše s upitnim profitom.

Tab. 1. Problemi hrvatskog kulturno-turističkog sektora

	PROBLEM	OBJAŠNJENJE
1.	Nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika	Planiranje se zasniva na iskustvu i mišljenju, a ne na znanstveno utemeljenim činjenicama. Podaci o kulturnoj participaciji turista nužni su za izradu konkretnih strategija i turističkih planova.
2.	Nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnome menadžmentu	Ne postoji snažniji obrazovni program iz područja kulturnog menadžmenta. Iskusniji kulturni djelatnici oslanjaju se na iskustvo te se ne prilagođavaju novom načinu privređivanja kulturnog sektora. Turistički i kulturni sektor, umjesto da se nadopunjuju, nepovjerljivi su jedan prema drugome.
3.	Centraliziranost i birokratizacija postupaka	Za uporabu lokaliteta baštinskih vrijednosti mora se pribaviti veliki broj dozvola što produljuje rok za pripremu i izvedbu projekta. Tromost sustava i birokratizacija često dovode do slučaja da tražene dozvole stižu nakon što se projekt već izvede.
4.	Nepostojanje prepoznatljivoga kulturno-turističkog proizvoda	Kvalitetan i prepoznatljiv kulturno-turistički proizvod snažno privlači gospodarske subjekte koji u njega ulažu značajna sredstva jer u njemu vide i svoju korist. Osmišljavanje takvog proizvoda jest zahtjevan posao, ali zabrinjava manjak kreativnosti i volje kulturnih djelatnika kao i znanja o kulturnom turizmu.
5.	Površno znanje lokalne populacije o vlastitoj baštini	Građani često ne osjećaju baštinu kao turistički resurs, obrazovni sustav pruža osnovna znanja o baštini, ali nedovoljno naglašava njezinu vrijednost. Ulaganje u proces obrazovanja o vlastitoj kulturi dugotrajan je, ali isplativ proces.

6.	Nedovoljna ili loše organizirana promidžba	Način prezentacije kulturno-turističkih proizvoda često je zastario, nezanimljiv i neprikladan. Tržišni trendovi pokazuju interes za sve oblike selektivnog turizma, tako i za kulturni, pa bi se promidžba na međunarodnom tržištu trebala agresivnije provoditi.
7.	Nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma	Nova tržišta zahtijevaju kompleksnije proizvode što zahtijeva interdisciplinarni pristup. Sustav je neorganiziran pa se suradnja odvija na razini pojedinog projekta, a umjesto da se uvide zajednički interesi, dolazi do međusobnog optuživanja za neuspjeh.
8.	Nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno-turističkih projekata	Aktivniji organizatori projekata pribjegavaju poduzetničkim načelima, dok manje aktivni, odnosno financijski slabije stojeći organizatori traže pomoć u savjetodavnim institucijama koje bi im dale odgovore na pitanja vezana uz proces stvaranja i provođenja projekata.

Izvor: Autorica prema Jelinčić, 2009.

Nadalje, prema Strategiji razvoja kulturnog turizma, izdvajaju se problemi vezani uz činioce kulturnog sektora, dakle uz kulturno-povijesne lokalitete, kulturne institucije te kulturne manifestacije. Prvi problem predstavlja loša signalizacija kulturnih objekata, naime putokazi do njih ne postoje ili su loše postavljeni i zbunjujući. Iako većina županija radi na projektima vezanima uz obilježavanje turističkih atrakcija, i dalje ima puno mjesta za napredak. Kulturni su izlošci često neadekvatno interpretirani, naime ukoliko interpretacija i postoji, ona je prikazana na znanstveni ili povijesni način te je u neskladu s očekivanjima posjetitelja. Nadalje, mnoštvo lokaliteta infrastrukturno je slabo opremljeno, prometno su teško dostupni (posebice autobusima), a često i vrlo zapušteni što uzrokuje nezadovoljstvo posjetitelja. Također, ugrožena je i održivost nekih lokaliteta. To se posebice odnosi na one lokalitete koji primaju veći broj posjetitelja od kapaciteta za koji su pripremljeni što je rezultat nepostojanja pravilnog upravljanja lokalitetima. Što se tiče nematerijalnih kulturnih dobara, uglavnom su neadekvatno distribuirani, a neodgovarajućom prezentacijom i prodajom obezvređuje se njihova važnost. Kulturne institucije u Hrvatskoj, poput muzeja i galerija, također imaju brojne nedostatke koji sprječavaju porast broja posjetitelja poput vremenske nepristupačnosti (radno vrijeme),

nedovoljne promidžbe po turističkim zajednicama i informativnim centrima, slabe ponude popratnih sadržaja s mogućnošću ostvarivanja dodatne potrošnje posjetitelja, itd. Naravno, postoje iznimke koje se susreću s pretjeranim brojem posjetitelja (npr. Dubrovnik) što ponovno nije dobro te se i za taj problem treba postaviti model kojim bi se pritisak minimalizirao. Nadalje, i kulturne manifestacije suočavaju se s problemima koji utječu na njihov turistički potencijal i uključivanje u kulturno-turističku ponudu destinacija. Najčešći problem svakako je usmjerenost na lokalno i djelomično regionalno tržište što je uzrokovano zanemarivanjem kontinuiranog školovanja organizatora, a nestabilno financiranje barijera je uključivanju u turističku funkciju jer program postaje dostupan javnosti tek nekoliko mjeseci unaprijed.

Može se zaključiti kako stanje kulturnog turizma u Hrvatskoj nije najbolje obzirom na sve navedene probleme. Suradnja između kulturnog i turističkog sektora nužna je, ali na terenu je prisutan otpor. Naime, veliki broj kulturnih institucija smatra kako je privlačenje turista prevelik napor s obzirom na očekivanu dobit, a kulturni i turistički djelatnici nisu spremni na dodatno obrazovanje u području marketinga i menadžmenta. Međutim, Hrvatska se ipak opredijelila za razvoj sektora kulturnog turizma pa se objavljivanjem Strategije razvoja kulturnog turizma i osnivanjem Ureda za razvoj kulturnog turizma uviđa napredak (Jelinčić, 2009).

3. KULTURNI TURIZAM U ZELENOJ ISTRI

3. 1. Turizam Istre

Istarski poluotok najveći je hrvatski poluotok, iako ga dijele još Slovenija i Italija. Smješten je na krajnjem zapadu Hrvatske, u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora. Hrvatski dio Istre dijeli se između dviju županija: Primorsko-goranske županije i Istarske županije koja zauzima 81 % površine poluotoka (*Zemljopisni podaci*, n.d.). Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, na području Istarske županije živi 208.055 stanovnika, pa prosječna gustoća naseljenosti iznosi 73 stanovnika po kvadratnom kilometru.

Gospodarstvo Istarske županije vrlo je raznoliko. Razvijena je poljoprivreda, ribarstvo i uzgoj ribe, građevinarstvo, prerađivačka industrija, trgovina i promet. Tradicionalno je Istra turistički najposjećenija regija Hrvatske pa je tako, prema podacima Turističke zajednice Istarske županije, u 2015. godini ostvareno ukupno 3.570.668 dolazaka te čak 23.668.568 noćenja. Ono što pogoduje takvoj razini razvoja turizma jest, kao prvo, izuzetno povoljan

geografski položaj, naime nalazi se gotovo u srcu Europe te čini most između Srednje, Južne i Jugoistočne Europe. Dakle, emitivna tržišta turističke potražnje nalaze se vrlo blizu, posebice Italija, Slovenija, Austrija te druge srednjoeuropske države. Nadalje, Istra je bogata kulturnim i prirodnim atrakcijama, hotelijersko-turistički menadžment razvijen je budući da turizam ima gotovo dvostoljetnu tradiciju, a goste privlače konkurentne cijene i kvaliteta usluge (*Turizam i ugostiteljstvo*, n.d.).

Problem turizma Istre jest njegova koncentracija duž zapadne obale. Naime, iako je Istarska županija jedna od rijetkih koja razvija i ruralni turizam u svojoj unutrašnjosti, zapadna obala ostvaruje najveći udio broja dolazaka i noćenja.

Tab. 2. Dolasci turista u Istri po turističkim zajednicama 2015. godine

TURISTIČKA ZAJEDNICA	DOLASCI UKUPNO	UDIO (%)	INDEKS 2015/2014
Bale	39.309	1,10	115
Barban	7.839	0,22	113
Brtonigla	65.863	1,84	121
Buje	33.502	0,94	105
Buzet	12.277	0,34	135
Fažana	116.274	3,26	104
Funtana	192.522	5,39	111
Grožnjan	2.760	0,08	116
Kanfanar	5.790	0,16	125
Kaštelir-Labinci	4.798	0,13	116
Kršan	5.888	0,16	114
Labin	211.699	5,93	106
Ližnjan	22.380	0,63	123
Marčana	27.293	0,76	96
Medulin	353.850	9,91	111
Motovun	14.910	0,42	114
Novigrad	203.840	5,71	105
Oprtalj	14.353	0,40	91
Pazin/Središnja Istra	22.215	0,62	115

Poreč	485.285	13,59	111
Pula	292.852	8,20	108
Raša	33.375	0,93	114
Rovinj	522.264	14,63	109
Svetvinčenat	9.646	0,27	112
Tar-Vabriga	196.816	5,51	102
Umag	409.697	11,47	112
Višnjan	5.320	0,15	266
Vižinada	3.410	0,10	146
Vodnjan	34.027	0,95	104
Vrsar	195.189	5,47	108
Žminj	5.390	0,15	119

Izvor: Autorica prema podacima Turističke zajednice Istarske županije, 2016.

U tablici su prikazani podaci o dolascima turista u Istarskoj županiji u 2015. godini po turističkim zajednicama te indeks promjene broja dolazaka u usporedbi s 2014. godinom. Može se primijetiti kako najveći broj dolazaka ostvaruju općine i gradovi na obali, to su prvenstveno Rovinj, Poreč, Umag, Novigrad, Vrsar, Funtana, Tar-Vabriga i Fažana na zapadnoj obali te Medulin i Pula na jugu. Zbog nepristupačnosti obale na istoku, samo se Labin ističe po velikom broju dolazaka i to zahvaljujući naselju Rabac koji se smjestio u pitomoj uvali i koji je iz ribarskog naselja izgradnjom hotela, kampova i apartmana postao središte turizma istočne obale Istre. Općine i gradovi u unutrašnjosti, uspoređujući ih s onima na obali, bilježe puno manji broj dolazaka što u udjelu iznosi tek oko 0,5 %. Indeksi promjene broja dolazaka turista u usporedbi s prethodnom godinom, pokazuju porast broja dolazaka u gotovo svim općinama i gradovima prema njihovim turističkim zajednicama. Zanimljivo je usporediti broj dolazaka turista s brojem stanovnika naselja, pa tako primjerice u Poreču stanuje nešto manje od 10.000 stanovnika (*Popis stanovništva*, 2016), dok u srpnju i kolovozu broj turista bude preko 100.000. U tom se smislu može govoriti o opterećenosti prostora, masovnosti turizma i sezonalnosti jer broj turista u travnju jedva premašuje 30.000, a u veljači se kreće oko 2.000 dolazaka.

Prostor Istarske županije dijeli se na dvije specifične turističke regije, na Plavu i Zelenu Istru. Plava Istra obuhvaća priobalje, turistički najrazvijeniju hrvatsku regiju, koja turiste privlači Suncem i morem, plažama, kulturno-povijesnim znamenitostima poput Arene u Puli ili Eufrazijeve bazilike u Poreču kao i mnogobrojnim festivalima (Pula Film Festival, Outlook...)

Zelena Istra je prostor ruralne, unutrašnje Istre gdje je ruralni turizam u Hrvatskoj najrazvijeniji. Počeo se razvijati krajem 1990.-ih kad je pokrenuta inicijativa za rasterećenje obalnih regija i urbanih središta te kako bi se seosko gospodarstvo ojačalo, a kulturna baština dobila veći značaj. Turiste na ovaj prostor privlači očuvana priroda, odsustvo buke, zdrava klima te očuvanost građevinskog i socio-kulturnog nasljeđa (Mađarić i Sarjanović, 2004).

Upravo je na području Istarske županije zabilježen najveći broj registriranih turističkih seljačkih gospodarstava u Hrvatskoj, a prema Geiću (2011) i s više od 50 % ukupnog broja kreveta seljačkih gospodarstava u RH. Istra ima najdužu tradiciju u ruralnom turizmu zahvaljujući strategiji razvoja koja se temeljila na kvalitetnom restrukturiranju postojećih turističkih objekata, unaprjeđenju dodatne ponude kroz organizaciju manifestacija i kreiranje raznih sportskih staza te određivanju vrijednosti ruralnih područja istarskog poluotoka kroz selektivne razvojne programe (agroturizam, vinske ceste, gastro vodič...). Na taj se način Istra profilirala kao maritimna, ali i kao ruralna turistička destinacija što osigurava gospodarsku revitalizaciju ruralnih područja. Financijska potpora banaka i marketinška aktivnost na domaćem i svjetskom tržištu u organizaciji turističke zajednice i raznih turoperatora bio je glavni element za uspješan ruralni turistički razvoj (Geić, 2011).

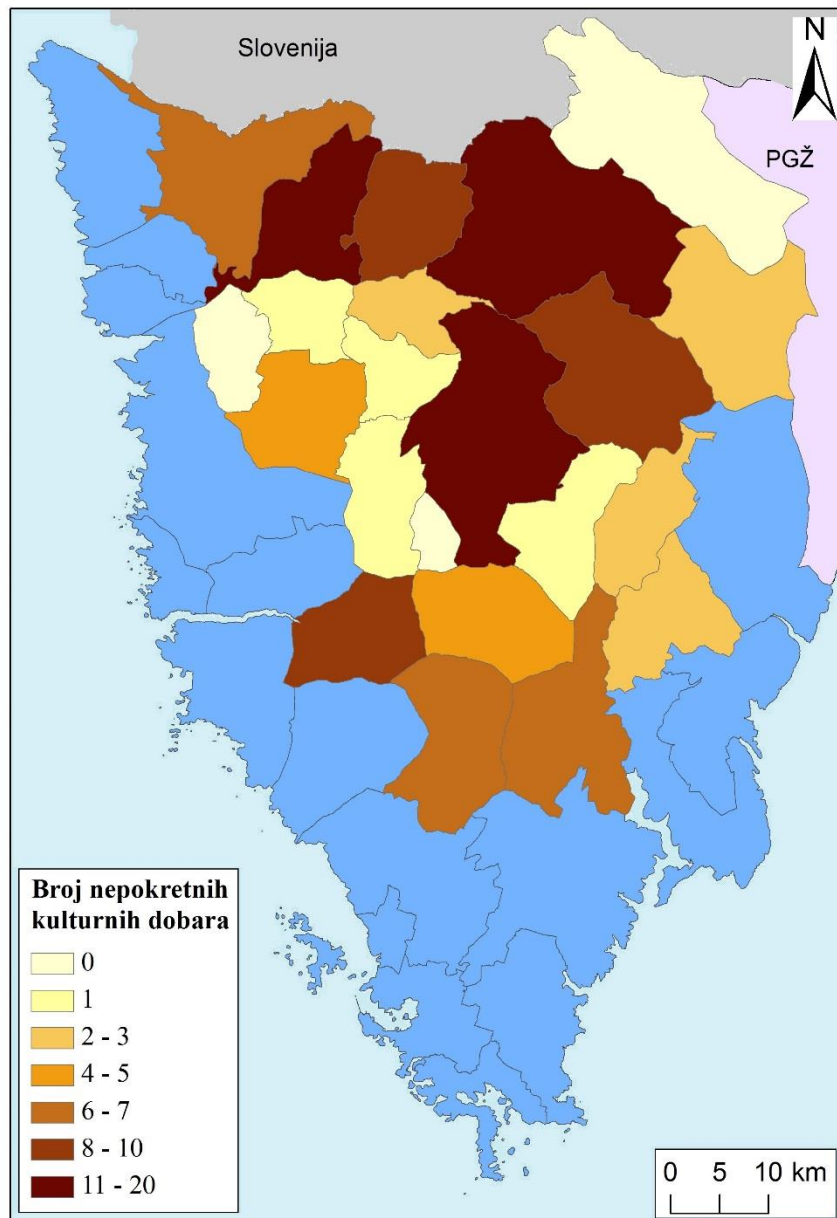
3. 2. Kulturna baština

Posljednjih godina svjedočimo radikalnom mijenjanju odnosa u turizmu i kulturi što se tiče novih civilizacijskih spoznaja i novih potreba na strani turističke potražnje. Kulturni sadržaji u turizmu tako sve više dolaze do izražaja kao i potreba za čvršćim povezivanjem kulture i turizma. Kultura uvjetuje nastanak i stalno pospješuje razvoj turizma, daje mu posebnu društvenu vrijednost i povećava njegove gospodarske učinke. Broj kulturnih elemenata koji su dio turističke ponude stalno se povećava zajedno s rastom interesa turista za upoznavanjem što širih segmenata kulture.

3. 2. 1. Materijalna kulturna dobra

Kod kulturnog turizma prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera, a to su kulturno-povijesni spomenici, muzeji, galerije kao materijalna kulturna baština te kulturne priredbe i manifestacije kao nematerijalna kulturna baština (Geić, 2011). Područje Zelene Istre obiluje kulturno-povijesnim bogatstvima, arheološkim nalazištima,

starim kaštelima, kamenim gradićima, sakralnim objektima... Zbog njihove mnogobrojnosti, za potrebe pisanja ovog rada i daljnje analize, u obzir su uzeti samo oni kulturni resursi koji su upisani u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.



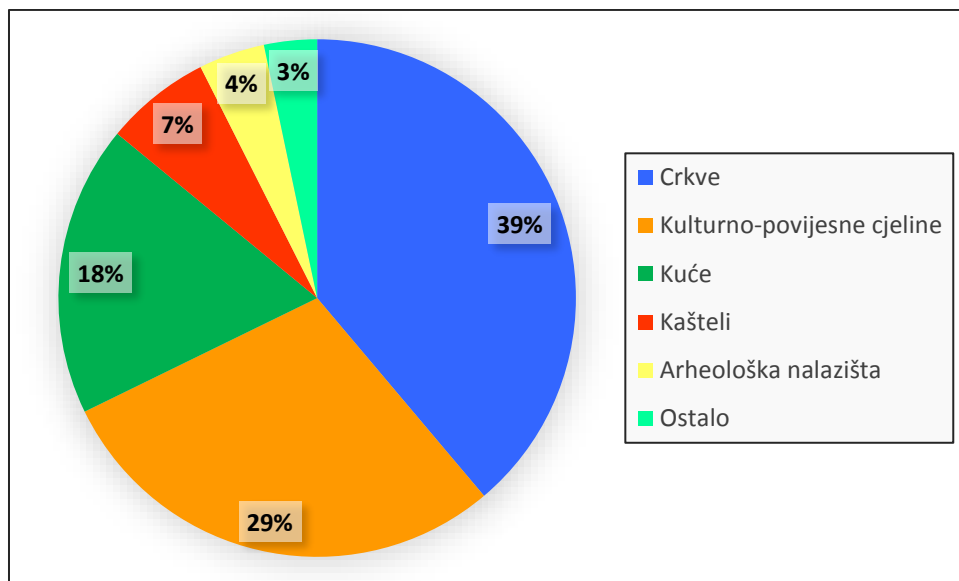
Sl. 2. Broj nepokretnih kulturnih dobara po općinama i gradovima Zelene Istre.

Izvor: Registar kulturnih dobara, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2016.

Kartogramom je prikazan broj nepokretnih kulturnih dobara po općinama i gradovima Zelene Istre. Može se primijetiti kako je najveći broj kulturnih dobara smješten u površinom najvećim općinama, odnosno gradovima, ponajprije u Buzetu i Pazinu, dok se Grožnjan ističe

s najvećom gustoćom kulturnih dobara s obzirom na površinu. Nadalje, neke općine bilježe nijedno kulturno dobro, to su površinom male općine Sveti Petar u Šumi i Kaštelir-Labinci te jedna od najvećih, općina Lanišće koja je smještena izrazito periferno te na nepristupačnom terenu pa ne čudi da na tom području nema registriranih kulturnih dobara. Najveća koncentracija kulturnih dobara pruža se sjevernim dijelom Zelene Istre koji je poznat po srednjovjekovnim gradićima na brežuljcima. Takvi su gradići sami po sebi prava kulturna baština; unutar zidina nalaze se krivudave, isprepletene uličice, crkva i trg kojima odiše tradicionalni način života, a što je prava turistička atrakcija. Te su općine i gradovi najudaljeniji od mora, no i dalje blizu emitivnih turističkih tržišta, a brojnost kulturnih dobara predstavlja potencijal razvoja kulturnog turizma na području ruralne Istre.

Kako bi kulturno-turističke atrakcije postale kulturno-turistički proizvodi, nužno je njihovo prepoznavanje i adekvatna interpretacija. Kulturno-turističke atrakcije same po sebi privlače ograničen broj turista koji se, nakon posjećivanja destinacije, nemaju potrebu vratiti. Zato je važno uz svaku atrakciju osmisliti zanimljivu prezentaciju te ih uključiti u turističke ponude.



Sl. 3. Struktura nepokretnih kulturnih dobara Zelene Istre

Izvor: Registar kulturnih dobara, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2016.

Na slici 3 prikazana je struktura nepokretnih kulturnih dobara Zelene Istre registriranih u Registru kulturnih dobara. Najveći udio od ukupno 121 registriranog dobra, gotovo 40 %, zauzimaju crkve, a uglavnom su izgrađene u srednjem vijeku te su često ukrašene freskama što

predstavlja iznimnu kulturnu, povijesnu i umjetničku vrijednost. Najpoznatijim i najočuvanijim freskama oslikane su crkvice: Sveta Marija na Škriljinah u Bermu s prikazom „Ples mrtvaca“, Sveti Vincent u Svetvinčentu, Sveti Nikola u Pazinu, Sveti Elizej i Sveti Rok u Draguču... Kulturno-povijesne cjeline obuhvaćaju i arhitektonske sklopove te su u to ubrojeni uglavnom stari dijelovi gradića s trgov, crkvom, tornjem i slično. Veliki broj zaštićenih kulturnih dobara spada u kategoriju kuća, s time da su tu ubrojene cijele kuće, ostaci kuća, ruševine, gospodarsko-stambene građevine i ladanjski sklopovi (stancije). Brojna su i utvrđena naselja, kašteli, koji su zbog iznimne povijesne i arhitektonske vrijednosti, upisani u registar. Naime, kašteli su uglavnom zidani fino klesanim i pravilno slaganim kamenim kvadrima što upućuje na umijeće tadašnjih zidara. Također, na području Zelene Istre, postoji i nekoliko sačuvanih arheoloških nalazišta. U kategoriju 'Ostalo' svrstana su pojedinačna dobra, primjerice ostaci uljare ili starog mlina.

3. 2. 2. Nematerijalna kulturna dobra

Osim nepokretnih kulturnih dobara, odnosno materijalne kulturne baštine, na Registru kulturnih dobara, nalaze se tri registrirana nematerijalna kulturna dobra s područja Zelene Istre. S područja Općine Barban, registrirana je konjička igra Trka na Prstenac te tradicijska pučka igra 'Pljočkanje'.

Trka na Prstenac je pučka konjička igra pokrenuta 1976. godine po uzoru na viteško nadmetanje koje se održavalo za vrijeme mletačke uprave krajem 17. i početkom 18. stoljeća. Naime, najstarija zabilježena Trka održana je 1696. godine. Cilj Trke je unutar 12 sekundi u punom galopu pretrčati 150 metara dugu stazu i kopljem pogoditi prstenac. Prstenac se sastoji od dva koncentrična kruga međusobno spojena tako da je prostor između njih podijeljeno na četiri polja. Pogodak u sredinu nosi tri boda, pogodak u gornje polje dva, a u donje jedan bod, te sa strane pola boda. Broj bodova potvrđuje Časni sud pred koji se konjanik mora vratiti s prstencem na koplju čim se zaustavi. Svi natjecatelji tri puta prolaze stazu, a onaj koji skupi najviše bodova postaje slavodobitnik. Konjanici s područja Barbanštine odjeveni su u istarsku narodnu nošnju, start se označava zvukom roženica, a cijela priredba postala je zaštitnim znakom Barbana i jedna od najpoznatijih ljetnih priredbi u Istri.

Pljočkanje je stara pučka igra koja se igra na otvorenom, na livadi ili cesti. Najčešće se igrala dok se čuvala stoka ili nedjeljama i blagdanima za odmor i zabavu, ali danas je razvijena u organizirano sportsko natjecanje s pisanim pravilima. Za igru je potreban jedan plosnati

kamen veličine dlana (pljočka) kojom se gađa veliki kamen (balin) postavljen na tlo. Pljočkanje ima veliku kulturnu vrijednost jer se njome iskazuje tradicionalni način života, u igri su upotrebljavaju tradicijski termini koji se razlikuju zavisno o mjestu gdje se igra, a po pravilima, cilj igre je pravedno se natjecati (*Povijest*, n.d.).

S područja Općine Žminj također je registrirano nematerijalno kulturno dobro, a to je Žminjski govor kojim se koristi stanovništvo na prostoru od ušća rijeke Raše prema sjeveru te u okolici Žminja i Pazina. Jedan je od najstarijih slavenskih govora u Istri, a priznavanje specifičnog govora kao nematerijalnog kulturnog dobra govori o raznolikosti dijalekata i govora unutar cijele Istre što svjedoči o burnoj povijesti, doseljavanju i djelovanju raznih naroda i njihovom miješanju te stvaranju kulturnog mozaika Istre (*Čakavsko narječje u Istri*, n.d.). Žminjski je govor specifičan zbog zanimljivog naglaska, naglašavanja pojedinih slova, skraćivanja riječi u odnosu na druge dijalekte diljem Istre. Takav govor dio je identiteta i tradicije stanovnika Žminjštine i okolnog područja te je u tome prepoznata njegova važnost.

3. 2. 3. Kulturne manifestacije i festivali

Manifestacije nude jedinstveno iskustvo posjetitelju kroz kombinaciju menadžmenta, prostora i ljudi, a okruženje manifestacije i ukupna atmosfera trebali bi poticati veselje i nuditi izlazak iz rutine. Karakteristike koje stvaraju posebno ozračje manifestacija su jedinstvenost, kvaliteta, tradicija, slavlje, autentičnost, gostoljubivost, simboličnost. Lokalna zajednica manifestacijama nastoji istaknuti svoju individualnost i kulturnu posebnost. Manifestacijski turizam kao podoblik kulturnog turizma definira se kao razvoj, planiranje, promidžba i održavanje manifestacija kao turističke atrakcije, a njegovi su ciljevi stvoriti imidž destinacije, produžiti turističku sezonu, ravnomjernije proširiti turističku potražnju te privući domaće i strane posjetitelje. Manifestacije kao takve privlače ljude koji inače destinaciju samu po sebi ne bi posjetili jer ju smatraju nezanimljivom, potiču ljude da ponovno posjete neko mjesto ili da sa sobom povedu i prijatelje, privlače publicitet, potiču duži boravak i veću potrošnju. Lokalna zajednica manifestacije može koristiti kao katalizator rasta i mogućnost za ulazak destinacije u višu konkurentsku kategoriju (Marić, 2015).

Lokalna zajednica prezentira svoj način života kroz kulturu, a manifestacije su način kreativne interpretacije te kulture. One jačaju svijest o pripadnosti određenom prostoru i njegovoj kulturi pa time jača i lokalni ponos i privrženost vrijednostima kraja. Suvremeni

posjetitelji sudjeluju u manifestacijama i tako borave s lokalnim stanovništvom i upoznaju njihov način života što im pruža iskustvo i edukaciju za kojom tragaju.

Uz ranije navedene kulturno-povijesne spomenike, razne kulturne i zabavne manifestacije, festivali, tradicijski sajmovi i pučke fešte u svim naseljima diljem Zelene Istre zasigurno su jedan od privlačnih turističkih faktora. U tablici 3 prikazane su manifestacije i festivali po općinama i gradovima u 2016. godini.

Tab. 3. Popis kulturnih manifestacija i festivala po općinama i gradovima Zelene Istre

OPĆINA / GRAD	KULTURNA MANIFESTACIJA / FESTIVAL
Barban	Memorijal Petra Stankovića „Barban u srcu“ – veljača Smotra vina Općine Barban – svibanj Mala smotra folkloru Istarske županije – svibanj Smotra narodne glazbe i plesa Puljštine – srpanj Barban Classical Music Night – srpanj Susret harmonikaša – srpanj Trka na Prstenac – kolovoz Barbanski obrtnički sajam – rujan Fešta smokve i smokvenjaka – rujan Smotra maslinovih ulja – studeni
Buje	Oleum olivarum – smotra maslinovih ulja – ožujak Šparogada – travanj Festival istromletačkog narječja – lipanj U carstvu muškata – srpanj Praznik grožđa – rujan Dani švoja – listopad i studeni Dani momjanskog muškata i tartufa – studeni Dani jadranskih lignji – prosinac i siječanj
Buzet	Buzetski karneval – veljača Festival istarskih klapa – ožujak Z armoniku v Roč – svibanj Kantaduri, va Hum! – tradicionalni nastup klapa – lipanj Mlini fest-gremo makinjat – pokazno vršenje žita – srpanj

	Subotina po starinski – rujan Smotra rakija – listopad Vikend tartufa - studeni
Cerovlje	Karneval u Cerovlju – veljača Supci pod mavricun – susret mladih svirača središnje Istre – travanj Bajsi u Draguču - lipanj
Gračišće	Smotra vina središnje Istre – ožujak Zasopimo na organić – svibanj Festival maneštri – lipanj Festival od pulaštri - srpanj
Grožnjan	Jazz is Back BP - srpanj Ex tempore – međunarodna slikarska manifestacija - rujan
Kanfana	Dvigrad festival – lipanj i srpanj Fužijada – srpanj Jakovlja – smotra boškarina – srpanj Zakantajmo istrijske kante - rujan
Karolja	/
Kaštelir-Labinci	Gramperijada – fešta od krumpira - srpanj
Lanišće	Zarozgajmo na Čičariji – smotra tradicijske vokalne glazbe Hrvatske - svibanj
Lupoglav	Zasopimo i zakantajmo po stare užance - lipanj
Motovun	Motovun expo – sajam unikatnih istarskih suvenira – svibanj Dani Velog Jože – festival divova – lipanj Motovun film festival – srpanj Balinjerada – utrka s karićima - kolovoz Fešta od fruti – listopad TeTa – festival terana i tartufa - listopad
Oprtalj	Alpe Adria Oberkrainer fest – srpanj Međunarodni susret harmonikaša – kolovoz Dani Zigante tartufa – rujan i listopad Tuberfest – listopad Kestenijada – listopad
Pazin	Retro pazin festival – siječanj

	Noć muzeja – siječanj Dani meda u Pazinu – veljača Plesni susret Istre – „Istra pleše“ – travanj Dani Julesa Verna – lipanj TRADinETNO festival – srpanj Večer hrvatskih klapa - kolovoz
Pićan	Legendfest - srpanj
Sveta Nedelja	/
Sveti Petar u Šumi	S klobasicom u EU – međunarodni sajam klobasica - ožujak
Svetvinčenat	Dan lavande - lipanj Festival plesa i neverbalnog kazališta – srpanj Srednjovjekovni festival – kolovoz Mrkat istrijanskega dela – rujan Festival sira & Naj-koza Istre – rujan Smotra istarskog tovara – listopad Fešta mladega vina - listopad
Tinjan	ISAP-internacionalni sajam pršuta - listopad
Višnjan	Književni susret Badavca – susret čakavskih pjesnika – svibanj Astrofest - lipanj
Vižinada	Verši na šterni – susret istarskih pjesnika – lipanj
Žminj	Istrijanske pince pod čerepnjon na ugnjišće - ožujak Sabor čakavskog pjesništva – lipanj Istarski festival pašte – srpanj Armonike zad Kaštela – srpanj Bartulja - kolovoz

Izvor: Autorica prema web stranicama turističkih zajednica

Iz tablice je vidljivo kako je izbor manifestacija velik, najveća koncentracija je tijekom ljeta, međutim tijekom cijele godine mogu se pronaći razne manifestacije. Najčešće su manifestacije povezane s tradicionalnim gastronomskim proizvodima poput vina, pršuta, tartufa, sira, pašte, maslinovog ulja itd. Takve su manifestacije važne zbog njihove neovisnosti o vremenskim uvjetima te se održavaju tijekom cijele godine. Nadalje, visoko su zastupljene i manifestacije vezane uz tradicionalnu glazbu, instrumente, ples i pjesmu. U takvoj bogatoj

ponudi manifestacija uviđa se potencijal produljenja turističke sezone kao i disperzije na područje cijele Istre.

3. 3. Kulturni turizam kao čimbenik razvoja

Turizam na području Zelene Istre najrazvijeniji je uspoređujući ga s drugim ruralnim područjima u Hrvatskoj. Vodeće mjesto uzrokovano je prirodno-geografskim, prometnim i kulturnim pogodnostima, ali i najranijom inicijativom u koju je uključena lokalna zajednica, ali i financijska potpora. Proces revitalizacije unutrašnjosti Istre na temelju turizma u stalnom je napredovanju i može biti primjer ostalim hrvatskim regijama. Kulturne ustanove iz državnog proračuna dobivaju premalo sredstava za adekvatno održavanje i zaštitu kulturnih dobara. Međutim, uspješnim menadžmentom i promidžbom mogu privući potencijalne ulagače čime bi se od kulturnih resursa mogao napraviti kulturno-turistički proizvod. Nadalje, takav proizvod privlači sve veći broj posjetitelja što rezultira većim prihodima dostatnima za održavanje i daljnje osmišljavanje i interpretaciju kulturno-turističkih proizvoda. Kulturne manifestacije, festivali, sajmovi i slično također su katalizator gospodarskog rasta. Naime, od njihovog održavanja veliki broj subjekata ostvaruje dobit, počevši od samih organizatora, preko općina ili gradova koji iznajmljuju prostor, do lokalne zajednice koja prezentira svoje proizvode ili se zapošljava za vrijeme trajanja manifestacija. Važno je napomenuti kako su kulturni turisti uglavnom obrazovaniji i bolje platežne moći od masovnih turista te traže mir i autohtonost ponude malih sredina. Područje Zelene Istre svakako odiše tradicijom i identitetom, a kulturni turizam ima veliki potencijal postati pravim čimbenikom razvoja tog područja.

Mjesta za napredak u razvoju kulturnog turizma Zelene Istre ima napretek jer kulturne atrakcije i događanja i dalje nisu dovoljno prilagođeni potrebama posjetitelja. Kulturni sektor teško se prilagođava potrebama posjetitelja jer djelatnicima nedostaje primjerenih menadžerskih znanja i vještina dok, s druge strane, zaposlenici u turizmu i članovi uprave na lokalnim i regionalnim razinama nisu svjesni kulturnih vrijednosti kojima su okruženi. Prema Strategiji razvoja kulturnog turizma (2004), nužno je promovirati kulturni turistički razvoj kao jedan od prioriteta opredjeljenja turističkog razvoja Hrvatske, zatim dobiti potporu od ključnih organizacija te potaknuti djelatnike u kulturi na aktivnije sudjelovanje u razvoju kulturno-turističkih proizvoda. Nadalje, imajući na umu upitno djelovanje inter-sektorske suradnje kulture i turizma te često međusobno neslaganje, moraju se identificirati načini financiranja razvoja kulturno-turističkih proizvoda kako kasnije ne bi došlo do međusobnog

okrivljanja za mogući propast određenog projekta. Također, potrebno je organizirano i sustavno pružiti stručnu pomoć inicijativama razvoja kulturno-turističkih proizvoda kako bi se mogli pretvoriti u suvremeno prezentiran kulturno-turistički proizvod, a da se istovremeno i zaštiti njihov povijesni i kulturni značaj. Preduvjet za uspješan razvoj kulturnog turizma jest da svi čimbenici u procesu prepoznaju njegove prednosti i u tome zajedničke interese. Iz tog je razloga potrebno edukativnim programima utjecati na djelatnike u kulturnom i turističkom sektoru, općinska i gradska poglavarstva i lokalno stanovništvo kako bi, dobro informirani, podržali zaštitu i razvoj kulturnih resursa. Kako bi se iskoristili potencijali mnoštva kulturnih resursa i time postigli ciljevi poput produljenja sezone, povećanja potrošnje i geografskog proširenja potražnje, važno je lokalitete prilagoditi zahtjevima i očekivanjima posjetitelja. Najvažnije stavke jesu: kvalitetna interpretacija kulturno-turističkih proizvoda kako bi se omogućio jedinstveni doživljaj, poticanje privatnog poduzetništva u razvijanju proizvoda koji će nadopunjavati kulturno-turističke proizvode te obilježavanje putokazima, uvrštavanje u turističke brošure i omogućavanje prometne i vremenske dostupnosti lokaliteta od kulturnog značaja. S obzirom da su istraživanja pokazala kako su posjetitelji nezadovoljni kvalitetom informacija, nužno je poraditi na promidžbi, dostupnosti informacija na internetu te distribuciji brošura i tiskanih materijala o kulturnim atrakcijama po turističkim zajednicama i informativnim centrima.

Istarska županija posjeduje veliki potencijal za razvoj kulturnog turizma, a iako je ponuda i dalje raznovrsnija na obali, i u unutrašnjosti se sve više ulaže u osmišljavanje kulturno-turističkih proizvoda. Godine 2006. pokrenut je projekt „Heart of Istria“ s ciljem razvoja kulturnog turizma kako bi se očuvali kulturni resursi na području slovenske i hrvatske Istre koji su nezaštićeni ili nedovoljno očuvani. Znanstvenom evaluacijom kulturnog nasljeđa i turističkom promidžbom novih kulturnih itinerera stvaraju se temelji dobre prakse u prekograničnom održivom razvoju. Kroz projekt se težilo suradnji znanstvenika, kulturnih i turističkih djelatnika, lokalnog stanovništva, turista i relevantnih ustanova kako bi se povećala kvaliteta finalnih kulturno-turističkih proizvoda. Projekt je rezultirao stvaranjem prekograničnih slovensko-hrvatskih puteva (turističkih itinerera) prezentiranih u obliku brošura, a koji su sastavljeni od, dotad, nedovoljno promoviranih, a bitnih destinacija kulturnih turista. Put kaštela i kulturnih krajolika uključuje kašte, utvrde, utvrđene gradiće i tipične elemente u pejzažu ruralnog krajolika, primjerice kašteli i utvrde u Momjanu, Pazinu, Dvigradu, Svetvinčentu... Oni svjedoče o povijesti, postojanju različitih stilova, elemenata, utjecaja kao i o suživotu i miješanju različitih nacija i etničkih skupina. Istarske freske uključene su u Put

sakralne umjetnosti koje kvalitetno prezentirane privlače znanstvenike i turiste. Putem tradicije i naslijeđa istarskih gradova evaluirana su kulturna arhitektonska naslijeđa gradova na istarskoj obali i u unutrašnjosti te su prezentirani njihovi urbani elementi s posebnim naglaskom na venecijanskoj graditeljskoj baštini. Arheološki parkovi Istre obuhvaćaju kreiranje itinerera po arheološkim parkovima i putu antičkih bogova koji odražavaju priču o vjerskim kultovima stanovništva antičke Istre (*Heart of Istria*, n.d.).

4. ZAKLJUČAK

U današnje vrijeme, susrećemo se s novim profilom turista, putnika koji imaju i nove zahtjeve što im omogućuje veća platežna moć i višak slobodnog vremena. Strategija razvoja turizma mora se prilagoditi novim zahtjevima tržišta i djelovati u skladu s promjenama. Pritom se misli na obrazovanje turističkih djelatnika, brzom i fleksibilnom menadžmentu te ponudom različitih turističkih proizvoda koji su u skladu s očekivanjima posjetitelja.

Kulturni turizam jedan je od selektivnih oblika turizma koji privlači novi profil turista te se u tome ogleda potencijal njegovog daljnjeg razvoja kao katalizatora gospodarske revitalizacije ruralnih područja, a što je u radu objašnjeno na primjeru Zelene Istre. Kako bi se odmaklo od daljnjeg napredovanja masovnog turizma na području Plave Istre, u turistički se razvoj uključilo ruralno područje tog poluotoka. Turistički resursi poput malih gradića na brežuljcima, prirodnih ljepota, bogatstva kulturnih dobara omogućili su, uz kvalitetne ideje, obrazovanje te uključivanje lokalne zajednice i pojedinaca, turistički razvoj Zelene Istre. Raznim projektima i strategijama razvoja kulturnog turizma, osmišljavanjem adekvatne prezentacije kulturnih resursa i tradicionalnih manifestacija, privlači se sve veći broj posjetitelja koji tragaju za upoznavanjem seoskog načina života, tradicije, identiteta lokalnog stanovništva povezanog s prostorom na kojem žive i djeluju. Takve aktivnosti privlače posjetitelje tijekom cijele godine pa se kulturni turizam ogleda kao veliki potencijal produljenja turističke sezone i geografske disperzije na zaleđa i unutrašnjost.

Mogućnosti za napredak i dalje su mnogobrojne kroz dopunjavanje ponude i njene kvalitete, promociju na domaćem i stranom tržištu te dobivanje potpore od strane ključnih kulturnih i turističkih institucija te njihove suradnje na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Istra je oduvijek bila predvodnik razvoja turizma u Hrvatskoj stoga se kombinacija obalnog i sadržajnog turizma u unutrašnjosti i politika usredotočena na raznoliku ponudu treba preslikati i na ostatak Hrvatske.

5. LITERATURA I IZVORI

Geić, S., 2011: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split

Jelinčić, D. A., 2008: *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb

Lukić, A.; Zupanc, I., 2005: Ruralni prostor kao proizvod: "nova" slika unutrašnje Istre, u: *Problemi regionalnog razvoja Hrvatske i susjednih zemalja* (ur. Ilić, M.), Hrvatsko geografsko društvo, Zagreb, 329-340.

Mađarić, T. i Sarjanović, I., 2004: Ruralni turizam u Istri – dokaz da hrvatski turizam može i na drugi način, <http://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/> (9.6.2016.)

Maretić, C., 2015: *Ruralni turizam u Istarskoj županiji – stanje i perspektive razvoja*, Diplomski rad, Prirodoslovno-matematički fakultet, Sveučilište u Zagrebu

Marić, A., 2015: *Manifestacijski turizam u turističkoj ponudi Grada Zagreba*, Diplomski rad, Prirodoslovno-matematički fakultet, Sveučilište u Zagrebu

Tomljenović, R., 2006: Kulturni turizam, u: *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno* (ur. Čorak, S. i Mikačić, V.), Institut za turizam, Zagreb

IZVORI

Čakavsko narječje u Istri, Istrapedia, <http://istrapedia.hr/hrv/533/cakavsko-narjecje-u-istri/istra-a-z/> (28.8.2016.)

Dolasci i noćenja turista u Istri prema turističkim zajednicama, Turistička zajednica Istarske županije, 2016, http://www.istra.hr/.app/upl_files/TZ_2015.pdf (23.8.2016.)

Heart of Istria, <http://www.heartofistria.com/index.php?id=1> (29.8.2016.)

Histrica – otkrij Istru, <http://histrica.com/> (9.6.2016.)

Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine: stanovništvo prema starosti i spolu, po naseljima, www.dzs.hr (22.8.2016.)

Povijest, Službene stranice Istarskog Pljočkarskog Saveza, http://www.ips-pljockanje.hr/?page_id=17 (28.8.2016.)

Registar kulturnih dobara, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212> (23.8.2016.)

Strategija razvoja kulturnog turizma: Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, 2003, <http://www.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (24.8.2016.)

Središnji registar prostornih jedinica, <http://www.dgu.hr/> (22.8.2016.)

Zemljopisni podaci, Službene stranice Istarske županije, <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=263> (22.8.2016.)

Turistička zajednica grada Buzeta, <http://www.tz-buzet.hr/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Istarske županije, <http://www.istra.hr/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Općine Barban, <http://tz-barban.hr/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Općine Grožnjan, <http://www.tz-groznjan.hr/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Općine Motovun, <http://www.tz-motovun.hr/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Općine Žminj, <http://tzzminj.hr/hr/homepage/> (23.8.2016.)

Turistička zajednica Središnje Istre, <http://www.central-istria.com/> (23.8.2016.)

Općina Lanišće, <http://opcinalanisce.com/index.php?id=130> (23.8.2016.)

Turizam i ugostiteljstvo, Istrapedia, <http://www.istrapedia.hr/hrv/1143/turizam-i-ugostiteljstvo/istra-a-z/> (25.8.2016.)