

Potencijali kulturnog turizma na razvoj ponude grada Križevaca

Kantar, Asja

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:191:494418>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



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
Sveučilišni prijediplomski studij

ASJA KANTAR

**POTENCIJALI KULTURNOG TURIZMA NA RAZVOJ
PONUDE GRADA KRIŽEVACA**

**THE POTENTIAL OF CULTURAL TOURISM ON THE
DEVELOPMENT OF THE OFFER OF THE CITY OF
KRIŽEVCI**

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**POTENCIJALI KULTURNOG TURIZMA NA RAZVOJ
PONUDE GRADA KRIŽEVACA**

**THE POTENTIAL OF CULTURAL TOURISM ON THE
DEVELOPMENT OF THE OFFER OF THE CITY OF
KRIŽEVCI**

Završni rad

Kolegij: **Specifični oblici turizma** Studentica: **ASJA KANTAR**

Mentorica: Prof. dr. sc. **Daniela GRAČAN** Matični broj: **25167/20**

Opatija, lipanj 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Asja Kantar

25167/20

POTENCIJALI KULTURNOG TURIZMA NA RAZVOJ PONUDE GRADA KRIŽEVACA

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 studentica–autorica 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, 25.6.2024.

Potpis studenta

Sažetak

Kulturni turizam se ističe kao ključni sektor u razvoju turizma u suvremenom društvu, pružajući mogućnosti za čuvanje i promociju kulturnog naslijeđa, poticanje lokalnog gospodarstva i kreiranje novih turističkih proizvoda i doživljaja. Unatoč tome, mnogi gradovi u kontinentalnom dijelu Hrvatske, među kojima su i Križevci, susreću se s izazovima u prepoznavanju i iskorištavanju svojih kulturnih resursa. Križevci, iako bogati poviješću, kulturnom baštinom i prirodnim ljepotama, često su zapostavljeni kao turistička destinacija zbog nedostatka prepoznatljivosti i promocije. Stoga je cilj ovog završnog rada istražiti potencijal unapređenja kulturnog turizma u Križevcima, fokusirajući se na podizanje svijesti čitatelja o turističkim potencijalima grada te jačanje prepoznatljivosti regije Prigorje kao atraktivne turističke destinacije. Kroz multidisciplinarni pristup koji obuhvaća područja turizma, kulturne antropologije, marketinga i lokalnog razvoja, analizirat će se trenutno stanje kulturnog turizma u Križevcima, identificirati ključne nedostatke i izazovi, istražiti potencijali kulturne baštine, prirodnih ljepota i tradicije te predložiti konkretne ideje i koncepte za poboljšanje kulturnog turizma i promociju Križevaca kao turističke destinacije. Poseban naglasak stavljen je na potencijal razvoja storytellinga kao poslovnog modela u turizmu grada, s obzirom na njegovu ulogu u pripovijedanju kulturnih priča, stvaranju autentičnih doživljaja i izgradnji prepoznatljivog identiteta destinacije. Kroz sve navedene aktivnosti, očekuje se postavljanje temelja za dugoročni razvoj kulturnog turizma u Križevcima, povećanje broja posjetitelja, poticanje lokalne ekonomije i jačanje ponosa lokalnog stanovništva na svoj grad i regiju. Autorica smatra da u gradu Križevcima postoji prilika za razvoj turizma koju potkrepljuje individualnom analizom svakog resursa kojima Grad raspolaže. Uz podršku lokalnih vlasti i suradnju s relevantnim dionicima, Križevci imaju priliku ostvariti svoj puni turistički potencijal i postati nezaobilazna destinacija u turističkoj ponudi Hrvatske.

Ključne riječi: kulturni turizam; grad Križevci; analiza potencijala

Sadržaj

UVOD	1
1. KULTURNI TURIZAM: KONCEPTUALNI OKVIR	3
2. GRAD KRIŽEVCI: POVIJEST I KULTURNA BAŠTINA.....	7
3. DOLASCI I NOĆENJA U GRADU KRIŽEVCIMA.....	10
4. ANALIZA POTENCIJALA KULTURNIH RESURSA U KRIŽEVCIMA	12
4.1. MATERIJALNA BAŠTINA GRADA KRIŽEVACA	13
4.2. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA GRADA KRIŽEVACA.....	17
5. SWOT ANALIZA KULTURNIH POTENCIJALA GRADA KRIŽEVACA	20
6. NOVI TRENDVI I PREPORUKE ZA UNAPRIJEĐENJE KULTURNOG TURIZMA 23	
ZAKLJUČAK	29
POPIS ILUSTRACIJA.....	31
BIBLIOGRAFIJA	32

UVOD

Kulturni turizam je značajan za razvoj turističke aktivnosti tako što pruža mogućnost očuvanja i promocije kulturnog naslijeđa, potiče lokalno gospodarstvo te kreira i razvija nove turističke proizvode i iskustva. Unatoč tome, mnoge destinacije i dalje se suočavaju sa izazovima u prepoznavanju i iskorištavanju svog kulturnog potencijala, a među njima je i grad Križevci, smješten u prekrasnom krajoliku sjeveroistočne Hrvatske. Križevci, iako bogati poviješću, kulturnom baštinom i prirodnim ljepotama, često su neopravdano zapostavljeni kao turistička destinacija. Nedostatak prepoznatljivosti i nedovoljna promocija ovog Grada rezultirali su nedovoljnim brojem posjetitelja, posebno domaćeg stanovništva, te nedostatkom prepoznatljivog brenda za regiju Prigorje, u koju Križevci spadaju. Iz tog razloga, ovaj završni rad ima za cilj istražiti mogućnosti unapređenja kulturnog turizma u Križevcima, s fokusom na podizanje svijesti domaćeg stanovništva o turističkim potencijalima grada i brendiranje regije Prigorje kao atraktivne turističke destinacije, što je ujedno jedan od ciljeva strategije Grada od 2021. do 2030. godine. U strategiji grada Križevaca pod nazivom "Plan razvoja Grada Križevaca 2021.-2030." u području turizma, to jest razvoju turističkih programa kao cilj je navedeno kreiranje jedinstvenog turističkog proizvoda koji će obuhvatiti postojeću i osmisliti novu turističku ponudu temeljenu na specifičnim lokalnim prirodnim i kulturnim resursima, kako bi Križevci postali prepoznatljiva turistička destinacija u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske, koristeći svoj povoljan geoprometni položaj. Navedeni strateški cilj je ujedno i svrha pisanja ovog završnog rada. Ovaj rad će se temeljiti na multidisciplinarnom pristupu koji obuhvaća područja turizma, kulturne antropologije, marketinga i lokalnog razvoja. Kroz istraživanje postojećih resursa, analizu trenutnog stanja turističke ponude i identifikaciju nedostataka i izazova, težit će se formuliranju konkretnih prijedloga za unapređenje kulturnog turizma u Križevcima. Glavni ciljevi ovog istraživanja su: analizirati postojeće stanje kulturnog turizma u Križevcima i identificirati ključne nedostatke i izazove, istražiti potencijale kulturne baštine, prirodnih ljepota i tradicije Križevaca, predložiti nove turističke proizvode i načine za unapređenje kulturnog turizma i promociju Križevaca kao turističke destinacije. Također, prepoznat je potencijal razvijanja storytellinga kao poslovnog modela u turizmu Grada. Razlog tomu je što storytelling u turizmu ima ulogu oživjeti kulturnu baštinu, pripovijedati priču, stvarati kvalitetna i autentična iskustva za posjetitelje te ih potaknuti na aktivno sudjelovanje. Također, navedeni prijedlozi i poslovni modeli mogu poslužiti kao podloga za brendiranje grada Križevaca i Prigorskog područja, a posjetiteljima potiču maštu interaktivnim pričama i

načinom kojim se pripovijeda, a u interakciji s destinacijom i postojećom infrastrukturom, mogu oblikovati jedinstveni kulturno-turistički proizvod. Kroz ostvarenje ovih ciljeva, očekuje se stvaranje temelja za dugoročni razvoj kulturnog turizma u Križevcima, povećanje broja posjetitelja, poboljšanje lokalne ekonomije te jačanje identiteta i ponosa stanovnika na svoj grad i regiju. Ovaj rad je strukturiran u nekoliko ključnih dijelova kako bi se sustavno pristupilo obradi teme. Svaki dio ima specifičnu ulogu u postizanju općih ciljeva rada i osiguravanju koherentnog i sveobuhvatnog pregleda rada. U uvodnom dijelu predstavljena je tema istraživanja, njezina važnost i ciljevi. Teorijski okvir uključuje pregled relevantne literature i teorijskih pristupa koji su značajni za razumijevanje teme završnog rada, kao i pregled kulturne ponude grada Križevaca i podaci o dolascima i noćenjima ostvarenih u razdoblju od 2018. do 2022. godine. Potom slijedi analiza Križevaca kao destinacije kulturnog turizma, pregledom materijalne i nematerijalne kulturne baštine te je izrađena SWOT analiza kulturnih potencijala. Nakon obrađenih analiza, nude se konkretna rješenja i prijedlozi za unapređenje i valorizaciju kulturnih resursa kojima Grad raspolaže. U zaključnom dijelu sažeti su glavni rezultati, to jest rješenja dobivena kroz različite analize sadašnjeg stanja kulturnih resursa u Križevcima. Na kraju rada nalazi se popis svih korištenih izvora, sortiran i naveden u skladu s akademskim standardima.

1. KULTURNI TURIZAM: KONCEPTUALNI OKVIR

Kulturni turizam jedan je od selektivnih oblika turizma u kojem dominira interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera. Izraz kulturni turizam počeo se koristiti u akademskom kontekstu tijekom 1980-ih godina, kada se uočio obrazac turista koji su dijelili iste interese, a to je upoznavanje kulture različite od svoje. Početak razvoja kulturnog turizma ostaje nejasan istraživačima iz nekoliko razloga: svako putovanje može se smatrati kulturnim jer putnik, namjerno ili slučajno, dolazi u dodir s kulturom koja je drugačija od vlastite. Čak i za prve individualne putnike iz proteklih stoljeća, poput onih iz razdoblja prije Kolumbovog otkrića, može se tvrditi da su bili kulturni turisti, s obzirom na to da je putovanje u to doba bilo privilegija bogatih, a glavni motivi putovanja bili su upoznavanje novih kultura i destinacija koje su se razlikovale od vlastite.¹ Glavni motiv putovanja kod kulturnih turista je kultura, stoga je potrebno najprije definirati pojam kulture, a prema Kilday² ona je definirana kao:

- Sve naslijeđene ideje, vjerovanja, vrijednosti i znanja koja daju osnovu razvoju i djelovanju društvene zajednice
- Karakteristične ideje, interesi i aktivnosti ljudi
- Određena civilizacija u određenom periodu
- Umjetničke i društvene aktivnosti, izražaji i ukusi društva

Na taj način kultura objedinjava i manifestacije elitne kulture lokaliteta, kao na primjer muzeje i galerije, ali i skup vrijednosti povezanih s ljudima i mjestima kao što su ambijent određenog mjesta, njegove građevine, ponašanje ljudi, aktivnosti koje se tamo odvijaju, osjećaj lokalnog identiteta i slično.

Kulturni turizam privlači turiste motivirane otkrivanjem različitih kultura, nacionalnih identiteta, materijalne kulturno povijesne baštine poput spomenika, arheoloških nalazišta, artefakata i građevina od kulturnog ili povijesnog značaja te nematerijalne kulturne baštine koja podrazumijeva običaje, tradicije, vjerovanja i sličnih primjera koji su dio identiteta lokalne zajednice. Danas se pod pojmom kulture podrazumijeva ukupno ljudsko stvaralaštvo - ono materijalno i duhovno, ali se odnosi i na duhovni aspekt koji obuhvaća društvenu svijest i sve duševne tvorevine. Nadalje, Smith³ predlaže sljedeću definiciju kulturnog turizma: „Pasivno, aktivno ili interaktivno angažiranje u kulturi i komunikaciji, pri čemu posjetitelj stiče nova iskustva edukativne, kreativne i/ili zabavne prirode.“ Kulturni turizam se u zadnjim

¹ Šestan, M.; Upravljanje kulturnom baštinom turističke destinacije, 2019. str.17

² Kilday A. Culture and Economic Development in the Regions of Europe, Llangollen, 2000. str.62

³ Smith, L. Uses of heritage. Routledge, 2006., str.88

godinama 20. stoljeća pojavio kao alternativna forma turizma, koja je bila dovoljno prihvatljiva da postane antiteza konvencionalnom masovnom turizmu.⁴

Kultura je preteča razvoja turizma, dok je turizam efikasan način valoriziranja kulture jer svako turističko putovanje ima neki od elemenata kulture, samim time što turista premješta iz jednog kulturnog ambijenta u drugi. Prema Jelinčić⁵ kultura je širok pojam koji obično označava složenu cjelinu institucija, vrijednosti, predodžaba i praksi koje čine život određene ljudske skupine, a prenose se i primaju učenjem. Poimanje kulturne baštine u širem smislu obuhvaća sve prirodne i kulturne aspekte okoliša, što uključuje krajolike, lokalitete, izgrađene okoline, povijesna mjesta, biološku raznolikost, tradicionalne kulturne prakse, stečena znanja te živa iskustva zajednice. Važno je naglasiti razlike među pojmovima "prošlost", "povijest" i "baština". Prošlost obuhvaća sve što se dogodilo u prošlosti, dok se pojam povijesti odnosi na napore suvremenih povjesničara da interpretiraju prošlost iz određenog stajališta. S druge strane, kulturna baština predstavlja suvremenu interpretaciju i reprezentaciju prošlosti, obično s naglaskom na njenu važnost i vrijednost za suvremeno društvo. Prema Du Crossu i McKercheru⁶, kulturna baština može se podijeliti na materijalnu i nematerijalnu. Materijalna baština obuhvaća sve fizičke objekte poput zgrada, spomenika, arheoloških nalazišta i umjetničkih djela kao što su slike, skulpture i rukopisi. Osim toga, uključuje i podvodne nalaze kao što su brodolomi i potopljeni gradovi. Autori naglašavaju da je materijalna baština lako prepoznatljiva zbog svoje fizičke prisutnosti i vizualne atraktivnosti, posebno kada se izlaže u muzejima i drugim kulturnim institucijama. Isti autori razvrstavaju materijalnu baštinu u tri široke kategorije: građevine i arheološka nalazišta; kulturne rute, gradovi baštine i kulturni krajolici; te pokretna kulturna dobra i muzejske zbirke. Prema istim autorima, pokretna kulturna dobra uključuju sve prijenosne predmete baštine kao što su drevni artefakti, umjetnička djela i antikviteti. Autori ističu da je dokumentiranje građevina i arheoloških nalazišta često motivirano željom za očuvanjem tih mjesta, dok se kasnije fokus prebacuje na razvijanje programa koji će omogućiti posjetiteljima da ih upoznaju i cijene njihovu važnost. Prema UNESCO-ovoj Konvenciji o zaštiti nematerijalne kulturne baštine iz 2003. godine, nematerijalna kulturna baština podrazumijeva prakse, izraze, prikaze, znanje, vještine - kao i njima povezane instrumente, predmete, artefakte i kulturne prostore – koje zajednice, skupine

⁴ Floričić, T., Floričić, B., Kulturna baština u turističkoj destinaciji, 2019., str.36

⁵ Jelinčić, D. A. Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandar, 2009., str.41

⁶ Du Cross, H. and Mckercher, B. Cultural Tourism – second edition. New York: Routledge, 2015., str.93

i pojedinci prepoznaju kao dio svoje kulturne baštine. Prema McKercherovim istraživanjima⁷, nematerijalna kulturna baština obuhvaća bogatstvo tradicija na određenom geografskom području koja uključuje običaje i znanja koje zajednica prenosi s koljena na koljeno. Ona se neprestano oblikuje kao odgovor na okolinu, interakciju s prirodom i povijesne utjecaje, što pruža osjećaj identiteta te potiče razumijevanje kulturne raznolikosti i ljudske kreativnosti. Naglasak na ulozi lokalne zajednice iznimno je važan u očuvanju i prezentaciji nematerijalne kulturne baštine jer samo ona najautentičnije može predstaviti svoje tradicije, običaje i srodne aspekte. Prema Du Crossu i McKercheru⁸, za razliku od materijalne baštine, nematerijalna baština zahtijeva aktivno sudjelovanje ljudi kako bi bila oživljena. Stoga, kako bi se izbjeglo površno interpretiranje, od velike je važnosti suradnja s lokalnim zajednicama i nositeljima tradicije. Također, važna je povezanost s okolinom, budući da je nematerijalna baština tijesno povezana s konkretnim mjestom. Turistički doživljaj nematerijalne kulturne baštine dodatno obogaćuje prisustvo autentičnih pojedinaca koji je demonstriraju na stvarnim lokacijama. Tradicionalni izvođači i obrtnici imaju ključnu ulogu u očuvanju i prezentaciji tih tradicija turistima, dok nositelji tradicije, čuvari i vjerski predstavnici s posebnim znanjem aktivno sudjeluju u pružanju turističkih iskustava.

Bez obzira radi li se o uživanju u materijalnoj ili nematerijalnoj kulturi, kulturni turisti preferira povijest, umjetnost, arhitekturu, folklornu tradiciju, lokalnu gastronomiju i slično. Oni putuju kako bi iskusili različite aspekte kulture i običaja te stekli dublje razumijevanje i uživanje u kulturnom naslijeđu destinacije koju posjećuju. Osim što pridonose turističkoj industriji, kulturni turisti također potiču očuvanje kulturne baštine i tradicije te promoviraju razmjenu kulturnih ideja i vrijednosti među različitim zajednicama i kulturama.

Kulturni turist ima posebne interese, viši stupanj obrazovanja i bolje financijske mogućnosti u domicilnoj zemlji, što mu omogućuje veću platnu moć. Osim toga, provodi dulje vrijeme u odabranoj destinaciji i aktivno sudjeluje u različitim aktivnostima tijekom svog boravka. Karakterizira ga individualnost, što se očituje u samostalnoj organizaciji putovanja bez posredovanja turističkih agencija. Umjesto toga, često koristi internet za prikupljanje informacija i planiranje itinerera, sadržaja i aktivnosti tijekom putovanja.

McKercher i Du Cros predstavljaju sljedeću tipologiju kulturnih turista koja je često citirana u literaturi:

⁷ Du Cross, H., Mckercher, B. Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, Binghamton 2002., str.104

⁸ Ibid., 107

- Namjerni kulturni turist je osoba motivirana kulturom koja traži duboki i autentični kulturni doživljaj tijekom putovanja.
- *Sightseeing* kulturni turist također putuje zbog kulturnih razloga, ali je njegov doživljaj površniji i uglavnom se sastoji od razgledavanja kulturnih atrakcija.
- Slučajni kulturni turist ne putuje s ciljem upoznavanja kulture, ali ipak doživljava dublji kulturni doživljaj tijekom posjeta odredištu.
- Neformalni kulturni turist ima relativno slab motiv za posjet destinaciji zbog kulture i zadovoljava se površnim doživljajem.
- Sporedni kulturni turist nema izraženu motivaciju za posjet kulturi prilikom posjete destinaciji, ali ipak posjećuje neke kulturne atrakcije koje se tamo nalaze.⁹

Uzimajući u obzir sve navedeno, može se zaključiti da je važno omogućiti aktivno sudjelovanje lokalne zajednice u prezentaciji svoje nematerijalne kulturne baštine, čime se osigurava autentičnost doživljaja za posjetitelje. To znači da lokalna zajednica ima ključnu ulogu u stvaranju turističkog iskustva, čineći nematerijalnu baštinu živom i za destinaciju predstavlja način na koji će se diferencirati u usporedbi sa drugim. Lokalna kultura je važno obilježje turističke destinacije, a zahvaljujući turizmu postaje pokretač društvenog i gospodarskog razvoja.

⁹ Du Cross, H. and Mckercher, B. Cultural Tourism – second edition. New York: Routledge, 2015., str.99

2. GRAD KRIŽEVCI: POVIJEST I KULTURNA BAŠTINA

Križevci su jedan od najstarijih gradova kontinentalne Hrvatske koji se prvi puta spominju 1209.-e godine, ali život ljudi u križevačkom kraju može se pratiti unatrag 5000 godina. Taj podatak potvrđuju brojni arheološki nalazi iz mlađeg kamenog i metalnog doba. Na širem križevačkom području (bivša općina Križevci) pronađeno je 81 arheološko nalazište.¹⁰ Područje grada Križevaca (kao i područje čitave Koprivničko-križevačke županije) prema krajobraznoj regionalizaciji pripada području Panonske Hrvatske. Križevci se nalaze u Koprivničko-križevačkoj županiji, na jugoistoku Kalničkog prigorja. Grad krasi bogata povijest, kultura i običaji. Također, ponosi se mnoštvom sakralne baštine zbog kojeg se Križevci nazivaju i „Grad sa osam crkvenih tornjeva.“ Kulturna baština Grada prožeta je raznolikim elementima koji čuvaju duh grada i njegovu bogatu povijest. Od arhitekture i muzeja do tradicionalnih običaja i gastronomije, Križevci predstavljaju životopisno središte kulturne i povijesne baštine prigorskog kraja. Križevci su grad muzej pa tako cjelokupni središnji dio grada obiluje prošlošću, od znamenite crkve sv. Križa do grkokatoličke biskupije i zgrade Muzeja. Jedan od najznačajnijih sakralnih spomenika u sjeverozapadnoj Hrvatskoj je crkva Svetog Križa. Iz najranije faze izgradnje očuvan je ranogotički bočni portal iz 14. stoljeća, ali i kasnogotički utjecaj iz 15. stoljeća. U crkvi se nalazi kasnobarokni mramorni oltar, djelo Francesca Robbe iz 1756. godine te velika zidna slika Otona Ivekovića. Grkokatolička katedrala Sv. Trojice smještena je u bivšem baroknom franjevačkom samostanu. Prostorno i likovno oblikovana svetišta prilagođeno je istočnoj liturgiji, no oslikavanje ikonostasa izvedeno je izrazom zapadnog slikarstva s kraja 19. stoljeća. U biskupskom sjedištu nalazi se vrijedan stilski namještaj te brojne ikone i slike. Od ostalih vrijednih spomenika potrebno je istaknuti staru baroknu zgradu bivše križevačke županije i zdanje Gradskog muzeja, gdje se u prošlosti nalazio pavlinski gostinjac. Prema nacrtu S. Podhorskoga izgrađen je u oko 1914. velebni Hrvatski dom u impresionističkom stilu.¹¹

Prema bazi podataka o turističkim atrakcijama¹², na području grada Križevaca i okolice postoji 79 objekata zaštićene kulturno – povijesne baštine koja predstavlja resursnu osnovu za razvijanje kulturnog turizma od kojih su još tri kulturne i vjerske ustanove: Gradski muzej

¹⁰ Golja, T. Destinacijski menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma kontinentalne Hrvatske – primjer destinacije Križevci, 2020., str.105

¹¹ Svržnjak, K. ; Kantar, S. ; Jerčinović, S. ; Kamenjak, D. Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment. Križevci: VGUK, 2014.

¹² Katastar atrakcija grada Križevaca:<http://www.katastar-atrakcija.info/pregled.aspx> pristupljeno 28.04.2024.

Križevci, Križevačka likovna galerija i Vatrogasni muzej u Vatrogasnom domu u Križevcima. Pored zaštićene kulturno – povijesne baštine, dvije su zaštićene prirodne baštine a to su Park šuma Župetnica, Park „Gustava Bohutinskog“ i park pokraj škole „Vladimira Nazora“ Križevci. U Gradu se kroz godinu odvija šesnaest manifestacija a neke od njih su: Križevačko veliko spravišće, Blagdan Svetog Marka Križevčanina, Dan grada Križevaca, Proslava Martinja, Obrtnički i gospodarski sajam Koprivničko – križevačke županije, CultureShock Festival i ostale manifestacije.

Grad se također može pohvaliti Križevačkom djevojačkom stražom koja je jedina ženska povijesna postrojba na svijetu koja vuče korijene iz srpnja 1848. godine, kad je bana Josipa Jelačića na proputovanju kroz Križevce čuvala straža djevojaka, domorodnih Križevčanki koje su se postavile na ulaz u biskupski dvor. U ožujku 2011. postale su članice Saveza povijesnih postrojbi Hrvatske vojske.¹³

U Podravini i Prigorju je visoko razvijena kultura stola, ali postoji prije toga i kult rada koji se ogleda u poslovi: „Koji ni za delo, nije nit za jelo“. Jedno i drugo pripadaju zavičajnom duhu, životnoj filozofiji i pogledu na svijet, a zavičaj i čovjek u Podravini i Prigorju oduvijek su se prožimali.¹⁴

Na ovom području, običaji i priredbe s ljubavlju se poštuju i obnašaju, te na taj način ljudi čuvaju vlastiti kulturni identitet. Jedan od najpoznatijih običaja u Koprivničko – križevačkoj županiji su poznati „križevački statuti“, prva zapisana šaljiva pravila o tome kako se treba ponašati u društvu i pri punome stolu. U Križevačkom kraju i kalničkom vinogorju, oduvijek su bile rasprostranjene martinjske zabave („krštenje mošta“) na kojima su se u punoj mjeri koristili križevački statuti. Križevački statuti su „križevački propisi“, najstariji i najpoznatiji hrvatski vinski običaji. Kombinacija su dramskih, retoričkih i lirskih formi. Stoga je nemoguće jasno odrediti njihov žanrovsku pripadnost. Dominantna pripadnost žanru najviše se podudara sa hrvatskim usmenoknjiževnim kazalištem te na folklorno izvedbeno umijeće. Iako se Ritual primjenjuje isključivo za Martinje, dok se Statuti mogu izvoditi tijekom cijele godine, po svojoj strukturi, elementima izvedbe i materijalnim predmetima, obje forme gotovo u potpunosti odgovaraju teorijskim opisima folklornog kazališta, stoga ih se može smatrati tipičnim primjerima hrvatske usmenoknjiževne drame. U Statutima nema maski, maskiranja niti šminke. Komponenta glume u Statutima odnose se na glumca koji monolog ima u glavi, a nadograđuje ga improvizacijama prema potrebi na mjestu događaja. Stalni glumci ne postoje, a u pravom

¹³ Visit Križevci: <https://www.visitkrizevci.hr/djevojacka-straza/> pristupljeno 8.5.2024.

¹⁴ Podravina i Prigorje: kulturna i prirodna baština (2001): The Regions of Podravina i Prigorje: Cultural and Natural Heritage (ur. Barnko Kolar, et.al.), Koprivničko – križevačka županija, Zagreb., str. 10.

smislu riječi ne postoji ni redatelj. Cijelom izvedbom upravlja stoloravnatelj, koji je glavni glumac i koji s pomoćnicima (oberfiškušem i fiškušima), određuje tijek regula. U tom smislu stoloravnatelja u Štatutima, glumljenoga biskupa koji po vlastitom nahodjenju prema obredu krsti mošt u Velikom ritualu može se smatrati predvoditeljima i redateljima predstave. Narodni glumac, koji je i u Štatutima uglavnom muškarac, dok žene više služe kao ukras društva, svoj govor prati gestom i eventualnim pokretom vezanim uz opsluživanje za stolom (peharnik ili čuturaš) ili izbacivanje iz društva onih koji se ne drže regula (vunbacitel). U izvedbi Križevačkih štatuta osvjetljenje nije bitno, ali je vrlo važna pjesma (popevač) koja može biti popraćena glazbenicima. Kako Štatuti funkcioniraju bilo kad i bilo gdje, mogu se, kao i krštenje mošta, prikazivati na bilo kojem mjestu i prostoru.¹⁵ Najbolji je ipak zatvoreni prostor, kod domaćina, za stolom u kući, u klijeti, a u novije vrijeme i u ugostiteljsko-turističkim objektima. Danas se takve zabave i izvođenje Križevačkih štatuta i dalje održavaju na dan sv. Martina na čitavom području županije.

Drugog vikenda u lipnju u Križevcima se u znak sjećanja na legendu o „pomirbi“ kalničkih šljivara i križevačkih purgera, odvija manifestacija pod nazivom „Križevačko veliko spravišće“ i već pet desetljeća nastavlja tradiciju i njegovanje tradicionalnih običaja uz razvijanje bratstva i sloge među ljudima. U tradicionalnom prikazu pomirbe, sve okupljene se podsjeća o nastanku Križevačkih štatuta, gradom voze kočije, a posjetitelji mogu organizirano obići sve križevačke znamenitosti. Križevačko veliko spravišće je veliki sajam kulture na kojem se predstavlja kulturno-povijesna baština križevačkog kraja. Grad tada postaje otvorenom pozornicom za sva kulturna, zabavna, izložbena, gastronomska i sportska događanja.

¹⁵ Baran, T. Križevački štatuti u kontekstu hrvatske usmene drame. Zagreb, 2010.

3. DOLASCI I NOĆENJA U GRADU KRIŽEVCIMA

U nastavku slijedi prikaz broja dolazaka i noćenja turista u gradu Križevcima. Evidencija dolazaka i noćenja u turizmu iznimno je važna iz više razloga. Planiranje i upravljanje resursima kao što su kapaciteti smještaja - praćenje broja dolazaka i noćenja pomaže planiranju budućih smještajnih potreba, kao i infrastruktura na način da pomaže lokalnoj vlasti u planiranju infrastrukturnih projekata poput cesta, javnog prijevoza, vodovoda, kanalizacije i ostalih usluga koje podržavaju turističku aktivnost. Pored planiranja i upravljanja resursa i infrastrukture, važni su ekonomski učinci: doprinos BDP-u - praćenje dolazaka i noćenja omogućuje analizu ekonomskog utjecaja turizma na lokalnu i nacionalnu ekonomiju, uključujući prihode od turizma i zapošljavanje i točne statistike o turističkim aktivnostima koje mogu privući investitore zainteresirane za razvoj novih turističkih objekata i sadržaja. Evidencija dolazaka i noćenja pomaže kod poboljšanja usluge pomoću povratnih informacija zato što analiza dolazaka i noćenja može pomoći u prepoznavanju preferencija i potreba turista, što kao rezultat omogućuje prilagodbu i poboljšanje turističkih usluga. Ona je ključna za uspješno upravljanje i razvoj turističke aktivnosti u destinaciji te pruža krucijalne informacije za donošenje informiranih odluka, osiguravanju održivog razvoja, poboljšanju turističke ponude i povećanju ekonomskih koristi lokalne zajednice.

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista za grad Križevce (u tisućama)

godina	dolasci			noćenja		
	ukupno	domaćih turista	stranih turista	ukupno	domaćih turista	stranih turista
2018.	2.247	1.245	1.002	4.349	2.322	2.027
2019.	2.448	1.367	1.081	5.510	2.465	3.045
2020.	1.478	810	668	5.764	3.531	2.233
2021.	2.318	1.178	1.140	5.800	2.004	3.796
2022.	2.940	1.440	1.500	6.981	2.630	4.351

Izvor: Izvješće o stanju u prostoru grada Križevaca za razdoblje od 2019. do 2022. godine

U gore prikazanoj tablici dolaska i noćenja turista u gradu Križevcima u razdoblju od 2018. do 2022. godine može se iščitati da je 2022. godina bila najuspješnija u turističkim dolascima i noćenjima. U 2022. godini bilo je za 27% više ukupnih dolazaka (domaćih i stranih turista) te za 20% više ukupnih noćenja (domaćih i stranih turista) u usporedbi sa 2021. godinom. Trend pozitivnog rasta dolazaka rastao je kroz godine, osim u pandemijskoj 2020. godini kada se broj istih smanjio za 40% u odnosu na prethodnu godinu, dok su turisti u destinaciji ostvarili veći broj noćenja za 4,5%. Od ukupnog broja turista, najveći broj njihovih dolazaka zabilježen je za vrijeme odvijanja Križevačkog spravišča, trodnevne kulturne manifestacije koja se odvija prvog vikenda u mjesecu lipnju. Prema izvješću o stanju u prostoru grada Križevaca iz 2023.-e godine¹⁶, trenutno u gradu posluju: Hostel "Križevci", sa ukupno 20 kreveta, KTC sobe i apartmani sa 32 dvokrevetne sobe i 11 apartmana, Centar Mariapoli, Križevci - ukupno 82 kreveta (smještaj nije namijenjen isključivo turistima), privatni apartmani i sobe - 6 lokacija, kuće za odmor - 2 lokacije te seoski turizam - 1 lokacija.

¹⁶ Izvješće o stanju u prostoru - Križevci, dostupno na:
https://krizevci.hr/wpcontent/uploads/2023/03/GRAD-KRIZEVCI_ISUP-2019-2022.pdf

4. ANALIZA POTENCIJALA KULTURNIH RESURSA U KRIŽEVCIMA

Glavni naglasak ovog dijela rada je identifikacija, pregled i analiza pojedinih kulturnih resursa u Križevcima u kojemu se čitateljima približuje značaj i potencijal materijalne i nematerijalne kulturne baštine Grada. U *tablici 2* su opisani resursi, znanje i tehnologija te kultura i umjetnost sa aspekta ključnih potencijala za vrednovanje atrakcijske osnove na području grada Križevaca i okolice sa naglaskom na kulturni turizam.

Tablica 2. Identifikacija i aspekti ključnih potencijala za vrednovanje atrakcijske osnove na području grada Križevaca i okolice sa naglaskom na kulturni turizam.

Resursi	Znanje i tehnologija	Kultura i umjetnost
<ul style="list-style-type: none"> • neiskorišteni resursi poput starih zgrada i vrtova koji bi poslužili kao lokacija za manifestacije • resursna osnova za razvoj tradicionalnih jela – gastronomska ponuda jela od šljiva • povijesne građevine i crkve izgrađene drugom polovicom 19.-og stoljeća • kreativna i kvalitetna prezentacija i interpretacija nematerijalne baštine • Magdini vrtovi 	<ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja autohtonih i gastro proizvoda od šljive • promocija pomoću novih tehnologija i društvenih mreža -Facebook, Instagram • zanate i obrte afirmirati i oživjeti novim tehnologijama pomoću VR/AR/MR¹⁷ • predstavljanje starih legendi i povijesnih ličnosti putem tehnologija holograma • ciljani turistički programi usmjereni na populaciju mladih uz korištenje tehnologije i društvenih mreža • digitalizacija muzeja i ostale materijalne baštine 	<ul style="list-style-type: none"> • koncerti i event organizirani na kulturnim resursima • poznate vrijednosti transformirati u interaktivne sadržaje (tradicija, prikazi) • potencijal vrednovanja cjelogodišnjeg sakralnog turizma • programi i festivali koji uključuju okupljanje umjetnika • kulturne radionice koje uključuju ples, gastronomiju i slično • literarni turizam- književnost i knjižnice

Izvor: Izrada autorice

¹⁷ VR ili Virtual reality – u prijevodu virtualna stvarnost
AR ili Augmented reality – u prijevodu umjetna stvarnost
MR ili Mixed reality – u prijevodu pomiješana stvarnost

Na temelju navedenih resursa, znanja i tehnologije te kulture i umjetnosti, moguće je izvući nekoliko zaključaka; valoriziranjem neiskorištenih resursa poput povijesnih građevina i vrtova mogu se iskoristiti kao lokacije za različite manifestacije, što bi doprinijelo revitalizaciji i popularizaciji tih lokacija. Također, razvoj tradicionalnih jela od šljiva može biti ključan dio turističke privlačnosti, pružajući jedinstven doživljaj i promovirajući lokalnu kulinarsku baštinu koja se temelji na „Legendi o kalničkim šljivarima.“ Korištenje novih tehnologija poput VR/AR i digitalizacija muzeja omogućuju interaktivno iskustvo i privlačenje mlade populacije, dok promocija putem interneta omogućuje veću dostupnost informacija o destinaciji. Naveden je i potencijal vrednovanja cjelogodišnjeg sakralnog, to jest vjerskog turizma upravo zbog velikog broja crkvi, putem grkokatoličke katedrale i križevačkog sveca Marka Križevčanina. Isto tako, promocija književnosti i knjižnica, kojih u Križevcima ima puno - kao na primjer zbirka inkunabula iz 16. stoljeća u Grkokatoličkoj katedrali, može se u obliku radionica ili festivala privući ljubitelje knjiga i doprinijeti kulturnoj raznolikosti destinacije. Ukratko, integracija resursa, tehnologije i kulturnih aspekata može stvoriti diferenciranu turističku ponudu koja će privući kulturne turiste i pružiti bogato iskustvo grada Križevaca kao destinacije.

4.1. MATERIJALNA BAŠTINA GRADA KRIŽEVACA

U nastavku slijedi analiza odabranih kulturnih resursa u gradu Križevcima. Od ukupno 78 kulturnih resursa na križevačkom području, autorica rada je odabrala resurse koji su, prema katastru atrakcija¹⁸, najspremniji za uobličavanje u turistički proizvod. U prvom dijelu obrađivat će materijalnu kulturnu baštinu Grada, dok će drugi dio analizirati nematerijalnu kulturnu baštinu.

1. Grad sa osam tornjeva: Zanimljivost Križevaca je ta što se u gradu može pronaći 8 različitih crkvi koje iz ptičje perspektive čine obris nepravilnog križa. Brojnost crkvi upućuje na to da su kroz povijest Križevci bili inkluzivan grad u kojem je bilo zastupljeno mnogo različitih vjeroispovijesti, pa se tako u gradu mogu pronaći katoličke crkve, Grkokatolička katedrala, Adventistička crkva, Pravoslavna crkva, Sinagoga...

Pored katoličkih crkva, ističe se Grkokatolička katedrala koja je u funkciji sjedišta biskupije još od 1777. godine. Cijeli kompleks je visoke spomeničke vrijednosti zbog duge povijesti,

¹⁸Katastar atrakcija info: <http://www.katastar-atrakcija.info/pregled.aspx> pristupljeno 8.5.2024.

preslojavanju stilova (iz baroknog stila u neogotički), unutrašnjeg uređenja katedrale nastalo kao zajedničko umjetničko djelo arhitekta Hermana Bollea te slikarska djela Medovića, Čikoša, Tišova i Kovačevića.¹⁹ U sadašnjoj zgradi, uz katedralu, smještena je biskupska rezidencija od 1801. godine, koja čuva povijesne i kulturne dragocjenosti. Naime, na prvom katu rezidencije nalazi se mali povijesni muzej u kojem je izloženo liturgijsko posuđe, knjige, portreti i odjeća, ikone te predmeti iz ostavštine pojedinih biskupa. Uz muzej, u biskupskoj rezidenciji nalazi se biblioteka u kojoj je moguće vidjeti inkunabule.

2. Gradski muzej – kuća Karas, jedan je od vrlo dobro očuvanih povijesnih znamenitosti u Križevcima. U tristo godina staroj kući Karas, jednoj od najstarijih sačuvanih gradskih kuća u kojoj su bili pavlinski hospicij i prva javna ljekarna, a 1961. otvoren je "Gradski muzej Križevci". Primjerci ukrašavanih posudica i perle ogrlica od jantara svjedoče o trgovini sa sjeverom prije 3000. godina, a da su Kalničani već tada znali lijevati broncu dokazuju kalupi za lijevanje bronce i ukrasni predmeti za odjeću i kosu. Prilikom posjete može se saznati kako je bilikum mogao biti čaša od stakla, drveta ili zemlje, a iz nje se pilo kad se prvi put ulazilo u nečiju kuću ako se htjelo postati prijateljem domaćina. Muzej je osnovan je sa željom da se javnosti približi i prezentira bogata i vrijedna povijest grada i okolice²⁰. Posjetiteljima Muzej nudi stalnu postavu u kojoj su predstavljeni muzejski predmeti (predmeti baštine) visoke povijesne i kulturne vrijednosti za Grad. Uz stalnu postavu, Muzej nudi povremene izložbe i druga događanja. Nezaobilazno je odredište za sve one koji posjećuju grad te ga predstavljaju kao „grad povijesti, kulture i Križevačkih štatuta.“

3. Gradska munjara: Munjara je počela raditi još 1912. godine pa se ta godina smatra početkom elektrifikacije grada Križevaca. Ona je sagrađena za vrijeme gradonačelnika Stjepana pl. Pompera, kada je Gradsko poglavarstvo odlučilo da grad dobije struju. Jedini upravitelj je bio Antun Horvat koji je upravljao njenim radom od 1912. do 1945. godine. Glavni strojar Munjare bio je Dragutin Novak. Dolaskom izmjenične struje, 1941. godine, ugasila su se postrojenja Munjare, a njen naziv je promijenjen u "Gradsku munjevnu mrežu Križevci". Danas je Munjara zaštićeni spomenik industrijske arhitekture.²¹

¹⁹ Križevačka eparhija: <https://www.krizevacka-eparhija.com/index.php/eparhija/katedrala-presvete-trojice-u-krizevcima> pristupljeno 11.4.2024.

²⁰ Gradski muzej Križevci: <https://www.gradski-muzej-krizevci.hr/> pristupljeno 11.4.2024.

²¹ Križevci.net <http://www.krizevci.net/munjara/>

4. Križevačka sinagoga, danas zgrada Turističke zajednice i Turističkog informativnog centra, služi kao središte raznih kulturnih i društvenih organizacija u Križevcima. Značajno oštećena tijekom Drugog svjetskog rata, vraćena je židovskoj zajednici nakon proglašenja mira te kroz godine gubi svoj izvorni arhitektonski karakter, međutim 2014. godine ponovno se obnavlja i poprima nekadašnji izgled.

Slika 1. Prikaz Križevačke sinagoge



Izvor: fotografija autorice

5. Stari grad Veliki Kalnik srednjovjekovna je utvrda smještena na sjevernom grebenu planine Kalnik. Godine 1243. po prvi put se u pisanome tragu spominje Stari grad Veliki

Kalnik pod nazivom „castrum nostrum Kemluk.“²² Prema legendi, u ovoj se utvrdi sakrivao kralj Bela IV. koji je bježao pred Tatarima. Tijekom opsade, kalnički seljaci svoje su branitelje hranili zrelim kalničkim šljivama tako da bi bacali grane sa šljivama preko bedema. Tatari su odustali od opsade uvidjevši da ne mogu osvojiti grad te je u znak zahvalnosti, Bela IV. mještane Kalnika nagradio plemenitim titulama te su tako kalnički seljaci postali kalnički plemići. Kasnije, u 14. stoljeću u Velikom Kalniku boravili su ugarsko-hrvatski kralj Sigismund i njegova supruga Barbara Celjska koja je među lokalnim stanovnicima stekla nadimak „Crna kraljica.“ Na obližnjem brežuljku Starec, pronađeni su ostaci koplja iz rimskog razdoblja. Ovi nalazi podupiru teoriju da je lokalitet srednjovjekovnog grada vjerojatno služio i kao utvrda tijekom rimskog perioda, no takva pretpostavka još nije potvrđena. Pristup tvrđavi bio je moguć samo pješice, a smatra se da je njezina gradnja potrajala kroz dulje razdoblje. Ranije tvrdnje Ivana Kukuljevića Sakcinskog sugerirale su da su gornji dijelovi tvrđave stariji od donjih, možda pripadajući rimskom ili ondašnjim narodnim vladarima. Unatoč tome, istraživanja do sada nisu potvrdila postojanje bilo kakvog lokaliteta iz ranog srednjeg vijeka, iako se može pretpostaviti da je na tom mjestu nekada postojao neki oblik naselja, kako je već spomenuto. Dokazi ukazuju da stariji dijelovi pripadaju srednjovjekovnoj fortifikacijskoj građevini, dok su mlađi vjerojatno iz ranonovovjekovnog razdoblja, budući da su kraljevi i kraljice koji su boravili tamo htjeli transformirati tvrđavu u moderni dvorac. Arheološki nalazi prapovijesnog razdoblja uglavnom se odnose na kasni eneolitik, lasinjsku i vučedolsku kulturu te brončano doba. Na lokaciji Igrišće pod Velikim Kalnikom, otkriveno je značajno i bogato arheološko nalazište iz brončanog doba koje obuhvaća raznolike artefakte poput keramike, metalnog oružja, nakita, životinjskih kostiju, te tragove naselja i ognjišta. Također su pronađeni dijelovi kalupa za lijevanje metala, što sugerira postojanje metalurške kulture.²³

6. Crkva svetog Križa - Krvavi sabor križevački: Jedan od najvažnijih događaja u povijesti Križevaca dogodio se 27. veljače 1397. godine, u literaturi poznat kao Krvavi sabor. Na taj dan, došlo je do sukoba između pristaša kralja Sigismunda (Žigmunda)²⁴ i hrvatskog plemstva, a tijekom sukoba Stjepan Lacković, tadašnji vođa hrvatskog plemstva, bio je

²² Općina Kalnik: <https://kalnik.hr/povijest/stari-grad-veliki-kalnik/> pristupljeno 12.4.2024.

²³ Vojna krajina u 16. stoljeću: <https://vojnakrajina.ffzg.unizg.hr/veliki-kalnik/> pristupljeno 2.5.2024.

²⁴ Sigismund i Žigmund su sinonimi iako se u literaturi različito interpretiraju – Žigmund je fonetski oblik imena Sigismund

pogubljen. Ovaj događaj ostavio je dubok trag u povijesti grada i bio je simbol sukoba moći i političkih interesa.²⁵ Crkva sv. Križa, jedan od najstarijih spomenika u gradu, igrala je važnu ulogu u religioznom i kulturnom životu Križevaca. Spominje se već 1232. godine u pisanim izvorima, što svjedoči o dugoj povijesti ovog sakralnog objekta. Crkva je bila važno središte okupljanja vjernika i mjesto gdje su se održavale crkvene ceremonije i obredi. Barokni mramorni oltar Svetog Križa izrađen je 1756. godine od strane talijanskog kipara Francesca Robbe²⁶, koji predstavlja najznačajnije umjetničko djelo u crkvi. Ovaj oltar, prenesen iz zagrebačke katedrale tijekom Bolleove obnove, postao je simbol vjere i duhovnosti za lokalno stanovništvo. Uz to, početkom 20. stoljeća, Crkva Sv. Križa prošla je obnovu koja je očuvala njezine povijesne i kulturne vrijednosti. Od 1914. godine, jedno od najvećih djela Otona Ivekovića, slika s prikazom "krvavog sabora", ukrašava svetište Crkve Sv. Križa, pružajući umjetnički prikaz ključnog događaja u povijesti Grada.

Zaključno, materijalna baština predstavlja jedan od ključnih elementa za razvoj i unapređenje kulturnog turizma grada Križevaca. Njena pravilna valorizacija i promocija mogu značajno doprinijeti privlačenju turista i očuvanju kulturne baštine, stoga je neophodno kontinuirano ulagati u navedene resurse kako bi se ostvario njihov puni potencijal i dugoročna održivost

4.2. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA GRADA KRIŽEVACA

Grad Križevci bogati su nematerijalnom kulturnom baštinom. Ovaj prigorski grad obiluje legendama i pučkim predajama, stoga su u nastavku izabrane one legende koje imaju kulturološku, povijesnu, identitetnu relevantnost i prepoznatljivost.

1. Legenda o nastanku grada Križevaca: Predaja o čudu svetog Križa, koju je zapisao Kvirin Vidačić, predstavlja temeljnu priču koja oblikuje identitet Križevaca. Prema ovoj legendi, u 6. stoljeću, Hrvati, tek doseljeni i još uvijek pogani, iskusili su tešku žeđ na mjestu gdje se kasnije razvio grad Križevci. U svojoj očajnoj situaciji, doživjeli su viziju križa koji se pojavio iznad bunara i čudesno ih okrijepio. Ovaj događaj potaknuo ih je da prihvate kršćansku vjeru te je na tom mjestu kasnije izgrađena crkva posvećena svetom

²⁵ Hrvatski sabor: <https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/zanimljivosti/krvavi-krizevacki-sabor-1397-godine> pristupljeno 2.5.2024.

²⁶ Grad Križevci: <https://krizevci.hr/adresar/crkva-sv-kriza/> pristupljeno 2.5.2024.

Križu, čije ime odražava čudesno otkriće koje je promijenilo njihovu sudbinu. Ta crkva, koja je i danas prisutna na istom mjestu, postala je simbol vjere i snage zajednice. Druga predaja, koja seže u vrijeme kralja Kolomana²⁷, povezuje Križevce s važnim političkim događajima. Prema ovoj legendi, predstavnici hrvatskog i mađarskog naroda susreli su se upravo u Križevcima dok su pregovarali o uvjetima mira i dinastičkom savezu pod okriljem svetog Stjepana.²⁸ Iako se točnost ove legende ne može dokazati, niti osporiti, ona dodatno obogaćuje povijest grada, prikazujući ga kao ključno središte političke i diplomatske aktivnosti u srednjem vijeku. Ove predaje, prenesene kroz generacije, daju Križevcima posebnu važnost u povijesti i tradiciji Hrvatske. Iako možda nisu potpuno povijesno točne, one svjedoče o dubokim korijenima zajednice i o njezinom kontinuiranom oblikovanju identiteta kroz vjerske, političke i kulturne događaje.

2. Magda Lugomer Herucina – posljednja hrvatska vještica: 1757. godine križevčanku Magdu Lugomer za vještičarenje optužila je susjeda Eva Oblačić koja je izjavila da je jedne večeri, kada je imala groznicu, k njoj doletjela Magda Lugomer u obliku muhe i strašno ju uznemiravala. Na osnovu takvih optužbi, protiv Magde je podignuta optužnica te ju je sud osudio na mučenje (torturu). Dugo vremena bila je mučena, do kada 22. travnja 1758. godine nije priznala sve što se od nje očekivalo te je Magda bila osuđena na smrt na lomači. U trenutku kada carica Marija Terezija saznaje za presudu, naređuje grofu Franji Nadasdy-ju da osuđenicu hitno dopremi u Beč gdje su je liječili od posljedica teških tortura koje je proživljavala. Carica je zatim odredila da se Herucina pusti na slobodu nakon što je dokazano krajnje praznovjerje i nekompetentnost sudaca koji su je osudili. Iz kasnijih sudskih spisa može se doznati mnogo o Magdinom temperamentu. Bila je nagla i svadljiva žena koja se nije ustručavala fizičkih obračuna. Zbog toga što je udarila jednu ženu, bila je i u zatvoru, no tada se uspjela izvući s opomenom i novčanom kaznom, ali suci su se sjetili toga incidenta kada se ponovo našla pod optužbom da je vještica. Također i u već spomenutoj situaciji s Evom Oblačić, kasnijom krunskom svjedokinjom na sudu, svjedokinja iskazuje, a Magda ne poriče, da je udarila Evu toliko snažno da je izgubila svijest te danima trpjela posljedice traume. Sa svojim kumom, bačvarom, posvadila se Herucina oko cijene drvenog badnja te mu prijetila da će joj ga prodati jeftinije, što je opet kasnije sudu bio argument za prijetnju urokom, posebno što se kum ubrzo doista razbolio. Naravno da je osoba takvog stava,

²⁷ Koloman je bio kralj Ugarske od 1095. do 1116. godine

²⁸ Grad Križevci: <https://arhiva.krizevci.hr/index.php/ogradu/povijest-krizevaca> pristupljeno 12.4.2024.

uz to i veoma osjetljivih aktivnosti u to doba - travarstvom, lako mogla steći veći broj neprijatelja i potaknuti različita tumačenja njenog ponašanja.²⁹

3. Crna kraljica s Malog Kalnika – legenda u kojoj glavnu ulogu ima Crna Kraljica, to jest, Barbara Celjska. Ona je bila žena hrvatsko – ugarskog kralja Žigmunda. „Bila je žena krasnog stasa, visoka i bjeloputa, odjevena u crninu koja joj je dobro pristajala. Na ruci presvučenoj crnom rukavicom držala je gavrana.“³⁰ Na vrhu Kalnika nalaze se ruševine nekadašnje kule i ostatci kapelice Sv. Barbare, koja je napuštena u 18. stoljeću. Prema legendi, Barbara Celjska je imala romansu s kaštelanom Malog i Velikog kraljevskog grada Kalnika. Njihovi sve češći susreti na Malom Kalniku doveli su do toga da je kaštelan postao arogantan prema lokalnom stanovništvu i počeo ih je zapostavljati. Plemići su se tada požalili kralju Žigmundu Luksemburškom, koji je otpustio kaštelana i zatočio kraljicu u dvorcu u Češkoj.³¹ Legenda dalje tvrdi da je krvavo zlato Crne Kraljice još uvijek zakopano negdje oko Malog Kalnika, čuvano od strane podanika zmija. Prema pričama, Crna Kraljica i danas posjećuje Mali Kalnik tijekom cijele godine, bilo da je zima s oštrom sjevernom hladnoćom koja zavija po zidinama kule, ili tijekom vrućih ljeta koja izlaže sunčeve zrake stijenama, simbolizirajući njezinu nesmirenost.³²

²⁹ Balog Z.; Časopis Povijesnog društva Križevci, Vol. XVIII No. 1, 2016.

³⁰ Hitrec, H. Hrvatske legende, Školska knjiga d.d., 2007.

³⁰ Blog Stari gradovi, utvrde, dvorci i srednjovjekovna kultura:
<https://darkoantolkovic.wordpress.com/2016/11/23/muzej-crne-kraljice-u-krapinskom-starom-gradu/>
pristupljeno 02.05.2024.

³² Đurić, T. Legende puka hrvatskoga. Meridijani, 2007.

5. SWOT ANALIZA KULTURNIH POTENCIJALA GRADA KRIŽEVACA

SWOT analiza je strateški alat koji se koristi za procjenu snaga (Strengths), slabosti (Weaknesses), prilika (Opportunities) i prijetnji (Threats) organizacije, projekta, proizvoda, situacije i u ovome slučaju destinacije. Koristi se kako bi se razumjelo unutarnje i vanjsko okruženje te kako bi se donijele ispravne odluke i strategije. Snage (Strengths) predstavljaju unutarnje attribute ili resurse koji pozitivno utječu na sposobnost destinacije da postigne svoje ciljeve. Slabosti (Weaknesses) su također unutarnji čimbenici SWOT analize koji mogu ometati ili ograničiti sposobnost destinacije da postigne svoje ciljeve. Vanjski faktori analiziraju se kroz prilike (Opportunities) i prijetnje (Threats). Pomoću identifikacije prilika, destinacija može iskoristiti iste kako bi postigla svoje ciljeve. S druge strane, prijetnje su vanjski čimbenici koji mogu negativno utjecati na razvoj destinacije, kao što su promjene na tržištu, ekonomski uvjeti, promjene u zakonodavstvu, prirodne nepogode i slično. SWOT analiza pomaže organizacijama da prepoznaju strateške pozicije i planiraju kako iskoristiti snage i prilike te kako minimizirati ili eliminirati slabosti i prijetnje.³³ U nastavku će se prikazati SWOT analiza kulturnih potencijala grada Križevaca.

Tablica 3. SWOT analiza kulturnih potencijala grada Križevaca

SNAGE	SLABOSTI
Bogatstvo kulturnih i povijesnih spomenika	Nedovoljna promidžba i marketing turističkih manifestacija i brendiranje grada
Bogatstvo materijalne i nematerijalne kulturne baštine	Nedostatan broj turističkih djelatnika sa adekvatnim obrazovanjem
Povoljan geoprometni položaj – blizina većih hrvatskih gradova	Nedovoljno smještajnih kapaciteta
Uspostavljena Destinacijska agencija Križevci	Nerazvijenost proizvoda za tržište kulturnog turizma
Tradicija kulturno umjetničkih društava	Nepripremljenost turističkih atrakcija za prihvata turista
Jasna razvojna usmjerenja i prepoznata uloga turizma u ključnim strateškim dokumentima	Nerazvijeni sustav upravljanja destinacijom (DMO) i bolja suradnja sa županijskim i okolnim turističkim zajednicama i lokalnim dionicima
	Nedostatan poduzetnički interes i snaga za ulaganje u turizam i kulturni turizam

³³ Stipanović, C.: Konceptija i strategija razvoja u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment. Opatija, 2006., str.8

	<p>Nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije (4*)</p> <p>Nedovoljno korištenje poznatih ličnosti (Sv. Marko Križevčanin, Magda Lugomer Herucina itd.) u razvoju turističkih proizvoda, tematskih tura i <i>storytellinga</i></p>
PRILIKE	PRIJETNJE
<p>Mogućnost razvoja <i>storytellinga</i> kao novog načina valoriziranja materijalne i nematerijalne kulturne baštine</p> <p>Iskorištavanje EU fondova za unaprjeđenje turističke infrastrukture i promocije</p> <p>Suradnja s kulturnim institucijama</p> <p>Razvoj jednodnevnih kulturnih manifestacija temeljenih na poznatim ličnostima Grada</p> <p>Razvoj novih turističkih proizvoda usmjerenih prema ciljnim skupinama uz fokus na kulturu i manifestacijski turizam</p> <p>Edukacija za turističke animatore kao menadžere doživljaja u kulturnom turizmu</p> <p>Očuvana vrijedna kulturna baština</p> <p>Tradicija urbane i ruralne arhitekture</p>	<p>Blizina većih i popularnijih gradova sa razvijenim kulturnim turizmom</p> <p>Mala prepoznatljivost grada izvan regionalnog okvira</p> <p>Razvijenost kulturnog turizma u regiji i šire</p> <p>Nedostatan poduzetnički interes za ulaganje u turizam</p> <p>Nedovoljno razvijen proces strateškog upravljanja destinacijom utemeljenog na kulturnoj baštini</p> <p>Nedovoljno razvijena praksa suradnje i umrežavanje dionika u kulturi</p> <p>Potkapacitiranost kadrova izravno odgovornih za razvoj i upravljanje turizmom i kulturnim turizmom</p> <p>Nedovoljna raspoloživost tržišno održivih i inovativnih programa za aktiviranje resursa u turizmu i kulturnom turizmu</p> <p>Brzi razvoj konkurentne ponude kulturnog turizma u okruženju</p> <p>Mala prepoznatljivost grada i kulturnih sadržaja izvan regionalnog okvira (Križevački štatuti)</p>

Izvor: izrada autorice

SWOT analiza kulturnih potencijala kao snagu je konstatala mnogobrojnu i bogatu kulturnu materijalnu i nematerijalnu baštinu koja je osnova za razvitak i valorizaciju istih. Uz navedeno, povoljan geoprometni položaj, poput blizine Zagreba ili Varaždina i zemalja u okruženju, omogućuje lakši pristup turistima. S druge strane, slabosti u SWOT analizi su prvenstveno nedovoljna promidžba i marketing turističkih manifestacija i brendiranje grada kao destinacije kulturnog turizma. Primjeri kojima bi se Grad trebao voditi su marketinške strategije drugih gradova u okolici poput Koprivnice i Varaždina čije su manifestacije, primjerice Renesansnog festivala ili Špancirfesta dio brenda. Pored nedovoljne promidžbe, nedostatan je broj turističkih djelatnika sa adekvatnim obrazovanjem. Primjerice, tek je nekolicina (5) osoba osposobljeno za rad kao turistički vodič, a još manji broj onih koji mogu prezentaciju križevačke nematerijalne baštine poput Štatuta. Slabost koja također utječe na razvitak

kulturnih potencijala je i nedovoljno smještajnih kapaciteta. Trenutno je jedini hotel u Križevcima, hotel Kalnik, u renovaciji te se turistima može ponuditi isključivo privatni smještaj. Nedostatak kulturnih događanja utječe na investicije u turističke kapacitete, a turistički djelatnici u gradu ističu da im je teško razvijati turističku ponudu ukoliko nedostaje smještajnih kapaciteta. No, u trenutku pisanja rada obnavlja se i proširuje Hotel Kalnik koji će biti kategoriziran kao hotel s 4*, što će značajno utjecati na smještajnu ponudu u gradu. Nedostatak kvalitetnih hotela i smještajnih kapaciteta može ograničiti vrijeme boravka turista u destinaciji. Mogućnost razvoja storytellinga kao novog načina valoriziranja materijalne i nematerijalne baštine predstavlja priliku u SWOT analizi zato što se inovativnošću, trendovima i osmišljavanjem novih turističkih proizvoda privlače turisti u destinaciju. Prijava projekata s kulturnoturističkom tematikom na EU fondove, posebice na projekte prekogranične suradnje (Interreg) su također prilika za unapređenje turističke infrastrukture i promocije zbog pripadnosti zajedničkom povijesnom i kulturnom okruženju Hrvatske i Mađarske. Suradnja s kulturnim institucijama kao što je ostvarivanje partnerstva s nacionalnim i međunarodnim kulturnim institucijama mogu pomoći u promociji i financiranju kulturnih projekata. Prijetnja u SWOT analizi bila bi konkurencija, točnije blizina većih turističkih destinacija poput Zagreba koji zbog razvijenosti ponude kulturnog turizma može odvratiti posjetitelje od dolaska u Križevce. Zaključno, Križevci imaju značajan potencijal za razvoj kulturnog turizma zahvaljujući svojoj bogatoj povijesti, kulturnoj baštini i prirodnim ljepotama. Međutim, potrebno je raditi na promociji, unapređenju infrastrukture i povećanju smještajnih kapaciteta kako bi se privuklo više posjetitelja. Iskorištavanje prilika poput suradnje s kulturnim institucijama, razvijanjem novih turističkih proizvoda i sličnog može doprinijeti dugoročnom održivom razvoju turizma u Križevcima.

6. NOVI TRENDOWI I PREPORUKE ZA UNAPRIJEĐENJE KULTURNOG TURIZMA

Unaprijeđenje kulturnog turizma u Križevcima može se postići nizom strategija i inicijativa koje bi povećale privlačnost grada kao destinacije za posjetitelje koji traže autentična kulturna iskustva. U nastavku bit će nabrojane neke od preporuka koje prate trendove suvremenog turizma i temelje se na lokalnoj kulturnoj baštini grada Križevaca:

1. Storytelling kao novi oblik valoriziranja kulturne baštine: Storytelling je moćan alat u turizmu koji omogućuje destinacijama da povežu posjetitelje s njihovom kulturom, poviješću i identitetom na emocionalnoj razini. Kroz pričanje priča, destinacije mogu stvoriti jedinstveno iskustvo za posjetitelje, potaknuti ih da istraže, nauče i dožive destinaciju na dublji način. Pripovijedanje (storytelling) potječe još iz davnih vremena, a interpretira se kao komunikacijska vještina prepričavanja osobnih iskustva, uvjerenja i životnih lekcija kroz priče ili pripovijesti koje izazivaju snažne emocije i reakcije publike. Glavni elementi koji oblikuju priču su poruka, sukob, likovi i radnja. Poruka priče koju pripovjedač prenosi mora biti u potpunosti shvaćena. Pripovjedač definira svrhu priče i navodi na pouku iste. Sukob kao drugi element priče predstavlja temelj zapleta glavne radnje kojim se privlači pažnja slušatelja. Sukob u priči treba zaintrigirati slušatelja i navesti ga na daljnje slušanje. Sukob prate likovi bez kojih nijedna priča ne bi postojala dok se radnja priče, kao četvrti element, sastoji od različitih tipova struktura pripovijedanja koji definiraju konačno zadovoljstvo ispričanom pričom³⁴. Kroz storytelling, Križevci se predstavljaju kao destinacija koja nudi ne samo povijesnu i kulturnu baštinu, već i bogatstvo iskustava i doživljaja za sve posjetitelje. Turisti koji posjete Križevce imaju priliku istražiti stare ulice grada, uživati u tradicionalnoj kuhinji, upoznati lokalne umjetnike i obrtnike, te sudjelovati u brojnim aktivnostima koje oživljavaju duh grada. Posebnost je u tome što prostorno mali grad obiluje mnogim pričama i legendama. Kroz storytelling, Križevci postaju ne samo turistička destinacija, već i mjesto gdje se rađaju nove priče i gdje se svaka priča pretvara u novi doživljaj. Mogućnost razvoja storytellinga kao način valoriziranja nematerijalne kulturne baštine

³⁴ Fog, K., Budtz, C., Munch, P., Blanchette, S. Storytelling: Branding in Practice, 2. Izdanje. Springer, Berlin, 2010., str.68

grada Križevaca je važan iz razloga što se na malom prostoru kroz povijest stvorio velik broj priča i legendi. U studiji Lekić, Blajić i Franjić (2017) autori zaključuju da u ovome segmentu postoji izrazito visok potencijal. Razvijanjem storytellinga, grad bi se svojom ponudom diferencirao od ostalih destinacija u Republici Hrvatskoj. Primjerice, angažmanom lokalnih povjesničara, pritom vrsnih pripovjedača, mogu se osmisliti rute sa različitim temama koje pokrivaju poznate križevačke ličnosti, materijalnu kulturnu baštinu, nematerijalnu kulturnu baštinu, zanate, znanost i dostignuća koje će se povezati kroz legende ovog područja.

2. Razvoj kulturnih događanja: Organizacija redovitih kulturnih događanja poput festivala, izložbi, koncerata, radionica i predstava može privući posjetitelje i promovirati bogatu kulturnu baštinu grada. Ovi događaji mogu obuhvatiti tradicionalne običaje, folklor, suvremenu umjetnost i druge kulturne izričaje koji će posjetiteljima omogućiti da dožive duh Križevaca. Trenutno najpopularnija manifestacija u Križevcima je „Veliko križevačko spravišće“ koje je važan dio identiteta grada i njegovih stanovnika. Veliko križevačko spravišće održava se prvi vikend u lipnju i traje nekoliko dana, privlačeći većinom posjetitelje iz unutarnjeg dijela Hrvatske. Glavni fokus manifestacije je očuvanje i promocija tradicije, običaja i kulturnog naslijeđa koja slavi pomirenje križevačkih purgera i kalničkih šljivara. Tijekom trajanja manifestacije, posjetitelji imaju priliku uživati u bogatom programu koji uključuje predstave, glazbu, pjesmu, obrtničke radionice, gastronomske specijalitete i mnoge druge aktivnosti. Manifestacija također nudi i različite druge sadržaje kao što su izložbe tradicionalnih obrta, umjetničke instalacije, sportska natjecanja, dječje radionice, koncerti suvremene glazbe i još mnogo toga. Veliko križevačko spravišće također pruža priliku lokalnim umjetnicima, obrtnicima i proizvođačima da predstave svoje proizvode i radove posjetiteljima te da promoviraju lokalnu ekonomiju i tradiciju. S druge strane, potrebno ga je svake godine mijenjati i biti inovativan te po uzoru na Renesansni festival, uprizoriti već spomenutu pomirbu križevačkih purgera i kalničkih šljivara na inovativniji način. Pozitivan primjer provedbe predstave o pomirbi križevačkih purgera i kalničkih šljivara osmislio je Kerekesh teatar³⁵. Svojim doprinosom, modernizirali su i povećali prepoznatljivost ove vrijedne križevačke nematerijalne kulturne baštine. Isto tako, potrebno je iskoristiti turistički potencijal Križevačkih statuta te za vrijeme manifestacije upoznati posjetitelje

³⁵ Križevci info: <https://www.krizevci.info/2023/02/22/jan-kerekes-novi-redatelj-predstave-o-pomirbi-krizevackih-purgera-i-kalnickih-sljivara/> pristupljeno 30.4.2024.

sa tim jedinstvenim kulturnim nasljeđem i kreirati svojevrsni brend. Način na koji se to može postići je da za vrijeme trajanja Velikog križevačkog spravišća, lokalni ugostitelji organiziraju konzumaciju jela i pića po križevačkim statutima. Prije svega, kako bi se taj turistički proizvod plasirao, potrebna je edukacija ugostitelja kako bi se osiguralo kvalitetno izvođenje statuta.

3. Stvaranje tematskih ruta: Razvoj tematskih ruta koje povezuju kulturne znamenitosti i lokalitete može olakšati posjetiteljima istraživanje grada i upoznavanje njegove povijesti i kulture. Tematske rute mogu obuhvatiti povijesne znamenitosti, umjetničke galerije, tradicionalne obrte, kao i gastronomske i enološke atrakcije. Na primjer, Križevci su rodno mjesto nekolicine poznatih osoba koji su ostavili svoj trag u umjetnosti, gospodarstvu, tehnici... Neki od najpoznatijih su Sveti Marko Križevčanin, glazbenik Albert Štriga, izumitelj Marcel Kiepac, književnici Antun Nemčić i Franjo Marković, hrvatski humanist Ivan Zakmardi Dijankovečki, glumica i spisateljica Nina Vavra, operna pjevačica Sidonija Erdődy Rubido, slikar i grafičar Marijan Detoni te prvi hrvatski pilot - Dragutin Novak. Iz tog razloga, moguće je stvaranje tematskih ruta povezanih sa poznatim križevačkim ličnostima iz povijesti. Primjerice, osmišljavanjem glazbene tematske rute povezale bi se poznate ličnosti Albert Štriga i Sidonija Erdődy Rubido sa Hrvatskim domom u Križevcima, gdje je smještena glazbena škola Alberta Štrige – nekadašnja Narodna čitaonica. Druga tematska ruta, koja bi obuhvaćala umjetnost kao cjelinu, to jest književnost, filozofiju, glumu i glazbu ima mogućnost uključiti već spomenute glazbenike, ali i književnike Antuna Nemčića, Franju Markovića, glumicu i spisateljicu Ninu Vavru, hrvatskog humanista Ivana Zakamrdija Dijankovečkog te slikara i grafičara Marijana Detonija. Uvrštavanje tematskih ruta u turističku ponudu posebno može privući organizirane grupe osnovnoškolskih i srednjoškolskih uzrasta kao oblik terenske nastave.

Slika 2. Prikaz murala sa poznatim ličnostima u gradu Križevcima



Izvor: fotografija autorice

4. Investiranje u obnovu i očuvanje kulturnih spomenika: Očuvanje i restauracija kulturnih spomenika i znamenitosti, poput Crkve sv. Križa i drugih povijesnih građevina, može poboljšati estetski dojam grada i povećati njegovu atraktivnost za posjetitelje. Dodatno, interpretativne table i audio-vizualne instalacije mogu pružiti posjetiteljima obogaćeno iskustvo posjeta kulturnim lokacijama. Financiranje obnove u svrhu očuvanja kulturnih spomenika moguće je financirati iz Europskih, državnih, županijskih i gradskih fondova. Jedan od prijedloga koji može valorizirati kulturne, to jest sakralne spomenike su dani otvorenih vrata crkava koje spadaju u koncept „Grad sa osam tornjeva.“ Općenito su crkve na križevačkom području loše pripremljene za prihvat turista. Neke od njih, poput Crkva Svetog Križa, su zaključane te se s njima ne koristi u vjerske, a uz prethodnu najavu moguće ju je posjetiti u turističke svrhe. Osmišljavanjem dana otvorenih vrata

crkava za vrijeme odvijanja manifestacije Dana Svetog Marka Križevčanina pripremi bi se crkve na gradskom području da ugoste turiste i vjernike.

5. Edukacija i angažman lokalnog stanovništva: Tradicija bavljenja kulturnim turizmom na ovom području veže se pretežno uz Križevačko veliko spravišće, Vincekovo, Martinje i blagdan Sv. Marka Križevčanina. No, primjetan je nedostatak educiranosti kadrova za ovu djelatnost. Iz tog razloga je važno da potporna infrastruktura u koju spadaju turističke zajednice, profesionalna udruženja, poduzetnici i jedinice lokalne samouprave, organizira i osposobljava kadrove za turizam, čime se stvaraju preduvjeti za turistički razvoj ovog kraja. Uključivanje lokalnog stanovništva u promociju kulturnog turizma kroz edukaciju o povijesti, tradiciji i običajima grada može doprinijeti stvaranju autentičnog i gostoljubivog iskustva za posjetitelje. Najlakši način edukacije lokalnog stanovništva može se ostvariti u vrijeme najpopularnije manifestacije među križevčanima – Križevačko veliko spravišće. Lokalni vodiči, interpretatori kulturne baštine i volonterski programi mogu pružiti dodatnu vrijednost posjetiteljima i potaknuti njihovu lojalnost prema destinaciji. Na dan turističkih vodiča 21. veljače grad Križevci organizira besplatno turističko vođenje svih zainteresiranih u kojem se isti imaju priliku upoznati sa turističkom ponudom Grada. Primjer dobre prakse je turistička vodičica koja je obučena u vješticu Magdu Lugomer – Herucinu koja vodi grupe u obilazak grada te je ujedno i jedini primjer storytellinga u Gradu i okolici.

6. Suradnja s lokalnim dionicima i turističkom industrijom: Razvijanje partnerstava s lokalnim poduzetnicima, ugostiteljima, obrtnicima i drugim dionicima može potaknuti razvoj kulturnih turističkih proizvoda i usluga, kao što su kulturne rute, prodaja suvenira i gastronomska ponuda. Ova suradnja može stvoriti održiv sustav turizma koji će koristiti i lokalnoj zajednici i posjetiteljima. Primjerice, ugostitelji mogu u svojim ugostiteljskim objektima nuditi konzumaciju pića po križevačkim statutima u vrijeme odvijanja Križevačkog velikog spravišća. Isto tako, značaj povijesne Legende o šljivarima je jako važan za turističko-gastronomsku ponudu Kalničko-križevačkog prigorja i važno je taj potencijal bolje iskoristiti. Vlasnici ugostiteljskih objekata koji su sudjelovali u

istraživanju koje je provela Jelen³⁶, u svojoj stalnoj ili sezonskoj ponudi imaju jela od šljiva, no rezultati su pokazali da ugostitelji svoju ponudu dosad nisu povezivali sa Legendom o šljivarima te je nisu koristili u promotivne svrhe. Istraživanje je pokazalo da ugostiteljski objekti na ovome području u svojem meniju imaju uvrštena jela i pića od šljiva, ali gastronomsko-turistički potencijal nije iskorišten u dovoljnoj mjeri. Implementacija Legende o šljivarima u postojeću svakodnevnu, odnosno sezonsku ili pak prigodnu ponudu jela i pića od šljiva kroz osmišljavanje menija povezanih s legendom (npr. „Šljivarski meni“) može pridonijeti promicanju gastronomskog turizma koji je na taj način povezan s kulturnim turizmom i zanimljiv je kulturnom turistu. Provedba ovog gastronomsko – turističkog potencijala dovela bi do etabliranja prepoznatljivosti turističke ponude, kao i brandiranja područja, proizvoda, te tradicijske gastronomske kulture. Šljiva i jela od šljive svakako mogu biti pokretači razvoja gastronomskog turizma i unapređenja uzgoja šljive na ovom području, pod pretpostavkom da bi lokalni ugostitelji mogli ostvariti suradnju s obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Uzgoj šljive i proizvoda od šljive utjecali bi na gastronomsku ponudu ukoliko bi lokalni ugostitelji koristili namirnice iz domaćeg lokalnog uzgoja, odnosno proizvodnje³⁷. Time bi se utjecalo na razvoj ove poljoprivredne proizvodnje koja trenutno stagnira, a povratno i na stalnost gastronomske ponude. Legenda o šljivarima ukoliko se iskoristi u marketinškom i proizvodnom smislu, imala bi multiplikativni učinak na povećanje životnog standarda svih lokalnih stanovnika. Gastronomska ponuda kalničko-križevačkog kraja treba se oplemeniti daškom tradicije, a Legenda o šljivarima može biti sredstvo za ostvarenje tog cilja. Također, još jedan oblik kulturne baštine je i čunčana čipka koja 2016. godine postaje novi suvenir križevačkog kraja.³⁸ Križevačka čunčana čipka promovira se na Međunarodnom festivalu čipke u Lepoglavi, a u gradu Križevcima moguće ju je vidjeti i kupiti u izlogu domaćeg trgovačkog centra. Potrebno je uložiti više napora kroz razna događanja u gradu, uključujući obrtničke sajmove, kako bi se najprije građani upoznali sa novim simbolom Grada, a kasnije i turisti kojima bi se čunčana čipka predstavila i

³⁶ Jelen, I. Zastupljenost zaštićenih poljoprivredno – prehrambenih proizvoda u ponudi ruralnog turizma središnje Hrvatske. VGUK, 2017.

³⁷ Pintarić, G.: Legenda o šljivarima kao potencijal razvoja gastronomskog turizma

³⁸ Glas Podravine: <https://glaspodravine.hr/emina-baricevic-da-bi-cipka-dobila-naziv-krizevacka-i-bila-priznata-treba-puno-godina-rada-i-truda/> pristupljeno 2.5.2024.

ponudila kao turistički proizvod, to jest suvenir kojeg bi proizvodile križevačke čipkarice.

Ukratko, unapređenje kulturnog turizma u Križevcima zahtijeva integriran pristup koji uključuje razvoj postojećih kulturnih događanja i razvijanje novih, očuvanje kulturne baštine, angažman lokalnog stanovništva i suradnju s turističkim dionicima, posebno Destinacijskom agencijom Križevci (DAK),³⁹ koji je trenutno najjači dionik u razvijanju kulturnog turizma te nadopunjuje rad Turističke zajednice Križevci. Kroz ove aktivnosti, Križevci mogu postati atraktivnija destinacija koja će privući veći broj posjetitelja.

ZAKLJUČAK

Kulturni turizam u Križevcima predstavlja resursnu osnovu za razvoj lokalne ekonomije, očuvanje kulturnog identiteta te promociju kulturne baštine grada Križevaca i okolice. Kroz bogatu povijest, tradiciju i arhitekturu, Križevci mogu ponuditi zanimljiva i autentična iskustva turistima. U ovom radu istaknuto je nekoliko ključnih elemenata koji čine kulturni turizam u ovom području izuzetno privlačnim. Prvo i najvažnije, Križevci su bogati kulturnim naslijeđem; sa svojom slikovitom starom jezgrom, sačuvanim arhitektonskim i sakralnim građevinama poput katedrale, crkvi, muzeja i rodnih kuća poznatih osoba, Križevci su destinacija koja može ponuditi razne sadržaje svojim posjetiteljima. Očuvanje i promocija ovih kulturnih spomenika ključni su za daljnji razvoj kulturnog turizma u regiji. Drugo, Križevci su poznati po svojim tradicionalnim manifestacijama i događajima koji privlače posjetitelje, ali u nedovoljnom broju. Primjerice, Križevačko veliko spravišće, poznato po uprizorenju pomirbe kalničkih šljivara i križevačkih purgera, predstavljanje tradicionalnih zanata i ostalog, predstavlja vrhunsko iskustvo kulturnog turizma koje povezuje tradiciju s modernim zabavnim sadržajima. Treće, gastronomska ponuda Križevaca predstavlja još jedan važan faktor u privlačenju turista. Bogata tradicija lokalne kuhinje temeljena na proizvodima od šljiva, koja obuhvaća specifične recepte i druge lokalne proizvode, pruža posjetiteljima priliku da uživaju u autentičnom okusu regije. Kako bi se navedeni potencijal iskoristio, potrebno je da objekti nude izvrsnu ponudu, uslugu i atmosferu koja upotpunjuje turističko iskustvo. Također, ako Križevci žele postati prepoznata destinacija kulturnog turizma, potrebno je pratiti trendove, pa tako storytelling kao inovativan oblik to i omogućuje. Razlog korištenja storytellinga je moguć u gradovima sa velikim brojem

³⁹Destinacijska agencija Križevci: <https://www.dak.hr/>

legendi i priča koje diferenciraju destinaciju od drugih, a taj resurs Grad posjeduje. Uz legende i priče – Legenda o kalničkim šljivarima ili Priča o posljednjoj hrvatskoj vještici , osmišljavanje tematskih ruta uz uključivanje poznatih osoba s ovoga područja poput križevačkih umjetnika, glazbenika i književnika, dodala bi novu vrijednost gradu i učinila svojevrsni brand. U SWOT analizi navedena je mala prepoznatljivost grada izvan regionalnog okvira te bi se prethodno spomenutim brendiranjem moglo pomoći u otklanjanju te prijetnje, ali i slabost u SWOT analizi koja ističe nerazvijenost proizvoda za tržište kulturnog turizma. Uz nabrojane snage i prilike, moguće je otkloniti slabosti i prijetnje u SWOT analizi na način da se razvoju kulturnog turizma pristupi sustavno i sa odgovarajućim planom i odlukama. U konačnici, kulturni turizam u Križevcima predstavlja dinamičan i perspektivan sektor koji ima potencijal za daljnji razvoj. ključni akter u razvoju kulturnog turizma je DAK (Destinacijska agencija Križevci), koji može uz kadrovsko pojačanje uspjeti većinu snaga pretvoriti u prilike. Najvažniji suradnici DAK-u su Grad, Turistička zajednica, Kulturno - umjetnička društva i organizatori postojećih kulturnih manifestacija. Kroz očuvanje kulturnog naslijeđa, organizaciju tradicionalnih manifestacija, promociju lokalne gastronomije te raznolike kulturne aktivnosti, Križevci mogu postati nezaobilazna destinacija za ljubitelje kulture i povijesti. Uz adekvatnu podršku lokalnih vlasti, suradnju sa relevantnim dionicima i kontinuirano ulaganje u turističku infrastrukturu, Križevci imaju priliku ostvariti svoj puni potencijal kao destinacija kulturnog turizma. Ovaj završni rad ponudio je konkretne akcije i ideje koje mogu poslužiti kao okosnica pri ostvarivanju zadanih ciljeva definiranih u strategiji grada Križevaca koji se vežu za turizam i razvoj turističkih programa.

POPIS ILUSTRACIJA

Tablice

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista za grad Križevce (u tisućama)	10
Tablica 2. Identifikacija i aspekti ključnih potencijala za vrednovanje atrakcijske osnove na području grada Križevaca i okolice sa naglaskom na kulturni turizam.	12
Tablica 3. SWOT analiza kulturnih potencijala grada Križevaca	20

Slike

Slika 1. Prikaz Križevačke sinagoge	15
Slika 2. Prikaz murala sa poznatim ličnostima u gradu Križevcima.....	26

BIBLIOGRAFIJA

Knjige:

1. Baran, T. Križevački statuti u kontekstu hrvatske usmene drame. Zagreb, 2010.
2. Čorak, D., Mikačić, V. Hrvatski turizam – plavo, bijelo zeleno, Kulturni turizam, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
3. Du Cross, H., Mckercher, B. Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, Binghamton 2002.
4. Du Cross, H. and Mckercher, B. Cultural Tourism – second edition. New York: Routledge, 2015.
5. Đurić, T. Legende puka hrvatskoga. Meridijani, 2007.
6. Floričić T., Floričić B.; Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment, Pula, 2019.
7. Fog, K., Budtz, C., Munch, P., Blanchette, S. Storytelling: Branding in Practice, 2. Izdanje. Springer, Berlin, 2010.
8. Hitrec, H. Hrvatske legende, Školska knjiga d.d., 2007.
9. Jelinčić, D. A. Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandar, 2009.
10. Kilday A. Culture and Economic Development in the Regions of Europe, Llangollen, 2000.
11. Kolar, B.: Podravina i Prigorje: kulturna i prirodna baština: The Regions of Podravina i Prigorje: Cultural and Natural Heritage. Zagreb, 2001.
12. Smith, L. Uses of heritage. Routledge, 2006.
13. Stipanović, C., Konceptija i strategija razvoja u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment: Opatija, 2006.
14. Svržnjak, K., S. Kantar, S. Jerčinović, D. Kamenjak. Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment. Križevci: VGUK, 2014.
15. Šestan, M. Upravljanje kulturnom baštinom turističke destinacije. Pula, 2019.

Stručni i znanstveni članci:

1. Balog, Z., Časopis Povijesnog društva Križevci, Vol. XVIII No. 1, 2016. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/broj/14158>
2. Golja, T., Destinacijski menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma kontinentalne Hrvatske – primjer destinacije Križevci, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula, 2016 dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/358379>

3. Izvješće o stanju u prostoru - Križevci, dostupno na:
https://krizevci.hr/wpcontent/uploads/2023/03/GRAD-KRIZEVCI_ISUP-2019-2022.pdf
4. Jelen, I. Zastupljenost zaštićenih poljoprivredno – prehrambenih proizvoda u ponudi ruralnog turizma središnje Hrvatske. VGUK, 2017. dostupno na:
<https://dabar.srce.hr/islandora/object/vguk:984>
5. Pintarić, G., Legenda o šljivarima kao potencijal razvoja gastronomskog turizma dostupno na:
<https://dabar.srce.hr/islandora/object/vguk%3A618>

Internetski izvori:

1. Blog Stari gradovi, utvrde, dvorci i srednjovjekovna kultura:
<https://darkoantolkovic.wordpress.com/2016/11/23/muzej-crne-kraljice-u-krapinskom-starom-gradu/>
2. Gradski muzej Križevci: <https://www.gradski-muzej-krizevci.hr/>
3. Hrvatski sabor: <https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/zanimljivosti/krvavi-krizevacki-sabor-1397-godine>
4. Katarstar – atrakcija info: <http://www.katarstar-atrakcija.info/pregled.aspx>
5. Križevačka eparhija: <https://www.krizevacka-eparhija.com/index.php/eparhija/katedrala-presvete-trojice-u-krizevcima>
6. Križevci info: <https://www.krizevci.info/2023/02/22/jan-kerekes-novi-redatelj-predstave-o-pomirbi-krizevackih-purgera-i-kalnickih-sljivara/>
7. Križevci.net: <http://www.krizevci.net/munjara/>
8. Križevci.hr: <https://krizevci.hr/adresar/crkva-sv-kriza/>
9. Općina Kalnik: <https://kalnik.hr/povijest/stari-grad-veliki-kalnik/>
10. Visit Križevci: <https://www.visitkrizevci.hr/djevojacka-straza/>
11. Vojna Krajina: <https://vojnakrajina.ffzg.unizg.hr/veliki-kalnik/>