

# Mogućnosti uključivanja djelovanja kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija u turističku ponudu

---

**Smetko, Laura**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:591309>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-08**



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA MENADŽMENT  
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
OPATIJA, HRVATSKA

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**Laura Smetko**

**Mogućnosti uključivanja djelovanja kulturno-umjetničkih  
amaterskih organizacija u turističku ponudu**

**Possibilities of including activities of cultural and artistic amateur  
organizations in the tourist offer**

Završni rad

Opatija, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Mogućnosti uključivanja djelovanja kulturno-umjetničkih  
amaterskih organizacija u turističku ponudu**

**Possibilities of including activities of cultural and artistic amateur  
organizations in the tourist offer**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment institucija kulture i  
umjetnosti**

Student: **Laura SMETKO**

Mentor: **Doc. dr. sc. Jelena Đurkin  
Badurina**

Matični broj: **24962/19**

Opatija, lipanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**Laura Smetko**

(ime i prezime studenta)

**24962/19**

(matični broj studenta)

Mogućnosti uključivanja djelovanja kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija u turističku ponudu  
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2023. godine

*Laura Smetko*

Potpis studenta

## Sažetak

Ovaj završni rad bavi se teorijskim odrednicama kulture i umjetnosti, djelovanjem kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija te mogućnosti njihovih uključivanja u turističku ponudu. Ovakve organizacije svojim djelovanjem, kao važna karika, pridonose turističkoj promociji destinacije, mjesta i države. Kultura identiteta i očuvanje kulturne folklorne baštine te implementacija iste u turističku ponudu važna je za kulturni i društveni razvoj kao naslijeđe za buduće naraštaje. Tom sve većom integracijom u turizam dolazi do potrebe za odgovarajućim upravljanjem – za kulturnim menadžmentom. Kultura je sve veći vodič ekonomskog razvoja, njenim izlaskom na tržište postaje proizvod/usluga koji je menadžment dužan spojiti s publikom – njenom potražnjom. Djelovanjem kulturno-umjetničkih udruga, pjesme i plesovi su prisutni među stanovništvom i čuvaju se te primjenjuju u određenim prigodama i tako tradicija i dalje živi. To je prikazano na primjeru djelovanja Kulturno-umjetničke udruge Staro Brestje.

Ključne riječi: kultura; turizam; menadžment; folklor; baština

# Sadržaj

Uvod	1
1. Definiranje kulture i umjetnosti	3
1.1. Kultura	3
1.2. Umjetnost	6
2. Udruge	8
2.1. Osnovni principi funkcioniranja	8
2.1.1. Tijela udruge	9
2.1.2. Imovina i financijsko poslovanje	9
2.2. Stanje udruga u Republici Hrvatskoj	10
2.3. Kulturno-umjetničke udruge	12
2.3.1. Ciljevi udruge	12
2.3.2. Opseg djelovanja i značaj	12
3. Kultura kao motiv turističkih kretanja	14
3.1. Kulturni turizam	15
3.2. Turistički proizvod zasnovan na kulturi	17
4. Uključivanje kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija u turističku ponudu	20
4.1. Primjer kulturno-umjetničke udruge Staro Brestje	22
4.2. Prijedlog nove kulturno-turističke ponude: Folklorni susreti „Dani Brestja“	27
4.2.1. Program manifestacije	30
Zaključak	32
Bibliografija	33
Popis ilustracija	36

## Uvod

Neprocjenjiva je vrijednost i važnost kulturne baštine. O njoj ovisi identitet jednog naroda. Kulturu usvajamo živeći u društvu i na taj način je prenosimo. Jedan od načina prenošenja kulture je i folklor. To je umjetnost nastala u narodu kojom se prenosi, predaje, održavaju ideje i djelovanja te načela ponašanja s generacije na generaciju. Glavni resurs kulturnog turizma je kulturna baština. Posjetitelji su sve više zainteresirani za kulturu odnosno običaje, stil života, povijest, nasljeđe, umjetnost i sl. te se zbog navedenog teži razvijanju kulturno-turističke ponude i na taj način postizanju dobrih turističkih rezultata. Cilj je istražiti i na primjerima pokazati načine implementacije kulturne baštine tj. kulturno-umjetničkih udruga u turističku ponudu.

U prvom poglavlju istaknute su definicije kulture i umjetnosti. Vidljivo je kako se sve definicije svode na to da je kultura bitan dio identiteta zemlje i naroda. Svojim razvijanjem u različitim povijesnim razdobljima iznjedrila je umjetnost kao svoj oblik izražavanja. Bilo to kroz književnost, arhitekturu, ples, pjesmu itd. Za stvaranje umjetničkog djela su potrebni umjetnici, bili oni skupina ili pojedinac, a svoje motive crpe iz proživljenog iskustva ili događaja koji im je od velikog značaja.

Drugo poglavlje obuhvaća organizacije neprofitnog karaktera, kako se definiraju u zakonodavstvu i koja sve područja djelovanja obuhvaćaju, a onda se osvrće na skupine umjetnika, u području kulture i umjetnosti, koji stvaranjem umjetničkih programa doprinose kulturnom obrazovanju i obogaćivanju gledatelja. Kulturno-umjetničke udruge su te koje promiču tradiciju i čuvaju je od zaborava. One njeguju izvorni folklor i čuvaju bogatu dugogodišnju tradiciju.

U trećem poglavlju riječ je o kulturi kao motivu turističkih kretanja tj. želji za obogaćivanjem čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima. Turizam i potreba i želja za putovanjem sežu daleko u povijest. Upoznajemo novu vrstu turizma koji se razvio isto kao i masovni, turizam sunca i mora ili kamping sa svojom popularnijom i luksuznijom verzijom (glamping). Kulturni turizam kao oblik ujedinjuje kulturu destinacije i turiste motivirane kulturom – kulturne turiste. Analizira se turistički proizvod kao pojam i uočava se raznolikost turističkog mjesta zbog turističke ponude sezonskih obilježja i samih motiva turističke potražnje. Ako postoji kulturni turizam onda on mora imati i kulturni proizvod. Važnost se stavlja na savez,

jedinstvo svih dionika turističke ponude u destinaciji kulture i plasiranje njenog kulturnog proizvoda na tržište koji izaziva želju da bude viđen. Kulturna destinacija tada predstavlja funkcionalno zaokruženu cjelinu koja svojim kulturnim atrakcijama i uslugama, kulturnom i drugom opremljenošću turistima pruža zaokruženi i jedinstveni kulturni doživljaj/proizvod.<sup>1</sup> Poznato je da svaka zemlja ima svoju kulturu, različite su i upravo je ona ono što ih radi konkurentima na turističkom tržištu.

U četvrtom poglavlju važnost je na interpretaciji i približavanju kulture i umjetnosti prisutnoj publici. Dan je konkretan primjer raznih načina uključivanja kulturno-umjetničkih organizacija u turističku ponudu na radu jedne amaterske kulturno-umjetničke organizacije. Rad završava sa primjerom stvaranja turističke ponude folklornog susreta.

---

<sup>1</sup> Cetinski, V. , 1. Šugar V. , 2. Perić M. (2012). Menadžment institucija i destinacija kulture. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 126.



# 1. Definiranje kulture i umjetnosti

U ovom poglavlju će se definirati pojmovi kulture i umjetnosti koji su međusobno usko povezani i zajedno rezultiraju mnogim korisnim društvenim aktivnostima i događanjima.

## 1.1. Kultura

Univerzalna deklaracija o kulturnoj raznolikosti kulturu promatra kao splet raznolikih duhovnih, materijalnih, intelektualnih i emocionalnih značajki društva ili društvene grupe, koje, uz umjetnost i literaturu, obuhvaćaju i životni stil (način života), zajedništvo, sustave vrijednosti, tradiciju i vjerovanja.<sup>2</sup> Može označavati mentalitet, standard međuljudskih odnosa i općenito postignuti stupanj sposobnosti, a prije svega glavna značajka je njena društvenost. Ova definicija se slaže i sa kulturom koja se povezuje s turizmom jer, osim materijalnih čimbenika s kojima turist dolazi u susret u destinaciji, obuhvaća i životni stil, povezuje turista sa načinom života u lokalnoj zajednici.

Sociolog, Talcot Parsons opisao ju je kao „skup atributa i proizvoda ljudskog društva koji se prenose mehanizmima i koji ne uključuju biološko nasljeđe“<sup>3</sup>. Smatra se da su nositelji kulture fizičke osobe, odnosno da je nastala ljudskim aktivnostima. Da pojedinci preobražavaju prirodu i stvaraju bolje sutra. Općenito, predstavlja posljedicu duhovne i materijalne intervencije ljudskog društva i njihova shvaćanja, vjerovanja, običaje i pravila ponašanja u svakodnevnom životu.

Najsveobuhvatnija je definicija Taylora koji je naziva kompleksnom cjelinom koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje čovjek usvaja kao član društva.<sup>4</sup>

U smislu tematike rada tj. odnosa na turizam kultura je „skup vrijednosti, vjerovanja, ponašanja, simbola (npr. tradicija, običaja, odijevanja i umjetnosti) i oblika naučenog

---

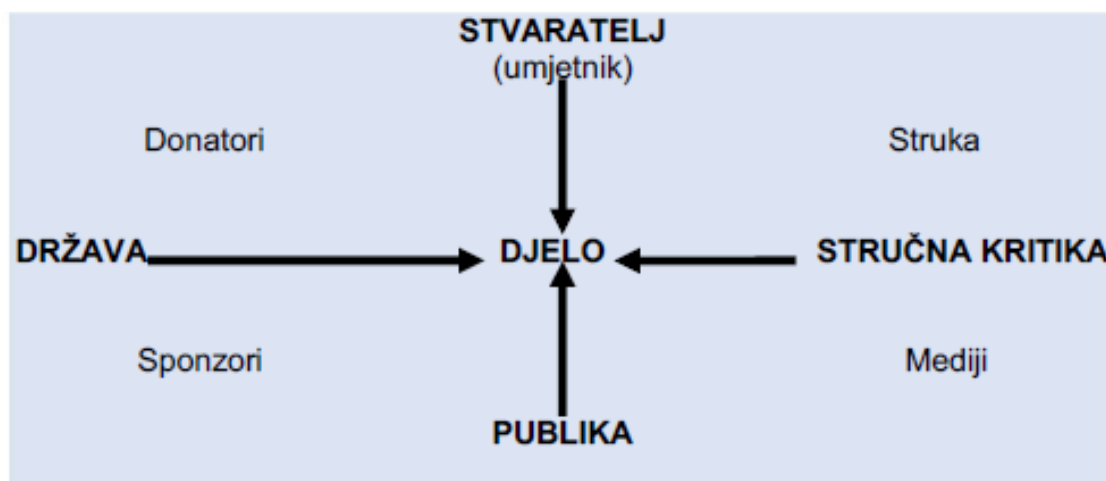
<sup>2</sup> The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), Institute for Statistics of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UIS), str. 9, preuzeto s <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/Bg-FCS-e.pdf> (27.3.2023.)

<sup>3</sup> Parsons, T. (1954). *Essays in Sociological Theory*. Glencoe, Illinois: The Free Press, str 8.

<sup>4</sup> Taylor, E.B., (1958). *The Origins of Culture*, New York: Harper & Row (prvo izdanje 1871.)

ponašanja lokalne zajednice. Može biti definirana i kao način života koje društvo dijeli, a koji se prenosi s generacije na generaciju i za koji se smatra da je tipičan za određenu društvenu skupinu. Ona pokriva mnogo aspekata života zajednice, kako prošlih tako i sadašnjih. Kada govorimo o prošlosti, ona se odnosi na pitanje baštine, a taj pojam uključuje prenošenje s prošlih generacija na sadašnje. Ona uključuje jedinstvena prirodna, povijesna i kulturna postignuća određenog područja i ljudi koji na njemu žive, koja se pamte ili čuvaju kako bi ih sadašnje generacije mogle iskusiti.,<sup>5</sup>

Kultura je uvijek popraćena od strane države bilo na lokalnoj, regionalnoj ili samoupravnoj razini. Često zajedno sa donatorima i sponzorima obuhvaća dvojaku ulogu – publike i financijera. S druge strane, na strani ocjenjivača nalazi se struka koja analizira kvalitetu djela i mediji kao njegovi promotori i komunikacijski kanal između ponude i potražnje. Slikovno prikazano ispod.



**Slika 1.** Značaj kulturnog stvaralaštva

Izvor: Antolović, J. (2009). Menadžment u kulturi. Zagreb: HADRIAN d.o.o., str 17.

U svrhu daljnjeg razvijanja kulture u društvu i na međunarodnoj razini i unaprjeđenja kulturno-umjetničkog stvaralaštva, Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske sastavilo je popis kulturnih djelatnosti kako glase:<sup>6</sup>

- audiovizualne djelatnosti,

<sup>5</sup> Universal Declaration on Cultural Diversity, <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf> (28.3.2023.)

<sup>6</sup> Ministarstvo kulture i medija RH, <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/izdvojena-lijavo/kulturne-djelatnosti-186/186> (5.6.2023.)

- arhivska djelatnost,
- digitalizacija kulturne baštine,
- dramska i plesna umjetnost te izvedbene umjetnosti,
- glazbena i glazbeno-scenska umjetnost,
- interdisciplinarne i nove umjetničke i kulturne prakse,
- knjiga i nakladništvo,
- knjižnična djelatnost,
- muzejska djelatnost,
- vizualne umjetnosti i
- izgradnja, rekonstrukcija, adaptacija i opremanje kulturne infrastrukture.

Da je sačuvana od zaborava i predstavlja važan dio turističke ponude, prema Ministarstvu kulture i medija Republike Hrvatske, svjedoči UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva<sup>7</sup>, koji sadrži:

1. Čipkarstvo u Hrvatskoj,
2. Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja,
3. Festa sv. Vlaha, zaštitnika Dubrovnika,
4. Ljelje iz Gorjana,
5. Godišnji pokladni ophod zvončari s područja Kastavštine,
6. Procesija za križen na otoku Hvaru,
7. Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog Zagorja,
8. Sinjska alka,
9. Medičarski obrt na području Sjeverne Hrvatske,
10. Bećarac-vokalno – instrumentalni napjev s područja Slavonije, Baranje i Srijema,
11. Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore,
12. Klapsko pjevanje,
13. Mediteranska prehrana,
14. Međimurska popevka,
15. Umijeće suhozidne gradnje,

---

<sup>7</sup> Ministarstvo kulture i medija RH, <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-čovječanstva/5337> (29.3.2023.)

16. Umijeće sokolarenja,
17. Tripundanske svečanosti i kolo sv. Tripuna,
18. Tradicije uzgoja lipicanaca.

Kroz osam točaka ovoga popisa uočeno je kulturno izražavanje kroz tradicionalnu i narodnu umjetnost i predstavljanje proživljenog iskustva, koje kulturno-umjetničke organizacije prenose svojim djelovanjem, o čemu više kasnije.

## 1.2. Umjetnost

Kada se govori o očuvanju kulture, tradicije za buduće naraštaje i prenošenja sa koljena na koljeno, dolazi do izražaja pojam umjetnosti. Kroz povijest nastajanjem mnogih umjetničkih pravaca nastajale su i mnoge definicije umjetnosti. Kao i sa kulturom, ne postoji jedinstvena definicija koja bi obuhvatila sva njena obilježja. Može se gledati na način da uvijek ima temelj u povijesti jer pojava nečega što je tada bio dio svakidašnjice, normalnog života, danas je umjetnost. U skladu s rečenim je Bijelić koja definira umjetnost kao poseban oblik stvaralačke aktivnosti čovjeka bazirane na estetskom doživljaju i životnom iskustvu stvaratelja.<sup>8</sup> Očituje se kao subjektivni odraz autora na objektivnu stvarnost i predstavlja posebnost za pojedinca kroz rekonstrukciju prošlosti ili turističku ponudu i zabavu.

Filozof Derek Matravers u svojoj literaturi govori o podijeli teoretičara umjetnosti na one tradicionalne i moderne. Tradicionalisti smatraju umjetnošću ono čemu je potrebna vještina da bi se napravilo, mora dati vrijedno iskustvo, mora biti lijepo i po mogućnosti nečemu sličiti. Modernisti se slažu sa danom teorijom ali i proširuju definiciju i tvrde da se može nazvati umjetničkim djelom ako na neki način izaziva gledaoca, proširuje mu vidike i granice.<sup>9</sup>

Može se zaključiti koliko je svijet umjetnosti širok i kako obuhvaća svaku instituciju kulture. Možemo ga podijeliti na kazalište, književnost, glazbu, slikarstvo, kiparstvo, arhitekturu, ples, fotografiju, film, performans i strip.<sup>10</sup> Performans se opisuje kao režirani ili neregirani događaj

---

<sup>8</sup> Bijelić, S. V. (2006). Plesovi. Banja Luka: Fakultet fizičkog vaspitanja i sporta, str.24.

<sup>9</sup> Pećnjak, D. (2015). Case Study: Introducing Philosophy of Art in Eight Case Studies by Derek Matravers, str. 90, preuzeto sa <https://hrcak.srce.hr/file/209323> (8.6.2023.)

<sup>10</sup> Pećnjak, D., Bartulin, D. (2013): Definicije umjetnosti i formalizam, Bogoslovska smotra, Vol. 83 No. 2, str. 377.

zasnovan kao umjetnički rad koji umjetnik ili izvođači realiziraju pred publikom.<sup>11</sup> Uviđa se neraskidiva veza između kulture, umjetnika i umjetnosti. Kultura bez umjetnosti je nepoznanica, ne znači ništa ako je nema tko pokazati. Kultura stvara umjetnost koju umjetnik oživljava putem glazbe i plesa i predstavlja je publici koja prihvaća i usvaja ono što vidi.

Danas, kao glavni prikaz kulturnog identiteta zajednice i očuvatelja kulturne baštine izdvajam jednu od plesnih formi u umjetnosti – folklor. Stvaralaštvo temeljeno na tradiciji koje prenosi skupina ljudi ili pojedinac. Zajedničko je ime za tradicijsku umjetnost koja sadržava oblike književnosti (usmena ili pučka književnost), glazbe (folklorna ili narodna glazba), plesova (folklorni ili narodni ples), dramskog izraza (folklorno kazalište) te likovnog stvaralaštva (folklorni lik. izraz).<sup>12</sup> Klaić ga opisuje kao skup narodnih običaja, predaja i vjerovanja.<sup>13</sup> U suvremeno doba asocijacija na folklor je scenska izvedba, a upravo to rade kulturno-umjetničke organizacije. Cilj njihovih umjetničkih programa je performansom, koji je tematski određen (nošnjom ili krajem) pružiti doživljaj i dovesti umjetnost publici.

---

<sup>11</sup> Šuvaković, M.(2005). Pojmovnik suvremene umjetnosti. Zagreb: Horetzky, str. 451

<sup>12</sup> folklor. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 11.4.2023., <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=20034>

<sup>13</sup> Klaić, B. (1978). Rječnik stranih riječi. Zagreb: Nakladni zavod MH

## 2. Udruge

Na sjednici hrvatskog sabora u lipnju 2014. godine donijet je Zakon o udrugama. Iz stavka I. članka 4. toga Zakona udruga predstavlja svaki oblik dobrovoljnog udruživanja više fizičkih i pravnih osoba<sup>14</sup>, mogu biti i strane fizičke i pravne osobe. Može se osnovati sa najmanje tri osnivača, a svi moraju biti poslovno sposobni u dijelu sklapanja pravnih poslova – punoljetni. S početkom 2023. godine na snagu su stupile izmijene i dupune Zakona o udrugama koji naglašava kako osnivač ne može biti nitko ko je pravomoćno kazneno osuđen zbog pranja novca i financiranja terorističkih akcija, što znači da ne može raspolagati imovinom udruge.

### 2.1. Osnovni principi funkcioniranja

Svaka udruga svoj pravni oblik dobiva na dan upisa u Registar udruga Republike Hrvatske. Udruge svoje poslovanje temelje na četiri načela koja su također propisana Zakonom i naznačena u stavku II.<sup>15</sup>:

- načelo javnosti,
- načelo demokratskog ustroja,
- načelo neprofitnosti i
- načelo slobodnog sudjelovanja u javnom životu.

Prema ovim načelima svaka udruga svoj rad mora odrediti statutom koji je u skladu sa odrednicama Zakona. Unutarnja struktura udruge je temeljena na demokratskom ustroju – udrugom upravljaju članovi koji su izabrani po volji ostalih članova. Kao neprofitna organizacija svoje poslovanje može temeljiti na gospodarskim djelatnostima i stjecanju prihoda,

---

<sup>14</sup> Zakon o udrugama,  
<https://sredisnjikatalogrh.gov.hr/cadial/searchdoc.php?action=search&lang=hr&query=%22Zakon-plus-o-plus-udrugama-plus-%28NN-plus-074%2F2014%29%22&searchTitle=on&validacts=on&resultdetails=basic&filteracttype=all&filterfields=all&filtereuchapter=all&resultlimitnum=10&bid=bo6RVVtImCl6wpT3tqv16g%3d%3d&annotate=on> (6.6.2023.)

<sup>15</sup> Zakon o udrugama, (NN074/2014),  
<https://sredisnjikatalogrh.gov.hr/cadial/searchdoc.php?action=search&lang=hr&query=%22Zakon-plus-o-plus-udrugama-plus-%28NN-plus074%2F2014%29%22&searchTitle=on&validacts=on&resultdetails=basic&filteracttype=all&filterfields=all&filtereuchapter=all&resultlimitnum=10&bid=bo6RVVtImCl6wpT3tqv16g%3d%3d&annotate=on> (6.6.2023.)

ali ni u kojem slučaju za svoje članove i druge fizičke i pravne osobe povezane s njom. Također, slobodna je sudjelovati u iznošenju javnog mišljenja, stavova i poduzimanju raznih aktivnosti koje su u interesu udruge.

### 2.1.1. Tijela udruge

Tijela udruge su:

1. Skupština
2. Upravni odbor
3. Predsjednik
4. Dopredsjednik
5. Tajnik
6. Nadzorni odbor
7. Časni sud

Skupština predstavlja najviše tijelo upravljanja i odlučivanja. Sastaje se najmanje jednom godišnje, a moguća je i izvanredna skupština koju saziva predsjednik Skupštine. Točke dnevnog reda predlažu članovi/članice udruge. Izvršno tijelo upravljanja je Upravni odbor, a sastoji se od predsjednika, dopredsjednika, tajnika, blagajnika i sedam članova koji se biraju na Skupštini. Poslovi Nadzornog odbora je briga o statutarnosti rada udruge, primjena odluka Skupštine i Upravnog odbora te nadziranje financijskog poslovanja. Tri izabrana člana Časnog suda provode stegovni postupak u slučaju povrede članskih dužnosti utvrđenih Statutom. Svi članovi tijela mogu biti punoljetne osobe koje se određuju od strane Skupštine na četiri godine, ona ih i razrješuje.

### 2.1.2. Imovina i financijsko poslovanje

Imovina se sastoji od nepokretnih i pokretnih stvari te imovinskih prava i novčanih sredstva koje se ostvaruju od članarina, donacija, sponzorstva, dobrovoljnih darova i priloga. Postoji mogućnost financiranja projekata i programa koje udruge održavaju iz državnog proračuna i proračuna jedinica lokalne i regionalne samouprave ili drugih institucija ili izvora koji podupiru rad određene udruge.

O svim programima i projektima koje udruga provodi, a financiraju se iz javnih izvora, dužna je u izvješću obavijestiti davatelja sredstava i širu javnost o izvorima sredstava i načinu njihova stjecanja i korištenja.

Dužnost udruge je voditi financijsko poslovanje i sastavljanje financijskih izvješća na kraju svake godine, a eventualno ostvarena dobit se isključivo koristi za unaprjeđenje djelatnosti i aktivnosti udruge.

## 2.2. Stanje udruga u Republici Hrvatskoj

Ured za udruge je prema Izvješću o financiranju projekata i programa organizacija civilnoga društva iz javnih izvora za 2018. godinu napravio statistički prikaz broja udruga u Republici Hrvatskoj, kako je prikazano u tablici.

**Tablica 1.** Broj udruga u Republici Hrvatskoj po županijama u odnosu na broj stanovnika.

Županija	Br.stanovnika prema popisu stanovništva 2011	Broj registriranih udruga na dan 31.03.2020.	% udruga u županiji u odnosu na ukupan broj udruga	Broj stanovnika na 1 udruhu	Iznos financiranja iz lokalnih proračuna u 2018.(u kn)
Bjelovarsko-bilogorska	119.743	1.136	2%	105	28.021.480,28
Brodsko-posavska	158.559	1.684	3%	94	23.608.520,00
Dubrovačko-neretvanska	122.783	1.912	4%	64	32.140.047,73
Grad Zagreb	792.875	12.917	25%	61	292.385.017,38
Istarska	208.440	3.094	6%	67	85.856.103,86
Karlovačka	128.749	1.390	3%	93	31.860.840,04
Koprivničko-križevačka	115.582	1.291	2%	90	28.096.362,83
Krapinsko-zagorska	133.064	1.186	2%	112	26.218.050,96
Ličko-senjska	51.022	666	1%	77	12.098.148,54
Međimurska	114.414	966	2%	118	26.269.981,79
Osječko-baranjska	304.899	3.758	7%	81	55.169.488,97
Požeško-slavonska	78.031	853	2%	91	11.333.801,92
Primorsko-goranska	296.123	4.169	8%	71	97.684.659,87
Sisačko-moslavačka	172.977	1.655	3%	105	30.746.966,87
Splitsko-dalmatinska	455.242	4.925	10%	92	104.915.175,76
Šibensko-kninska	109.320	1.384	3%	79	27.899.618,95
Varaždinska	176.046	1.540	3%	114	38.514.546,55
Virovitičko-podravska	84.586	714	1%	118	12.169.741,58
Vukovarsko-srijemska	180.117	1.500	3%	120	33.157.912,15
Zadarska	170.398	1.889	4%	90	39.609.783,46
Zagrebačka	317.642	3.050	6%	104	94.454.552,63
<b>Ukupno:</b>	<b>4.290.612</b>	<b>51.679</b>	<b>100%</b>	<b>83</b>	<b>1.132.210.802,12</b>

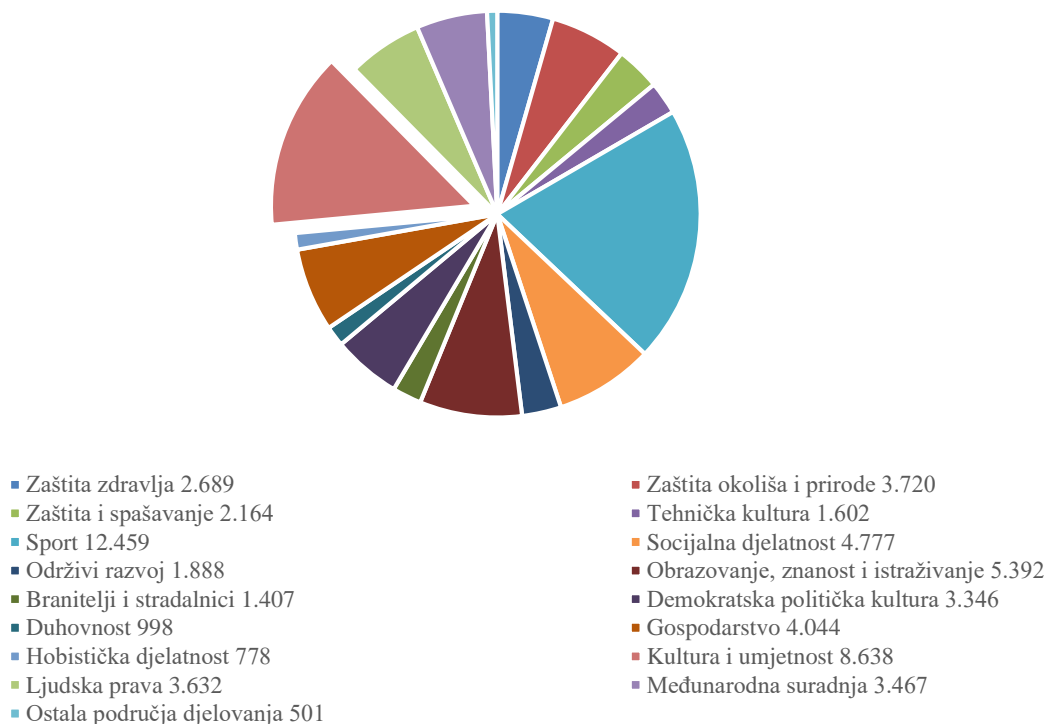
Izvor: izrada autorice prema Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, Udruge u Republici Hrvatskoj, [https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge\\_u\\_RH\\_2020.pdf](https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge_u_RH_2020.pdf) (6.6.2023.)



Iz podataka je uočeno da su u Registar udruga Republike Hrvatske upisane 51.679 udruge, najviši postotak je njih 25% u Gradu Zagrebu, a prati ga Splitsko-dalmatinska i Zagrebačka županija.

Svaku udrugu obilježava neovisnost, odnosno samostalnost u određivanju svojih ciljeva i djelatnosti.

Broj udruga prema područjima djelovanja



**Grafički prikaz 1.** Broj udruga prema područjima djelovanja.

Izvor: izrada autorice prema Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, Udruge u Republici Hrvatskoj, [https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge\\_u\\_RH\\_2020.pdf](https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge_u_RH_2020.pdf) (6.6.2023.)

Napomena: Ove podatke treba uzeti kao okvirne jer se udruge mogu registrirati za jedno ili više područja djelovanja i odnose se na 34.800 udruga koje su uskladile svoje statute sa Zakonom o udrugama, te ne obuhvaćaju udruge koje se smatraju pasivnima (13.347), koje više od 8 godina nisu održale skupštinu.

Vidljivo je sedamnaest registriranih područja djelovanja udruga, a zanimljiv podatak za ovaj rad je da su udruge koje djeluju u području kulture i umjetnosti na drugom mjestu po veličini, kako je izdvojeno u prikazu, što pokazuje njihov značaj u očuvanju i promicanju kulture u Hrvatskoj.

## 2.3. Kulturno-umjetničke udruge

Kulturno umjetničke udruge promiču tradiciju i čuvaju je od zaborava. To su zajednice ljudi koje se s velikim pravom nazivaju čuvarima blaga nekog naroda. Okupljaju ljubitelje tradicionalnih pjesama, plesova i glazbe s ciljem očuvanja tradicijske baštine vlastitog kraja.

### 2.3.1. Ciljevi udruge

Prvenstveni ciljevi kulturno-umjetničke udruge su poticanje, razvijanje i unapređenje kulture, očuvanje etno-baštine na području svoje države, grada ili općine u skladu s općim društvenim interesima, očuvanje folklornog plesa, tamburaške glazbe, scenskih izvedbi, ali i ostalih vidova kulturnog izričaja u okviru glazbeno-scenskog amaterizma.

Zadani ciljevi se mogu ostvariti primjerice: planiranjem rada i razvitka udruge; okupljanjem građana koji se bave glazbom, plesom; okupljanjem građana poradi očuvanja i širenja kulturne baštine mjesta i šireg zavičaja; organiziranjem i provođenjem aktivnosti u promicanju kulturno umjetničke tradicije; organiziranjem nastupa na pojedinim smotrama folkloru; organiziranjem i nastupom povodom većih obljetnica i proslava u mjestu, gradu i šire; organizacijom i nastupom na tradicionalnim priredbama (fašničke povorke, krijesovi za Ivanje, krštenje mošta — Martinje); organiziranjem kulturnih manifestacija i koncerata; okupljanjem članova na drugim kulturnim projektima; poduzimanje mjera i stvaranje uvjeta za unaprjeđenje stručnog rada; ukupnom aktivnošću moralno, etički i odgojno djelovati na članstvo.

### 2.3.2. Opseg djelovanja i značaj

Djelatnosti kulturno-umjetničkih udruge, u svom području djelovanja u kulturi i umjetnosti, dijele se na kulturnu baštinu i izvedbene umjetnosti. U djelatnostima kulturne baštine obuhvaćaju:

- zaštitu i očuvanje materijalnih kulturnih dobara (narodne nošnje, tradicijske ukrase, notne zapise itd.)
- zaštitu i očuvanje nematerijalnih kulturnih dobara,
- ostale djelatnosti kulturne baštine,

a u djelatnostima izvedbenih umjetnosti:

- plesne umjetnosti,
- glazba i glazbeno-scenske umjetnosti,
- kulturno-umjetnički (glazbeni i scenski) amaterizam,
- glazbene i scenske manifestacije i festivali.

Kao uzor svim amaterskim organizacijama se postavlja Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske LADO, kao nacionalni profesionalni folklorni ansambl zadaća i cilj mu je istraživanje, prikupljanje, umjetničke obrade i scenski prikaz najljepših primjera bogate hrvatske plesne i glazbene tradicije.<sup>16</sup>

U zajednicu folklornog amaterizma, uključeni su brojni drugi ansambl i udruge koji sudjeluju u realizaciji raznih godišnjih programa, tradicionalnih manifestacija i festivala. Neki od najpoznatijih su: FA „Zagreb-Markovac“, ZFA „dr. Ivana Ivančana“, SKUD „Ivan Goran Kovačić“, Varaždinski folklorni ansambl, KUD Jedinstvo, KUD Preporod, HKUD „Željezničar“ i Folklorni ansambl Lindo koji je neizostavan gost na dubrovačkim ljetnim igrama i nositelj je Povelje Republike Hrvatske za osobite zasluge u promicanju, očuvanju i izvođenju narodnih plesova, pjesama i tradicijske glazbe u Republici Hrvatskoj i u svijetu. Povelja je dodijeljena od strane bivše predsjednice Republike Hrvatske, gospođe Kolinde Grabar-Kitarović.<sup>17</sup>

Ove Udruge su čuvari žive baštine koji, kroz smotre, različite festivale i samostalne nastupe, oživljavaju stare običaje, nastoje spojiti kulturu i pokazati ono najbolje od tradicijskih umjetnosti.

---

<sup>16</sup> LADO Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske, <https://www.lado.hr/o-nama/> (11.4.2023.)

<sup>17</sup> Folklorni ansambl Lindo, <http://muzej.lindjo.hr/hr/o-nama/> (11.4.2023.)

### 3. Kultura kao motiv turističkih kretanja

U počecima su se ljudi kretali prvenstveno radi preživljavanja i traženja boljih uvjeta za život. S novim geografskim otkrićima i razvojem trgovine putovanja su postajala sve češća i sve više privlačila ljude. Smatra se da su razvoju turizma pridonijeli pomorci i trgovački putnici svojim putopisima, književnici svojim djelima u kojima su se detaljno opisivale avanture u trajanju od nekoliko godina. Preteča turizma kakvog danas poznajemo naziva se Grand tour s ciljem edukacije engleskih plemića u polju književnosti, jezika, arhitekture i kulture. Pojavom prijevoznih sredstava (vlaka, parobroda, automobila i aviona) putovanja sa obrazovnom, umjetničkom i znanstvenom svrhom proširila su se na sve pojedince sa slobodnim vremenom i novcem.

Danas, u najveće motive putovanja ubrajaju se: bijeg od svakodnevnice, odmor, želja za boravkom u drugačijoj sredini od one u kojoj žive, „punjenje baterija“ te osjećaj sreće pri povratku kući. Postala su već normalna pojava i na neki način obavezan dio života čovjeka, a od onih u prošlosti razlikuju se po ekonomskom, društvenom i socijalnom statusu pojedinca. Turizam označava prepuštanje drugačijem stilu života na određeno vrijeme, rekreaciju, razonodu i predstavlja nešto novo čemu turisti teže, što žele vidjeti i doživjeti. Kao jedna od najvećih gospodarskih industrija u svijetu utječe na rast ponude i potražnje u području kulture. Predstavlja jedan komplet spomenika, povijesnih lokaliteta, načina i stila života zajednice ljudi u destinaciji, novih područja, svih sudionika u organizaciji putovanja, ugostiteljskim djelatnostima, infrastrukturu i drugih sudionika vezanih za turizam. Drugim riječima, stvara se sinergija između tri ključna čimbenika – turizma, kulture i ljudi.

Važno je za naglasiti da se kultura u turizmu može pojaviti u dva oblika: kao glavni motiv dolaska i kao sporedni oblik. Turisti tada mogu biti aktivni i pasivni sudionici u kulturi kao motivu turističkog kretanja. Kada su pasivni sudionici znači da im je glavni motiv dolaska u neku destinaciju primjerice sport, posjet rodbini, odmor itd., a kultura usputni, nešto čime mogu popuniti vrijeme. U slučaju kulture kao primarnog motiva putovanja, želje za sudjelovanjem u novim kulturnim iskustvima, različitosti sadržaja i jedinstvenosti doživljaja govori se o novoj vrsti turizma o čemu više u nastavku.

### 3.1. Kulturni turizam

Pojam „kulturni turizam“ pojavio se kao „nova“ vrsta turizma 70-ih godina, iako gledajući unatrag uviđamo da su putovanja motivirana posjećivanjima manifestacija, znamenitih građevina i umjetničkih djela, postojala još u antičko doba, te se nastavila sve do današnjih dana kada su i ponovno prepoznata kao jedna od podvrsta turizma specijalnog interesa.<sup>18</sup> Ne postoji općeprihvaćena definicija kulturnog turizma ali ga skoro svaka opisuje oblikom specifičnog interesa s temeljom na potrazi za sudjelovanjem u novim i značajnim kulturnim iskustvima, bilo estetskim, intelektualnim, emotivnim ili psihološkim<sup>19</sup>. Namjera je sakupljanje informacija i doživljaja u novim sredinama, podizanje vlastite kulture, obogaćivanje osobnog znanja i sudjelovanje u raznim kulturnim manifestacijama i događanjima za zadovoljenje svojih potreba.

Osobe zainteresirane i privučene kulturom nazivaju se „kulturnim turistima“ i svrstavaju se u tri skupine:<sup>20</sup>

- turisti motivirani kulturom: 5 – 15% turista, 5% lokalnih stanovnika – privučenih elitnim kulturnim događajem; vole da ih se tretira kao posebne goste;
- turisti inspirirani (nadahnuti) kulturom: 30% turista, 15% lokalnih stanovnika – privlače ih dobro poznati kulturni lokaliteti, atrakcije ili događaji, ali tek površan interes za kulturu; cjenovno su osjetljivi i traže vrijednost za novac;
- turisti privučeni kulturom: 20% turista, 20% lokalnog stanovništva – ne planiraju posjet kulturnim atrakcijama, odluku o posjeti kulturnoj atrakciji/događanju donose tijekom boravka u destinaciji.

Bitno je naglasiti da kulturni događaji, kao što su manifestacije, festivali, koncerti, folklor i slično, oživljavaju kulturne atrakcije, a samim time i kulturnu ponudu destinacije. Iako se ovakvi događaji danas izvode samo na pozornici i vrlo je mala mogućnost za izvornim prikazom, turisti zadovoljno prihvaćaju scenske izvebe i uvid u nešto o čemu nisu ništa znali. Primjerice, u Italiji se održava “Lago di Garda” International Dance and Music Festival gdje nastupaju folklorni i glazbeni sastavi iz cijeloga svijeta. Petu godinu se na otoku Krku održava

---

<sup>18</sup> Portal za kulturni turizam, <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> (14.4.2023.)

<sup>19</sup> Reisinger, Y. (1994). Tourist-Host Contact as a Part of Cultural Tourism, *World Leisure and Recreation*, 36:2, str. 24.

<sup>20</sup> Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja kulturnog turizma; Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2003., str. 6.

Adriatic festival, festival folkloru i glazbe kao i osmi glazbeni festival „Summer in Adria“, dok se u Poreču održava „Istra music festival“.

Također, u obliku velikih sportskih ili vjerskih događaja mogu biti ključan činitelj imidža zemlje. U adventsko vrijeme često se mogu vidjeti pjevači/plesači kako u narodnim nošnjama izvode tradicionalne napjeve svojih krajeva. Nadalje, imalo se prilike vidjeti kako je veliku pažnju svijeta privukla sama posavska narodna nošnja koju je nosila bivša hrvatska predsjednica Kolinda Grabar Kitarović na Svjetskom prvenstvu u Katru.



**Slika 2.** Kolinda Grabar Kitarović na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Katru

Izvor: Najnovije vijesti, <https://najnovijevijesti.hr/sport/nogomet/ma-kakva-ivana-knoll-kolinda-u-narodnoj-nosnji-s-tribina-navija-za-vatrene/> 13.6.2023.

Može se zaključiti kako kulturni turizam ovisi prvenstveno o sposobnosti i mogućnosti mjesta da svoju povijesno-kulturnu baštinu pretvori u jedinstven i zanimljiv proizvod privlačne kulturne destinacije.

### 3.2. Turistički proizvod zasnovan na kulturi

Veza između ponude i potražnje, temelj funkcioniranja svakog tržišta, pa tako i turističkog je proizvod. Turistički proizvod je, u odnosu na ostale, kompleksniji splet fizičkih proizvoda i usluga koje nude svi nositelji usluga toga mjesta, a konzumiraju se za vrijeme boravka od strane turista. Jedna od najčešće citiranih definicija turističkog proizvoda glasi: „Turistički proizvod je zbir različitih pogodnosti, usluga i dobara koje zajednički služe zadovoljavanju turističkih potreba pojedinaca i skupina turističkih korisnika.“<sup>21</sup> Predstavlja ukupna iskustva turista koja zadovoljavaju njihova očekivanja. Od atraktivnosti destinacije, kvalitete smještaja, dodatnih sadržaja, atrakcijskih osnova, gostoljubivosti lokalne zajednice, uslužnosti osoblja itd.

Za njegovo uspješno formiranje bitno je postojanje kvalitetnih i trenutno raspoloživih resursa., atrakcijska osnova utječe na atraktivnost, konkurentnost, autentičnost i uspjeh proizvoda općenito, ali i konačno zadovoljstvo turista. Vrlo je važno sudjelovanje svih dionika turističke ponude i šire u stvaranju dodatne vrijednosti, turističkog doživljaja i autentičnog iskustva, što je vrlo zahtjevan pothvat zbog individualnosti i subjektivnosti turista. Svi utjecaji iz okoline turizma određuju turistički doživljaj i utječu na stvaranje novog turističkog proizvoda. Prethodno napisano može se uskladiti sa Kušenovom<sup>22</sup> klasifikacijom turističkih atrakcija, prikazane u nastavku u tablici 2. Dijeli turističke atrakcije na prirodne i kulturno-povijesne te turističku suprastrukturu.

**Tablica 2.** Klasifikacija turističkih atrakcija.

<b>1. PRIRODNE ATRAKCIJE</b>	<b>2. KULTURNO-POVIJESNE ATRAKCIJE</b>	<b>3. ATRAKTIVNA TURISTIČKA SUPRASTRUKTURA</b>
<b>a. Geološke značajke</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Spilje</li><li>- Planine</li><li>- Nizine</li><li>- Pustinje</li><li>- Otoci</li><li>- Stijene</li><li>- Vidikovci</li></ul>	<b>2.1. Kulturno-povijesna baština</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Spomenici kulture</li><li>- Arheološka nalazišta</li><li>- Zaštićene urbane cjeline</li><li>- Stari gradovi</li><li>- Dvorci</li></ul>	<b>3.1. Sportsko-rekreacijski objekti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sportski događaji</li><li>- Sportsko-rekreacijski tereni i igrališta</li><li>- Skijališta</li><li>- Planinarski domovi</li></ul> <b>3.2. Lječilišni objekti i ustanove</b>

<sup>21</sup> Senečić, J., I. Grgona J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad., str. 45.

<sup>22</sup> Kušen, E. (2002). Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, str. 27.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kanjoni/klanci</li> <li>- Paleontološki lokaliteti</li> </ul> <p><b>b. Klima</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediteranska</li> <li>- Planinska</li> </ul> <p><b>c. Voda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- More</li> <li>- Rijeke</li> <li>- Jezera</li> <li>- Vodopadi</li> <li>- Morska obala</li> <li>- Plaže</li> <li>- Kupališta</li> </ul> <p><b>d. Biljni svijet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Šume</li> <li>- Botanički vrtovi</li> </ul> <p><b>e. Životinjski svijet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divljač</li> <li>- Zoološki vrtovi</li> <li>- Lovišta</li> <li>- Ribolovna područja</li> </ul> <p><b>f. Prirodna baština</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalni parkovi</li> <li>- Parkovi prirode</li> <li>- Prirodni rezervati</li> <li>- Zaštićena močvarna područja</li> <li>- Park-šume</li> <li>- Spomenici vrtne arhitekture</li> <li>- Zaštićene biljne i životinjske vrste</li> <li>- Zaštićena pojedinačna stabla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crkve</li> </ul> <p><b>2.2. Kulturne i vjerske ustanove</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Muzeji</li> <li>- Kazališta</li> <li>- Hodočasnička središta</li> </ul> <p><b>2.3. Manifestacije</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Festivali</li> <li>- Predstave</li> </ul> <p><b>2.4. Znameniti ljudi i događaji</b></p> <p><b>2.5. Kultura života i rada</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastronomija</li> <li>- Način života lokalnog stanovništva</li> <li>- Etničnost</li> <li>- Folklor i tradicija</li> <li>- Rukotvorstvo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toplice</li> </ul> <p><b>3.3. Atrakcije zbog atrakcija</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Casino</li> </ul>
---	---	--

Izvor: izrada autorice prema: Kušen, E. (2002). Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, str.27.

Turistički proizvod odn. proizvod kulturnog turizma može biti sve; od muzeja, povijesnog lokaliteta do manifestacije. Sastoji se od dva djela, osnovnog proizvoda i dodatne vrijednosti.



Osnovnim proizvodom kulturnog turizma smatra se kulturna baština, dok je dodatna vrijednost stil života ljudi u destinaciji, njihova raznolikost i karakter. Kod ove vrste turizma, turisti ne dolaze zbog hotela, kafića, aerodroma nego zbog npr. Hrvatske, upoznati njene običaje, tradiciju, povijest, lokalitete.

Da su turistički proizvodi raznoliki vidimo iz osnovne klasifikacije proizvoda (slika 3.).



**Slika 3.** Osnovna klasifikacija proizvoda

Izvor: izrada autorice prema: Meler, M. (2006). Marketing u kulturi. Osijek: Ekonomski fakultet Sveučilišta, str.174.

Uočeno je da se kulturni proizvod može svrstati u sve tri kategorije. Primjerice, ako govorimo o nastupu ili cjelovečernjem koncertu kulturno-umjetničke udruge u dvorani Vatroslava Lisinskog, sami nastup, iako nematerijalan, se može smatrati potrošnim dobrom. Njegova slika ili snimka su trajno, materijalno dobro dok je rad osobe koja prodaje ulaznice pružena usluga.

Kulturni proizvodi mogu se smatrati temeljnom vrijednosti turističke destinacije. Svačija kultura je drugačija što znači da je upravo ona glavni proizvod određene destinacije. Kultura postaje sve veći „mamac“ za turiste, a materijalni i nematerijalni resursi u zanimljivoj ponudi zadovoljavaju želje i potrebe posjetitelja.

## 4. Uključivanje kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija u turističku ponudu

U prethodnim poglavljima je uočena važnost kulture i same kulturne baštine za jednu naciju kao i stalna potreba za stvaranjem nečeg jedinstvenog i novog u današnjem vremenu razvoja suvremenog turizma. Interes za proizvodima temeljenih na jedinstvenoj baštini, kako Hrvatske tako i svijeta, sve je veći i postaje neizostavan dio turističke ponude.

Želja turista za novim doživljajima i samih turističkih djelatnika da, na drugačiji i kreativniji način, prikažu svoju sredinu dovela je do interpretacije baštine. Interpretacija se smatra umijećem ili aktivnosti za stvaranjem i prenošenjem autentičnog doživljaja baštine i uključuje različite kreativne metode i komunikaciju s korisnicima (storytelling, tematske ture, oživljena povijest, igre i aktivno sudjelovanje posjetitelja) u skladu s karakteristikama pojedinog područja.<sup>23</sup> Jelinčić govori o tri osnovne uloge interpretacije:

1. Obrazovanje posjetitelja,
2. Pružanje užitka i zabave posjetitelju,
3. Izazivanje poštovanja i odgovornosti posjetitelju prema objektu baštine.<sup>24</sup>

Dakle, baština dobiva na važnosti tek kada se uključi u turističku ponudu odnosno, dovede putem plesa, pjesme i glazbe publici. Samim time se ona zaštićuje i obogaćuje publiku.

Kao primjer interpretacije mogu se istaknuti različiti festivali i događanja. Najveći hrvatski tradicionalni festival, Đakovački vezovi, manifestacija međunarodnog karaktera koja svake godine broji preko četiri tisuće izvođača i sedamdesetak folklornih skupina iz cijeloga svijeta. Isto tako i Vinkovačke jeseni, najveća tradicijska manifestacija koja, osim ljubitelja tradicije, okuplja i velik broj izlagača i ljubitelja lokalnog i autohtonog. Dvije manifestacije koje svake godine broje sve veći broj posjetitelja, domaćih i stranih, te se prenose i putem malih ekrana. U sklopu održavanja manifestacije izvodi se šokačko kolo u kojem sudjeluju, uz članove i članice kulturnih društava, i roditelji, djeca, stariji i mladi i svi prolaznici koji se žele uključiti kao i turisti koji se tamo nađu. Jedna takva akcija se održala i na glavnom zagrebačkom trgu 2014.

---

<sup>23</sup> Sveučilište Baltazar, Interpretacija baštine za razvoj turističkog proizvoda, <https://www.bak.hr/hr/cjelozivotno-obrazovanje/interpretacija-bastine-za-razvoj-turistickog-proizvoda>, (22.4.2023.)

<sup>24</sup> Jelinčić, D.A. (2010). Kultura u izlogu: kratak vodič za upravljanje kulturnim dobrima. Zagreb: Meandarmedia, str.37.

godine u sklopu 49. Vinkovačkih jeseni kada su se kulturno-umjetnička društva Grada Zagreba, građani i turisti uključili u „Najveće šokačko kolo“.



**Slika 4.** Najveće šokačko kolo u Zagrebu

Izvor: Grad Zagreb, <https://www.zagreb.hr/najvece-sokacko-kolo/69197>, 7.6.2023.

Za stvaranje dodatne vrijednosti i spoj kultura u turizmu, zanimljivo je za spomenuti i jedan novi festival koji se po prvi puta održao u ljeto 2022. godine u Metkoviću. Pod nazivom Festival tradicija „Đakovo na Neretvi“ spojile su se tradicije dva grada i pokazale folklornu i gastronomsku raznolikost.





**Slika 5.** Festival tradicija, Metković

Izvor: Neovisni info portal, Metković, <https://metkovic-news.com/kultura/jedinstveni-festival-spojio-tradiciju-metkovica-i-dakova/> 7.6.2023.

Prema prethodno napisanome, autorica će prikazati mogućnosti uključivanja djelovanja kulturno-umjetničkih amaterskih organizacija u turističku ponudu na vlastitom primjeru jedne udruge koje je i sama član dugi niz godina.

#### **4.1. Primjer kulturno-umjetničke udruge Staro Brestje**

Začeci folklornog amaterizma na području Seseveta dogodili su se 1932. godine, između dva svjetska rata, kada se počinju osnivati udruge pod nazivom Seljačka sloga s osnovnim ciljem promicanja i očuvanja tradicijske baštine vlastitog kraja kao i cijele Hrvatske. Kulturno-umjetnička udruga Staro Brestje aktivno djeluje od 1992. godine, u naselju Brestje, kada se u vrijeme najžešće agresije na Hrvatsku počinje osjećati potreba za očuvanjem, zaštitom i prezentiranjem narodne kulture i običaja. Službeno je registrirana 15.11.1994. godine. Tijekom godina se mijenjao broj sekcija, a danas djeluje u dvije folklorne grupe podijeljene po uzrastima i jednu tamburašku. Prva koreografija koja je izvedena bile su pjesme i plesovi Prigorja, 8.10.1995. godine u Dubrovniku na Stradunu za 144. sesevetsku brigadu HV-a koja je tada bila na južnom bojištu.

Može se pohvaliti sudjelovanjem i odličnim rezultatima na raznim nastupima i događajima. Redovito sudjeluje na Smotri folklornih amatera grada Zagreba i na događanjima kojima je organizator Grad Zagreb – Zavjetno hodočašće u Mariju Bisticu, Paljenje prve adventske svijeće (slika 6.), Advent u Zagrebu, Božić u Ciboni itd.



**Slika 6.** Udruga u nošnji Zagorja, paljenje 1.adventske svijeće (2022.g)

Izvor: iz privatne kolekcije autorice

Svake godine u vlastitoj organizaciji održava koncerte (slika 7.) pod nazivom „Prijatelji i mi“ i „Djeca pjevaju djeci“ u kojima sudjeluju i gosti iz različitih dijelova Hrvatske. Svoje vještine i ljubav prema kulturnoj folklornoj baštini i običajima svake godine pokazuje preko 220 osoba. Raduje činjenica da postoji želja da se ovakvi koncerti pretvore u smotre natjecateljskog karaktera za još boljim poticajem i boljom prezentacijom sebe i kraja kojeg predstavljaju.





**Slika 7.** Udruga izvodi pjesme i plesove Like

Izvor: iz privatne kolekcije autorice

Udruga sudjeluje u obilježavanju svih većih crkvenih i župnih blagdana naše Župe – Dan kruha i zahvala za plodove zemlje, Dan župe-blagdan Dobroga Pastira, Polnočka (slika 8.) te na drugim svečanostima.



**Slika 8.** Koncert Udruge i župnog zbora mladih „Djeca Božja“ (2022.g)

Izvor: iz privatne kolekcije autorice

U trideset godina svoga djelovanja, Udruga je osim u Hrvatskoj, ostvarila nastupe i u inozemstvu (BiH, Češka, Poljska, Makedonija, Italija, Bugarska...) te tako doprinijela očuvanju i širenju naše kulturne baštine i izvan granica Lijepe naše. U sklopu projekta "Prigorski drmeš u Vatikanu" dana 23. svibnja 2018., KUD je imao jedinstvenu priliku sudjelovati na audijenciji Pape Franje. Tako su, nakon audijencije, pred prepunim Trgom sv. Petra izvedene dvije koreografije izvorne za kraj iz kojeg Udruga dolazi. Članovima koji su izvodili plesove prigorskog drmeša i koreografiju Sesevetskog prigorja pridružila se i publika. Prikazano u slikama ispod.



**Slika 9.** Folkloriši Udruge sa turistima iz Argentine u Vatikanu  
Izvor: iz privatne kolekcije autorice





**Slika 10.** Nastup Udruge ispred Veleposlanstva RH u Vatikanu

Izvor: privatna kolekcija autorice

Za promociju Lijepe naše, prilika se ponovno ukazala 2019. godine kada se kulturno-umjetnička udruga zaputila u Bugarsku u grad Kiten na Međunarodnu smotru folkloru gdje je pjesmama i plesovima Sesevetskog prigorja, Crikvenice i Bilogore ponosno predstavila kulturu i običaje svog kraja i domovine. Koreografijom Prigorska svadba, osvojeno je prvo mjesto i pobjednički pehar. Prikazano na slici 11.





**Slika 11.** Udruga u nošnji Sesevetskog prigorja, Bugarska

Izvor: privatna kolekcija autorice

Bitno je za dodati da su u ova putovanja za međunarodnu kulturnu suradnju uključene institucije, primjerice Turistička zajednica Grada Zagreba koja osigurava promo materijale. Primjećuje se da je nakon takve kulturne manifestacije domaće stanovništvo kao i turisti u toj državi oduševljeni, žele znati više o Hrvatskoj, fotografiraju i snimaju narodnu nošnju i dani promo materijal je jako dobro iskorišten.

Projekt Turističke zajednice Grada Zagreba pod nazivom „Zagrebački vremeplov“ osmišljen kao šetnja gradom u narodnim nošnjama te kraći nastupi na turistima atraktivnim lokacijama, kao npr. Kaptol, Trg bana Jelačića te Tkalčićeva ulica, s ciljem animacije turista i stanovnika se isto pokazao vrlo uspješnim. I Kulturno-umjetnička udruga Staro Brestje je, uz druga zagrebačka folklorna društva, pružila mogućnost prolaznicima i turistima vidjeti nešto novo, pokazujući dio specifične folklorne kulturne baštine i običaja. Ovom prilikom prisutnima su ponuđeni domaći kolači kao i domaće voće te je i na ovaj način ostvarena interakcija.

## **4.2. Prijedlog nove kulturno-turističke ponude: Folklorni susreti „Dani Brestja“**

Manifestacija „Dani Brestja“ održala bi se svake godine u svibnju povodom Dana zaštitnika Župe – Dobroba Pastira. Želja je kroz tu manifestaciju pokazati tradicionalne narodne običaje,

nošnje, plesove, glazbu ovoga i ostalih krajeva i ujediniti ih sa suvremenim kulturnim, duhovnim, odgojnim, sportskim radom svih stanovnika Brestja, od vrtičke dobi do umirovljenika.

U organizaciji bi sudjelovali KUU Staro Brestje, Vijeće mjesnog odbora Staro Brestje, Vijeće mjesnog odbora Novo Brestje, Osnovna škola Brestje te Dječji vrtić Sesvete pod pokroviteljstvom Gradskog ureda za kulturu, Ministarstva kulture i Gradske skupštine. Organizacija bi bila potpomognuta aktivnim članovima, roditeljima djece i volonterima.

Sama priredba sastoji se od sportskih natjecanja, eko sajma, radionica, zabavnog programa i onog najvažnijeg – folklornog dijela programa u kojem sudjeluju udruge iz cijele Hrvatske. Mjesto održavanja bilo bi veliko školsko igralište, prikazano na slici 12., koje bi osnovna škola ustupila za postavljanje velikog šatora, bine i razglasa.



**Slika 12.** Igralište OŠ Brestje

Izvor: Udruuga zelene i plave Sesvete,  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=2972638482856388&set=pcb.2972639736189596> 8.6.2023.

Uz spomenuto, škola bi ustupila struju i osigurala učionice za presvlačenje sudionika manifestacije. Pored šatora postavili bi se eko wc. Navedeni troškovi financirali bi se od strane pokrovitelja. Okvirni troškovnik prikazan je u tablici 3.

**Tablica 3.** Okvirni troškovnik u eurima.

Najam šatora	2.000,00
Najam bine	1.000,00
Najam razglasa	1.000,00
Najam EKO WC (4x99,54)	400,00
Zabavni program	2.400,00
Trošak domjenka za goste	1.400,00
Tiskani materijal	600,00
<b>Ukupno:</b>	<b>8.800,00</b>

Izvor: izrada autorice

Manifestacija bi se oglašavala putem društvenih mreža i tiskanog materijala. Troškove okrijepe za one koji nastupaju pokrili bi donatori, s kojima Udruga duže vrijeme surađuje, a zauzvrat bi ih se promoviralo na reklamama po šatoru. Primjerice, sendviče za djecu koja nastupaju osigurao bi vlasnik lokalnog fast fooda dok bi piće osigurala Udruga, kolače koji bi se nudili svim posjetiteljima donirale bi dvije slastičarnice koje posluju na području Brestja i Sesveta. Članovi mjesnih odbora angažirali bi se u volonterskom radu prodaje pića i hrane u šatoru. Udruga bi se angažirala u organizaciji kulturno-umjetničkog programa kao i za smještaj gostujućih članova. Osigurala bi noćenje u kućanstvima članova i pritom bi se platila boravišna pristojba i/li kod privatnih iznajmljivača u okolici.

Prilikom njihova posjeta imali bi priliku obilaska ovisno o uzrastu i interesima, osim mjesta i okolice u kojoj se nalaze nudio bi se posjet znamenitostima grada, Nacionalnom Svetištu Mariji Bistrici itd. Mjesto održavanja ove manifestacije je jako blizu hotelima u okolici, ima odličnu prometnu povezanost sa gradom stoga bi se očekivali posjetitelji svih dobnih skupina, domaće stanovništvo, turisti.

#### 4.2.1. Program manifestacije

Održavanje manifestacije planira se kao trodnevni događaj. Prijedlog programa dan je u nastavku.

**Tablica 4.** Program manifestacije

PETAK	8,00-14,00	-sportska natjecanja -škola-dan otvorenih vrata -izložba učeničkih radova
	16,00	-proglašenje pobjednika i dodjela pehara -nastupi vrtićkih skupina -nastup ritmičke grupe, akrobatski rock'n roll -promocija borilačkih sportova
SUBOTA	14,00-17,00	-etno radionice (košarstvo, lončari, opančani, izrada nakita, ples) -nastupi folklornih društava
	20,00	-zabavni program
NEDJELJA	10,00	Dan župe Brestje – Dobri Pastir -svečana sv. misa -koncert zbora župe -šetnja u nošnjama

Izvor: izrada autorice

Petak je dan za sve školske aktivnosti, sportska natjecanja između razreda, izložbe dječjeg stvaralaštva, predstavljanje različitih plesnih skupina i sportova kojima se bave učenici škole. Nastupi vrtićkih skupina čija djeca predano sa svojim tetama cijelu godinu uče folklorne pjesmice i igre. Bitno je reći da su ovakvi nastupi djece uvijek popraćeni velikom publikom – obitelji i prijatelja.

Subota kao dan kulture određen je za sve radionice u kojima su animatori stručne osobe u platenju košara ili izrade opanaka i iskusniji članovi udruge koji vode radionice izrade tradicijskog nakita, ukrasa, pokazuju neke najčešće plesne korake. U ovom segmentu pridružili bi im se i gostujući članovi udruga i pokazali neke korake iz svoga kraja. Također, svim zainteresiranim posjetiteljima članice bi uplitale kosu u tradicionalne frizure. Osim plesača, sve okupljene zabavljali bi tamburaši svih društava spletom pjesama svakoga kraja iz kojeg dolaze. Prisutna su i lokalna obiteljska poljoprivredna gospodarstva sa svojim tradicionalnim ukrasima i domaćim prehrambenim proizvodima koja su neizostavan dio ovakvih događanja i dugotrajna

uspomena posjetiteljima. Na kraju dana osiguran je bogat kulturno-umjetnički program koji okuplja velik broj publike i na kojem se vidi raznolikost i bogatstvo narodnih nošnji, a nakon njih zabavni program uz nastup tamburaškog sastava i prilika za druženje, ples i glazbu.

Nedjelja započinje svečanom svetom misom na kojem prisustvuju narodne nošnje i tako obogaćuju događaj. Nakon koncerta župnog zbora sve narodne nošnje obilaze mjesto i okolicu te time ostvaraju kontakt sa sumještanima i turistima.

Ova manifestacija predstavljala bi zajednički napor da se jednom godišnje javno pokažu ostvarenja svih dionika i pritom njeguje izvorna hrvatska kultura, jezik i običaji. Sva ostvarena dobit od pružanja usluga hrane i pića u šatoru koristi organizatorima za plaćanje moguće nastalog dijela nepokrivenih troškova od pokrovitelja ili za ulaganje u udruhu i financiranje njenih aktivnosti.



## Zaključak

Implementacijom kulturne baštine u turistički proizvod, npr. tematske šetnje turističkim lokalitetima ili uključivanje turista u stvaranje turističkog proizvoda, stvaraju se doživljaji kod posjetitelja i izazivaju emocije. Jedinствена priča o prošlosti stvara posebno iskustvo. Na taj način, zanimljivim prikazivanjem, kulturi raste vrijednost.

Zaključuje se kako su kultura i turizam blisko povezani te zajedno čine kulturni turizam koji pak ostvaruje i ekonomsku korist. Sve više je turista željnih novih znanja, iskustava i doživljaja što zahtijeva inovativne turističke ponude. Po datim primjerima u ovom radu, vidljivo je kako je Republika Hrvatska bogata kulturom i kulturnom baštinom i zajednicama ljudi koje kroz kulturno-umjetničke organizacije brinu o očuvanju istoga te njihovom interakcijom u turizmu. Na ovaj način osigurava se bogata turistička ponuda u destinaciji te ujedno zaštita kulturnih dobara kao i bolja kvaliteta života zbog novih zapošljavanja, poticanja lokalne potražnje te u konačnici ostvarivanjem profita.

Novim prijedlogom kulturno-turističke ponude folklornih susreta uočava se zajedništvo organizatora i stanovništva u promoviranju svoga kraja kao i stvaranje dodatne vrijednosti za posjetitelje i turiste i mogućnosti razvijanja lokalnog turizma.

Može se zaključiti kako je folklorni kulturni amaterizam u Republici Hrvatskoj već jako dobro uključen u turističku ponudu, ali svakako uvijek ima potencijala za ostvarenje još većeg broja novih inovativnih projekata koji će svojim sadržajima i kreativnošću postići i značajniji uspjeh u turizmu, kako u domaćem tako i međunarodnim suradnjama.

## Bibliografija

Antolović, Jadran. 2009. *Menadžment u kulturi*. Zagreb: HADRIAN d.o.o.

Bijelić, Snežana V. 2006. *Plesovi*. Banja Luka: Fakultet fizičkog vaspitanja i sporta.

Cetinski, Vinka, Violeta Šugar, i Marko Perić. 2012. *Menadžment institucija i destinacija kulture*. Sveučilište u Rijeci: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Folklorni ansambl Lindo, <http://muzej.lindjo.hr/hr/o-nama/> (pristupljeno 11. travnja 2023.)

Grad Zagreb, <https://www.zagreb.hr/najvece-sokacko-kolo/69197> (pristupljeno 7. lipnja 2023.)

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=20034> (pristupljeno 11. travnja 2023.)

Jelinčić, Daniela Angelina. 2010. *Kultura u izlogu: kratak vodič za upravljanje kulturnim dobrima*. Zagreb: Meandarmedia.

Klaić, Bratoljub. 1978. *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Nakladni zavod MH.

Kušen, Eduard. 2002. *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.

LADO Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske, <https://www.lado.hr/o-nama/> (pristupljeno 11. travnja 2023.)

Meler, Marcel. 2006. *Marketing u kulturi*. Osijek: Ekonomski fakultet Sveučilišta.

Ministarstvo kulture i medija RH, <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/izdvojena-lijeva/kulturne-djelatnosti-186/186> (pristupljeno 5. lipnja 2023.)

Ministarstvo kulture i medija RH, <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/5337> (pristupljeno 29. ožujka 2023.)

Najnovije vijesti, <https://najnovijevijesti.hr/sport/nogomet/ma-kakva-ivana-knoll-kolinda-u-narodnoj-nosnji-s-tribina-navija-za-vatrene/> (pristupljeno 13. lipnja 2023.)

Neovisni info portal, Metković, <https://metkovic-news.com/kultura/jedinstveni-festival-spojio-tradiciju-metkovica-i-dakova/> (pristupljeno 7. lipnja 2023.)

Parsons, Talcott. 1954. *Essays in Sociological Theory*. Glencoe, Illinois: The Free Press.

Pećnjak, Davor. 2015. Case Study: *Introducing Philosophy of Art in Eight Case Studies by Derek Matravers*, str. 90, preuzeto sa <https://hrcak.srce.hr/file/209323> (pristupljeno 8. lipnja 2023.)

Pećnjak, Davor, i Dragica Bartulin. 2013. *Definicije umjetnosti i formalizam*, Bogoslovska smotra, Vol.83 No.2, str. 375 – 390., preuzeto sa <https://hrcak.srce.hr/en/file/154902> (pristupljeno 5. lipnja 2023.)

Portal za kulturni turizam, <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> (pristupljeno 14. travnja 2023.)

Reisinger, Yvette. 1994. *Tourist-Host Contact as a Part of Cultural Tourism*, World Leisure and Recreation, Vol.36 No.2, str. 24 – 28., preuzeto sa <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/10261133.1994.9673910?needAccess=true> (pristupljeno 8. lipnja 2023.)

Senčić, Josip, i Jadranko Grgona. 2006. *Marketing menadžment u turizmu*. Zagreb: Mikrorad.

Sveučilište Baltazar, Interpretacija baštine za razvoj turističkog proizvoda, <https://www.bak.hr/hr/cjelozivotno-obrazovanje/interpretacija-bastine-za-razvoj-turistickog-proizvoda> (pristupljeno 22. travnja 2023.)

Šuvaković, Miško. 2005. *Pojmovnik suvremene umjetnosti*. Zagreb: Horetzky.

Taylor, Edward Burnett. 1958. *The Origins of Culture*, New York: Harper & Row.

The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), Institute for Statistics of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UIS), str. 9, preuzeto s <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/Bg-FCS-e.pdf> (pristupljeno 27. ožujka 2023.)

Udruga zelene i plave Sesvete, <https://www.facebook.com/photo?fbid=2972638482856388&set=pcb.2972639736189596> (pristupljeno 8. lipnja 2023.)



UNESCO, *Universal Declaration on Cultural Diversity*,  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf> (pristupljeno 28. ožujka 2023.)

Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, Udruge u Republici Hrvatskoj,  
[https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge\\_u\\_RH\\_2020.pdf](https://udruge.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/udruge_u_RH_2020.pdf) (pristupljeno 6. lipnja 2023.)

Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, *Strategija razvoja kulturnog turizma*; Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2003., str. 6, preuzeto sa  
<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf> (pristupljeno 5. lipnja 2023.)

Zakon o udrugama, (NN074/2014),  
<https://sredisnjikatalogrh.gov.hr/cadial/searchdoc.php?action=search&lang=hr&query=%22Zakon-plus-o-plus-udrugama-plus-%28NN-plus074%2F2014%29%22&searchTitle=on&validacts=on&resultdetails=basic&filteracttype=all&filterfields=all&filtereuchapter=all&resultlimitnum=10&bid=bo6RVVtImCl6wpT3tqv16g%3d%3d&annotate=on> (pristupljeno 6. lipnja 2023.)

## Popis ilustracija

### Tablice

Tablica 1.	Broj udruga u Republici Hrvatskoj po županijama u odnosu na broj stanovnika	10
Tablica 2.	Klasifikacija turističkih atrakcija	17
Tablica 3.	Okvirni trošovnik u eurima	29
Tablica 4.	Program manifestacije	30

### Slike

Slika 1.	Značaj kulturnog stvaralaštva	4
Slika 2.	Kolinda Grabar Kitarović na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Katru	16
Slika 3.	Osnovna klasifikacija proizvoda	19
Slika 4.	Najveće šokačko kolo u Zagrebu	21
Slika 5.	Festival tradicija Metković	22
Slika 6.	Udruga u nošnji Zagorja, paljenje 1.adventske svijeće (2022.g)	23
Slika 7.	Udruga izvodi pjesme i plesove Like	24
Slika 8.	Koncert Udruge i župnog zbora mladih „Djeca Božja“ (2022.g)	24
Slika 9.	Folklorasi Udruge sa turistima iz Argentine u Vatikanu	25
Slika 10.	Nastup Udruge ispred Veleposlanstva RH u Vatikanu	26
Slika 11.	Udruga u nošnji Sesevetskog prigorja, Bugarska	27
Slika 12.	Igralište OŠ Brestje	28

### Grafički prikaz

Grafički prikaz 1.	Broj udruga prema područjima djelovanja	11
--------------------	---	----