

Uloga i značaj kulturnog turizma u međunarodnom turizmu

Luketić Trajkov, Petra

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:191:534462>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-06**



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

PETRA LUKETIĆ TRAJKOV

Uloga i značaj kulturnog turizma u međunarodnom turizmu

**The role and significance of cultural tourism in international
tourism**

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

Uloga i značaj kulturnog turizma u međunarodnom turizmu

**The role and significance of cultural tourism in international
tourism**

Završni rad

Kolegij: **Međunarodni turizam**

Student: **Petra Luketić Trajkov**

Mentor: **Prof. dr. sc. Romina Alkier**

Matični broj: **24860**

Opatija, 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Petra Luketić Trajkov

(Ime i prezime studenta)

Ps24860

(Matični broj studenta)

Uloga i značaj kulturnog turizma u međunarodnom turizmu

(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, rujan 2023.

L. Trajkov

(Potpis studenta)

SAŽETAK

Kulturni turizam predstavlja ključan element turističke industrije, kroz istraživanje različitih kulturnih znamenitosti, tradicija i običaja u različitim zemljama, turistički posjetitelji imaju mogućnost obogatiti svoje znanje i iskustva. Naglasak je stavljen na istraživanje kako kulturni turizam oblikuje destinacije i kako zapravo može pomoći u ekonomskom razvoju, očuvanju kulturno-povijesne baštine i promicanju međusobnog razumijevanja među različitim kulturama. Time se nadovezujemo na prikaz primjera međunarodnih turističkih destinacija koje sadrže sve moguće elemente kulturnog turizma.

Uzimajući u obzir pozitivne aspekte, prikazat ćemo kako kulturni turizam pozitivno utječe na lokalne zajednice kroz ekonomske i društvene utjecaje, edukaciju i obrazovanje o kulturnoj baštini. Objasnit ćemo kako kulturni turizam može potaknuti razvijanje gospodarstva kroz povećanje turističke potrošnje, otvaranje novih radnih mjesta, te otvaranje malih i srednjih poduzeća. S druge strane, prikazat ćemo i negativne strane kulturnog turizma, poput gubitka autentičnosti, pretjerane turističke posjećenosti i slično, stoga naglašavamo važnost odgovornog ponašanja i poticanja na očuvanje kulturnih elemenata.

Zaključno možemo reći kako je kulturni turizam neizostavan dio međunarodnog turizma i ima ključnu ulogu u promicanju obrazovanja, očuvanju kulturne baštine i međukulturnog poštivanja.

Ključne riječi: kulturni turizam; međunarodni turizam; kulturno-povijesna baština

SADRŽAJ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Definiranje pojmova teme istraživanja – kulturni turizam, međunarodni turizam, kulturno-povijesna baština | 2 |
| 1.1. KULTURNI TURIZAM | 2 |
| 1.1.1. Tipologija kulturnog turizma..... | 3 |
| 1.1.2. Obilježja i oblici kulturnog turizma..... | 5 |
| 1.2. MEĐUNARODNI TURIZAM..... | 6 |
| 1.2.1. Razvoj međunarodnog turizma..... | 6 |
| 1.2.2. Globalizacija i utjecaj na sudionike..... | 8 |
| 1.3. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA | 9 |
| 2. KULTURNA BAŠTINA KAO GLAVNA TURISTIČKA ATRAKCIJA | 10 |
| 2.1. POJAM I VAŽNOST KULTURNE BAŠTINE..... | 11 |
| 2.1.1. Analiza glavnih oblika kulturno-povijesne baštine | 12 |
| 2.1.2. Primjeri kulturne baštine u međunarodnom turizmu | 13 |
| 2.2. ULOGA I UTJECAJ KULTURE NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKE POSJETITELJE..... | 18 |
| 2.3. KREATIVNI KULTURNI TURIZAM..... | 19 |
| 2.4. HRVATSKI KULTURNI TURIZAM | 20 |
| 3. ANALIZA EKONOMSKIH I DRUŠTVENIH UTJECAJA KULTURNOG TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU | 21 |
| 3.1. RAZMATRANJE POZITIVNIH I NEGATIVNIH UTJECAJA..... | 22 |
| 3.2. KULTURNI TURIZAM KAO DIO CIJELINE ODRŽIVOG TURIZMA..... | 24 |
| 4. MEĐUNARODNI UTJECAJI NA KULTURNI TURIZAM..... | 25 |
| 4.1. PLANIRANJE POSJETA DESTINACIJI – EDUKACIJA, INFORMACIJE, KVALITETA PONUDE I USLUGE..... | 25 |
| 4.2. MEĐUNARODNE KULTURNE RAZLIČITOSTI | 26 |
| 4.3. SOCIOKULTURNI UTJECAJI..... | 27 |
| 4.4. EKONOMSKI UTJECAJI | 28 |
| 4.5. UTJECAJI GLOBALIZACIJE NA KULTURNI TURIZAM | 29 |
| 4.6. UNESCO i WTO..... | 30 |
| 5. OGRANIČENJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU | 31 |
| 6. ULOGA KULTURNOG TURIZMA U MEĐUNARODNOM TURIZMU | 32 |
| 6.1. PROMOCIJA OČUVANJA KULTURE I BAŠTINE | 32 |

| | | |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 6.2. | EDUKACIJA LOKALNE ZAJEDNICE I POSJETITELJA O KULTURNOJ BAŠTINI ... | 33 |
| 6.3. | BRANDIRANJE KULTURNE TURISTIČKE DESTINACIJE..... | 33 |
| 7. | ZNAČAJ KULTURNOG TURIZMA U MEĐUNARODNOM TURIZMU | 35 |
| 7.1. | RAZVOJ KULTURNIH DESTINACIJA..... | 36 |
| 7.2. | PRIMJERI DOBRE PRAKSE O KULTURNOM TURIZMU | 36 |
| 7.2.1. | Analiza primjera destinacija koje koriste kulturnu baštinu u turističkoj ponudi | 37 |
| 7.2.2. | Digitalizacija kulturnog turizma u međunarodnim destinacijama | 38 |
| 8. | ZAKLJUČAK | 39 |
| | Popis literature..... | 40 |
| | Popis slika | 41 |
| | Popis tablica | 41 |
| | Popis fusnota | 41 |

UVOD

Posljednih desetljeća, razvoj suvremenog turizma pokazao je vrlo širok spektar djelovanja kroz proširivanje turističke potražnje i ponude kako bi se zadovoljile potrebe turista, te ostvarili odgovarajući ekonomski rezultati. Porastom razine educiranosti, razvio se novi profil putnika kojima je na prvom mjestu turističkog motiva stavljena **edukacija i novost**, što se naravno aplicira na segment kulturnog turizma. Kulturni turizam jedan je od selektivnih oblika turizma koji predstavlja ključni segment međunarodnog turizma, a obuhvaća putovanja s ciljem upoznavanja, istraživanja i doživljavanja različitih aspekata kulture, povijesti, umjetnosti, tradicije i mnogobrojnih običaja, te načina života različitih naroda i zajednica.

Uvodni dio ovog rada ima za cilj predstaviti osnovne koncepte kulturnog i međunarodnog turizma, definicije pojmova i značaj kulturno-povijesne baštine. Ovaj rad će analizirati kako zapravo kulturni turizam može doprinijeti ekonomskom razvoju, očuvanju kulturne baštine, promicanju međukulturnog razumijevanja, jačanju identiteta destinacija, a samim time i koja je uloga i značaj kulturnog turizma u međunarodnom turizmu.

Kultura i kulturno-povijesna baština od izuzetne su važnosti svakoj turističkoj destinaciji zbog pridonosa atraktivnosti, što je ključni preduvjet prilikom odabira posjeta nekom mjestu, također se mogu spomenuti i kulturno-povijesni događaji koji pozitivno utječu na razvitak destinacije.

S obzirom na to da su ljudi voljeli putovati zbog motivacije dobivene od kulturnog turističkog doživljaja, ovaj tip turizma prepoznat je tek krajem 1970-ih godina kao turistički i tržišni fenomen. Eksperti marketinga, tijekom istraživanja tržišnih segmenata na turističkom tržištu, shvatili da postoji velika zainteresiranost turista kojima je glavni razlog putovanja bio steći detaljniju spoznaju o kulturnim atrakcijama. Takvi posjetitelji prozvani su „kulturnim turistima“, a sam fenomen prozvan je „kulturni turizam“.

1. Definiranje pojmova teme istraživanja – kulturni turizam, međunarodni turizam, kulturno-povijesna baština

1.1. KULTURNI TURIZAM

Poznato je kako su danas aktualne različite definicije kulturnog turizma, među kojima se nalazi i jedna od strane Svjetske turističke organizacije (UNWTO), koja definira kulturni turizam kao putovanja motivirana kulturom što uključuje festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i kulturnim spomenicima, kako bi se proučavala priroda, folklor i umjetnost. Prema ovoj definiciji, može se reći da je ključan element koji razlikuje *kulturne* od *ostalih* turista *motivacija*, u kojoj prevladava zainteresiranost za kulturnim sadržajima.

Druga definicija objašnjava kako je to oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera.¹

Danas kulturni turizam uključuje mnogo popularnih kulturnih atrakcija, sport, povijesnu baštinu i svakodnevni život „lokalnih“ zajednica.² Richards također objašnjava da je glavni cilj putovanja, dakle, sakupljanje novih informacija i iskustava zbog ispunjenja kulturnih potreba.

Organizacija ATLAS (European Association for Tourism and Leisure education) prema motivacijskim i doživljajnim elementima, kulturni turizam definira kao sva putovanja koja uključuje posjet kulturnim atrakcijama izvan mjesta boravka s ciljem stjecanja novog znanja i turističkog doživljaja koja zadovoljava kulturne potrebe posjetitelja.

Dakle, pojam kulturnog turizma uglavnom se povezuje s putovanjima koja uključuju posjete kulturnim resursima izvan mjesta stanovanja, neovisno o početnim motivima čovjeka. Glavni razlog putovanja bazira se na čovjekovim specifičnim interesima, dakle ono što ga zanima i što zapravo želi novo naučiti, to može biti razgledavanje kulturnih spomenika ili upoznavanje kulture drugih naroda pomoću priča, legendi, plesova, gastronomije i slično, time možemo povezati da je kulturni turizam i dio zabavnog turizma, pod time spadaju različite kulturno-povijesne manifestacije različitih gradova koji uz zabavu educiraju posjetitelje i lokalne stanovnike o toj destinaciji.

¹ Riječnik turizma, Vukonić, B., 2001., str., 150

² Cultural tourism: Global and local perspectives, Richards, G., 2006., str., 2

1.1.1. Tipologija kulturnog turizma

Prema menadžmentu selektivnih oblika turizma i motiviranošću turista na kulturno putovanje, razlikujemo primarnu, usputnu i slučajnu motivaciju.

Primarna motivacija odnosi se na situaciju kada turisti svjesno odlučuju posjetiti određenu destinaciju zbog sudjelovanja u njezinom kulturnom životu. Takvi slučajevi uključuju namjerno planirane posjete izložbama, glazbenim i scenskim događanjima, festivalima, koncertima, kazališnim predstavama i sličnim kulturnim sadržajima.

S druge strane, **usputna motivacija** javlja se kada turisti putuju u određenu destinaciju iz nekog drugog primarnog motiva, primjerice zbog sunca i mora. Iako turist možda ima namjeru posjetiti muzej, izložbu ili uživati u kulturnim priredbama, to nije glavni motiv putovanja, već ima sekundarno značenje u odnosu na primarni motiv. U takvim slučajevima, turist se može **slučajno** upoznati s kulturnim aspektima destinacije, nesvjesno sudjelujući u lokalnom načinu života, posjećujući nacionalne spomenike ili uživajući u specijalitetima kulturne baštine.

U skladu s time, postoje **turisti specifičnog interesa** koji svjesno biraju sudjelovati u određenom kulturnom događaju ili obliku kulture, ali postoje i **turisti nespecifičnog (općeg)** kulturnog interesa koji su zainteresirani za šire kulturno područje i atmosferu destinacije.

Opći kulturni turist posjećuje različite zemlje, regije i gradove, sudjelujući u raznim kulturnim oblicima. Njegovo kulturno iskustvo raste kroz povećanje edukacije i praktičnih spoznaja, uključujući upoznavanje novih stranih jezika i kroz interakciju s lokalnim stanovništvom.

Kontinuirano posjećivanje jednom lokalitetu za proširivanjem kulturnog znanja ili posjet različitim gradovima, zemljama ili regijama u nadi da će pronaći usporedbu u primjerima neke određene vrste umjetnosti, manifestacija ili povijesti, **primjer je specijaliziranog kulturnog turista.**

Proučavanjem turista, njihove zainteresiranosti za posjećivanjem kulturnih destinacija, te njihova načina razmišljanja, zaista je potrebno obratiti pažnju na marketinški korak koji će potaknuti destinacije na zajedničku suradnju prilikom pružanja turističkih proizvoda i usluga. Time će posjetitelji dobiti bogatu turističku ponudu, primjerice „Putovima Frankopana“, to obilježava kulturno-turističku rutu koja obuhvaća sedamnaest kaštela, utvrđenih gradova i dvoraca (kašteli Gradec, Grobnik, Krk, Drivenik, Trsat, Grižane i Bakar, kula u Bribiru, kaštel s kulom Kvadrac Novi Vinodolski, kaštel Zrinskih u Brodu na Kupi, Stari grad Zrinskih u Kraljevici, Stari grad Ledenice, Stari grad Hreljin, dvorci Nova Kraljevica, Severin i Stara

Sušica te dvorac Zrinskih u Čabru), uključuje i tri sakralna kompleksa (Franjevački samostan s crkvom Navještenja Marijina na Košljunu, Pavlinski samostan u Crikvenici i manastir Gomirje). Također se mogu spomenuti i tzv. putevi romanike u području Italije i Francuske, te renesansa na obali Jadrana (Italija i Hrvatska). Ovo su samo jedni od brojnih primjera turističke suradnje koji nude raznolik izbor kulturno-povijesnih znamenitosti i obrazovanja tijekom posjeta.

Na samom početku spomenuta je cjelokupna kompleksnost definiranja pojma kulturnog turizma, time se to odražava i na kompleksnost prilikom objašnjavanja poimanja kulturnog turista. Kulturni turist uglavnom se definira kao pojedinac koji ima visoki socioekonomski status, visoku naobrazbu, odgovarajuće slobodno vrijeme te razvijenu kulturnu potrebu.³

Takvi turisti razlikuju se i prema ulozi koju igra kultura u njihovoj odluci da putuju i posjećuju određene destinacije, stoga se može reći da postoje tri različite grupe turista koji su motivirani kulturom, oni koji su inspirirani kulturom, te oni koji su privučeni kulturom, također je slično prethodno navedenoj tipologiji turista prema motivaciji (primarna, usputna, slučajna).

Prema istraživanjima, poznato je da oko 30% turista, ujedno i najveća skupina, pripadaju onima koji su inspirirani kulturom, odnosno da ih privlače dobro poznati lokaliteti i atrakcije, te dobro reklamirane manifestacije i tradicije. Što se tiče turista koji su motivirani kulturom, pripadaju skupini od 15% turista na tržištu, koji su dakle motivirani atrakcijama, događajima i turističkim aranžmanima.

³ Menadžment selektivnih oblika turizma, Geić, S., 2011., Split, str., 313

1.1.2. Obilježja i oblici kulturnog turizma

Kulturni turizam je oblik turizma koji se temelji na interesu turista za upoznavanjem novih zemalja, krajeva i njihovih kulturnih atrakcija, običaja i ljudi. Osnovni motiv turista obično je presudan za njihov turistički odabir, ali uvijek postoji i želja za otkrivanjem i upoznavanjem kulturnih vrijednosti destinacije.

U kulturnom turizmu, turisti posebno traže objekte i sadržaje kulturnog karaktera, koji uključuju opipljive - *materijalne aspekte* poput kulturno-povijesnih spomenika, muzeja i galerija, te neopipljive - *nematerijalne aspekte* poput kulturnih priredbi i manifestacija. Ovaj oblik turizma privlači sve obrazovne i radoznale turiste koji cijene kulturno-povijesnu baštinu.

Prema G. Richardsu (1996.), valorizacija kulturne baštine postaje važan element očuvanja autohtone kulture i prepoznatljivosti određenih gradova, regija i država. Postoji mnogo područja i atrakcija koja mogu postati turistički motivi u kulturnom turizmu, uključujući arheološka područja, arhitekturu, muzeje, umjetnost, ples i glazbu, kazalište, jezične i književne studije, vjerska slavlja, hodočašća, te cjelokupna (narodna i primitivna) kultura i subkultura.

Kulturni turizam obuhvaća posjete turista izvan njihovog boravišnog mjesta, a koji su motivirani dobivanjem znanja o povijesti, umjetnosti, ili stila života određenog mjesta. Da bi potpuno doživjeli sociokulturno obilježje destinacije, turisti su potaknuti željom da sudjeluju u kulturnim aktivnostima.

U teoriji se obično razlikuju tri tipa kulturnog turizma: *turizam naslijeđa, povijesni turizam i turizam umjetnosti*.

Turizam naslijeđa temelji se na želji za iskustvom kulturnih predjela i oblika naslijeđenih iz prošlosti, uključujući povijesne ostatke, građevine, arheološke nalaze i slično. Pored toga, turizam naslijeđa uključuje i vjerske običaje i tradicije koji predstavljaju naslijeđe neke destinacije, dakle to mogu biti folklor, način života, sakralne svečanosti, umjetnost i slično.

Kada je riječ o povijesnom turizmu, može se reći da je to jedan od ključnih oblika kulturnog turizma koji obuhvaća putovanja u područja starih kultura poput rimske ili pak egipatske kulture. Naglasak je najviše stavljen na edukaciju turista, stoga su destinacije često vođene uz vodiče koji će stručno dati informacije o znamenitostima.

Turizam umjetnosti usmjeren je na privlačenje turista koji su zainteresirani za različite umjetničke izraze, uključujući slikarstvo, skulpturu, kazalište i druge kreativne oblike ljudskog izražavanja. Ovdje, osnovne aktivnosti turista uključuju posjet gradovima umjetnosti

i povijesnim područjima, obilazak muzeja i galerija, te prisustvovanje umjetničkim izvedbama, predstavama i manifestacijama.

Ova dva oblika kulturnog turizma doprinose obogaćivanju putničkog iskustva kroz upoznavanje bogate povijesti i umjetničke baštine različitih kultura. Edukacija, estetsko zadovoljstvo i razumijevanje raznolikosti ljudskog stvaralaštva čine osnovu za dublje uranjanje u svijet kulturnog turizma.

1.2. MEĐUNARODNI TURIZAM

Međunarodni turizam je oblik turizma koji podrazumijeva prelazak nacionalnih granica (kopno, more, zrak) i boravak od barem jedne noći u inozemstvu, ali ne duže od godinu dana. Predstavlja se i kao ulazni (inbound) i izlazni (outbound) turizam koji uključuje nerezidente koji putuju unutar određene destinacije, te rezidente koji putuju u zemlje izvan svoje matične.

1.2.1. Razvoj međunarodnog turizma

Razvoj međunarodnog turizma prepoznatljiv je po dinamičnom i fascinantnom procesu koji obuhvaća širenje putovanja preko granica država i predstavljanja novih kulturnih običaja. Čovječanstvo je oduvijek kroz povijest težilo proučavanju novih mjesta i upoznavanju različitih kultura svijeta, stoga se može reći da je međunarodni turizam postao važan pokretač gospodarskog rasta, društvenih interakcija i kulturnih razmjena.

U današnje vrijeme, putovanja između zemalja postala su izuzetno pristupačna i jednostavna zbog napretka u infrastrukturi i tehnologiji, olakšao je turistima da prelaze velike udaljenosti i da bez ikakvih problema istražuju različite dijelove svijeta. Pomoću međunarodnog turizma, ljudi imaju priliku doživjeti raznolikost kultura, jezika, običaja i bogatstvo kulturno-povijesnih znamenitosti. Osim što nudi dodatno znanje, potaknuto je razumijevanje i poštivanje kulture drugih nacionalnosti.

UNWTO predstavio je nekoliko faza razvoja turizma od kojih su najbitnije: rano doba (prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija), zatim srednje doba (V.-XIV. st., hodočašća i istraživačka putovanja), doba renesanse (XIV.-XVII. st., Grand Tour i edukativna putovanja), industrijska revolucija (od 1750.-1850., razvijanje gradova, parni stroj), te moderni turizam (razvoj prometa, masovni turizam)⁴

Povijesno gledano, međunarodni turizam je bio ograničen na manje grupe avanturista i istraživača koji su se upućivali na duga putovanja izvan granica svojih zemalja. Prvi putnici su obično bili poneki trgovci, diplomati ili učenici koji su bili prisiljeni putovali u druge zemlje kako bi istraživali nove teritorije, razvijali obrte i stjecali novo znanje. Može se napomenuti kako je međunarodni turizam najveći rast obilježio tijekom 60-tih i 80-tih godina zbog razvoja turističke ponude i izgradnje hotelskih turističkih objekata.

Diljem svijeta, turističke destinacije prepoznale su važnost međunarodnog turizma, pa su samim time počele razvijati svoj turistički proizvod ulaganjem u infrastrukturu, ugostiteljstvo i očuvanje atrakcija, što je rezultiralo stvaranjem novih radnih mjesta i razvoju lokalne zajednice.

⁴ Međunarodni turizam, Gržinić, J., 2014., Pula, str., 29

1.2.2. Globalizacija i utjecaj na sudionike

Globalizacija se može definirati na različite načine, ovisno o tome koji je zapravo fokus ekonomskog promatranja, stoga globalizacija predstavlja proces povijesno nastalih granica, ekonomije, porasta međusobne ovisnosti, te naravno i predstavljanje konkurentnosti na tržištu. Isto tako vrijedi i da je to na neki način povezivanje i integracija svjetskog društva na ekonomskoj, političkoj, društvenoj, kulturnoj i tehnološkoj razini, što je ujedno i rezultat napretka u transportnoj i komunikacijskoj tehnologiji, liberalizacije trgovine, financija i slobodnog kretanja ljudi.

Globalizacija kao internacionalizacija obuhvaća proces razvijanja prekograničnih odnosa između zemalja, međuovisnost ljudi i međunarodnu razmjenu, to također opisuje rast trgovine i robe izvan granica nacionalnog gospodarstva prema jačoj globaliziranoj ekonomiji. Globalizacija se također predstavlja i kao liberalizacija, dakle omogućen je slobodan protok robe između različitih zemalja u cilju stvaranja otvorenog bezgraničnog gospodarstva, odnosno slobodnog trgovinskog gospodarstva.

Jedna od *pozitivnih činjenica* što se tiče nastanka globalizacije jest povećana dostupnost informacija. Ljudima je omogućen pristup mnoštvu informacija i dodatnog znanja iz cijelog svijeta putem Internet mreže i drugih medija, zbog čega pojedinci mogu doživjeti i upoznati različite kulture, običaje i vrijednosti kroz tu globalnu interakciju i putovanja. što može rezultirati međusobnom poštivanju. Također ono što bi pripadalo pod pozitivne strane jest veća mobilnost ljudi, odnosno migracija radne snage (raznolik odabir poslova s ciljem stvaranja novih iskustva), studiranje u inozemstvu (učenje stranih jezika, stjecanje samostalnosti, novo životno iskustvo) i povećan turizam.

Pored spomenutih pozitivnih aspekata, postoji i nekoliko *negativnih strana* globalizacije od kojih je najčešće zagađivanje okoliša Zemlje. Zbog povećane mobilnosti i putovanja ljudi, dolazi do stvaranja gužvi, prekomjerne potrošnje i zagađivanja okoline. Veća industrijska proizvodnja i transport također uzrokuju veće količine industrijskih otpada, ispušnih plinova i otpadnih voda, što dovodi do zagađenja okoliša i negativnog utjecaja na zrak, vodu i tlo. Jedna od najlošijih strana globalizacije jest iskorištavanje radne snage u zemljama s manje strogim zakonima o radu i nižim standardima zaštite radnika, dakle bogato poslovanje, ali manje plaće za radnike na određenim područjima. Prema primjeru pandemije Covid 19, može doći i do prevelike krize u zdravstvu i sigurnosti, zbog globalne mobilnosti ljudi i robe, moguće je doprinijeti brzom širenju zaraznih bolesti i prijetnji sigurnosti.

1.3. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA

Baština je korijen čovječanstva, ona koja nam nudi konkretnu vezu s našom prošlošću i koja oblikuje ljudsko društvo. Može biti opipljiva i materijalna, kao što su piramide i povijesni spomenici ili mogu biti u obliku prirodnih fenomena, poput koraljnih grebena, različitih vrsta životinja i bogatih prirodnih ljepota.⁵

Kulturna baština, materijalna i nematerijalna, njezina raznolikost i osebnost zajedničko je bogatstvo cijelog čovječanstva. Uključuje sva kulturna dobra od umjetničkog, povijesnog, paleontološkog, arheološkog, antropološkog i znanstvenog značaja. Arheološki lokaliteti i zone, krajolici i njihovi dijelovi svjedoče o povijesnim događajima koji su sada dio obrazovnog sustava.

Primjeri kulturno-povijesne baštine uključuju stare gradove i utvrde, crkve i džamije, muzeje i galerije, umjetnička djela i rukotvorine, običaje, priče i legende te jezike i dijalekte koji su dio kulturne tradicije i nasljeđa. Očuvanje kulturno-povijesne baštine ima važnu ulogu u očuvanju identiteta, povijesti i kulture različitih zajednica i društava. To pomaže u razumijevanju prošlih vremena, doprinosi kulturnoj raznolikosti, te naravno potiče turizam i putovanje ljudi.

Međutim, kulturno-povijesna baština često se suočava s izazovima kao što su prirodne katastrofe, ljudska aktivnost, urbanizacija ili industrijalizacija, koja može dovesti do njezinog oštećenja ili gubitka. Stoga je važno poduzeti mjere za očuvanje i zaštitu ove vrijedne baštine kako bi se osiguralo da se prenosi i čuva za buduće generacije. Najpoznatija organizacija za čuvanje kulturnih dobara jest *UNESCO*, imaju ključnu ulogu u zaštiti svjetske kulturne baštine putem proglašenja određenih mjesta ili spomenika kao svjetske kulturne baštine.

⁵ Open Journal of Social Sciences, Zhang, L., 2022, 10, str., 43

2. KULTURNA BAŠTINA KAO GLAVNA TURISTIČKA ATRAKCIJA

Kulturno-povijesna baština predstavlja izuzetno vrijedno naslijeđe prošlosti koje obuhvaća materijalne i nematerijalne aspekte, kao što su drevna arheološka nalazišta, monumentalni dvorci, sakralne građevine, te tradicije i običaje koje su naslijedili različiti narodi i civilizacije kroz stoljeća. Ova dragocjena baština postala je jedna od glavnih atrakcija u međunarodnom turizmu koja godinama privlači milijune znatiželjnih turista iz cijelog svijeta.

Pomoću tzv. putovanja u prošlost kroz kulturno-povijesnu baštinu, omogućeno nam je da puno bolje razumijemo povijest i identitet različitih kultura. S obzirom na to da kulturni turizam nudi pregršt znamenitosti i manifestacija, posjetitelji imaju izuzetno širok raspon odabira destinacija te vrsta atrakcija i događaja koje žele posjetiti

Iznimnost atraktivnog činitelja turističke ponude u tom trokutu čini njegova nenadomjestivost jer turisti u turističku destinaciju uglavnom dolaze zbog turističkih atrakcija, a ne zbog smještajnih jedinica ili dobre prometne povezanosti turističke destinacije s emitivnim područjima. To je razlog da se turizam može razviti samo u područjima koja posjeduju potencijalne ili realne turističke atrakcije, iz čega slijedi zaključak da turističke atrakcije u turističkom gospodarstvu imaju funkciju njegove „sirovine”, tj. da su njegov temeljni resurs.⁶

U ovom završnom radu istaknut ćemo važnost kulturno-povijesne baštine kao ključne komponente međunarodnog turizma te razmotriti njezin utjecaj lokalnu zajednicu i turističke posjetitelje. Kroz povezivanje s prošlošću, turistička putovanja postale su idealne prilike za dobivanje dodatnog znanja i međusobno poštovanje između različitih kultura.

⁶ Turizam i prostor – Klasifikacija turističkih atrakcija, Kušen, E., 2002., str., 6

2.1. POJAM I VAŽNOST KULTURNE BAŠTINE

Kulturno-povijesna baština dakle obuhvaća sve opipljive/materijalne i neopipljive/nematerijalne elemente koje je čovječanstvo ostavilo u svojem nasljeđu. Ukratko, to uključuje umjetnička djela, arhitekturu, tradicije, jezik, glazbu i ples, mitologiju, religiju te druge vrijednosti koje su oblikovale naše identitete i raznovrsnost kultura širom svijeta.

Jedna od ključnih važnosti koju donosi kulturno-povijesna baština jest učenje o povijesti, korijenima i evoluciji društva kroz stoljeća. Pomoću očuvanih znamenitosti, arheoloških nalazišta, mnogobrojnih muzeja i galerija, pružena nam je prilika za istraživanjem i učenjem o našim precima, starom načinu života i nastanku umjetnosti i tradicije.

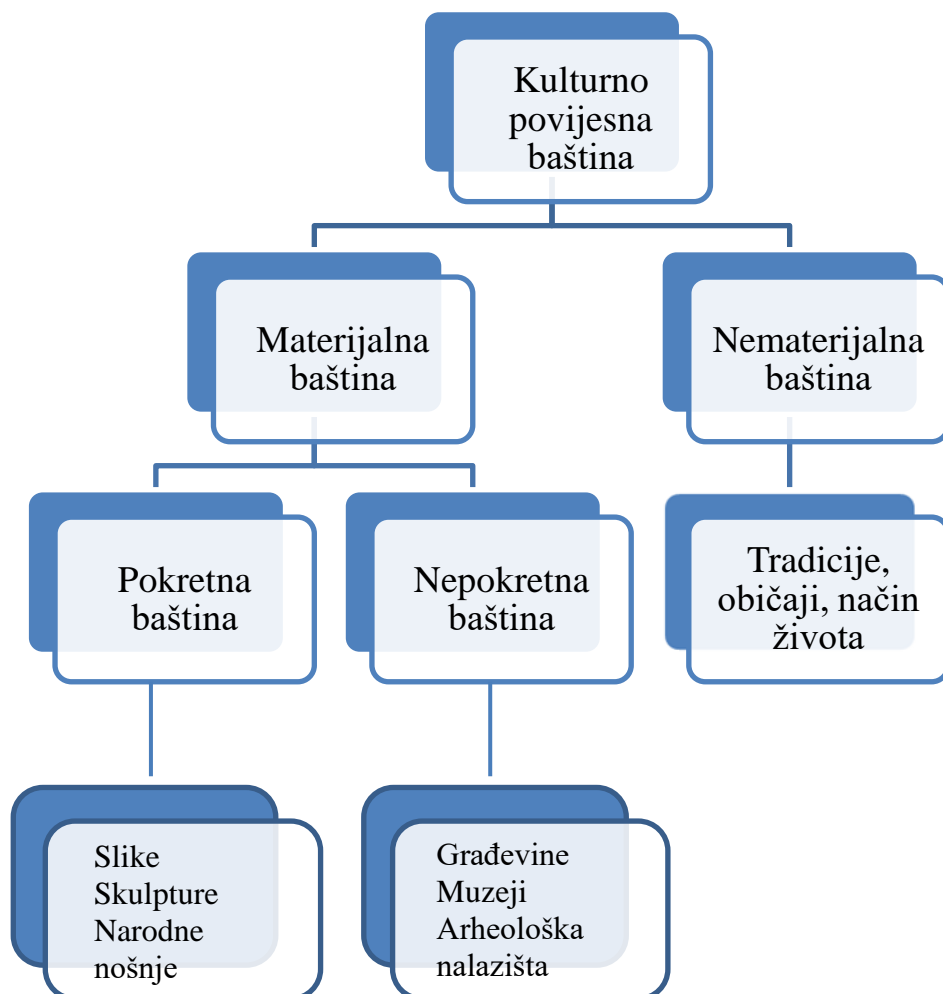
Pored svega toga, kulturna baština također ima ključnu ulogu u turizmu. Turisti iz raznih dijelova svijeta putuje i dolaze u zanimljiva mjesta kako bi doživjeli jedinstvene kulture i različite spomenike. Time se razvija gospodarski razvoj lokalnih zajednica, otvaraju nova radna mjesta, te se potiče na očuvanje okoline i nasljeđa.

Važnost kulturno-povijesne baštine također se može vidjeti u njezinom utjecaju na identitet zajednice. Kroz promociju i zaštitu, stvara se ljubav i poštivanje prema vlastitoj, pa i tuđoj kulturi.

Kulturno-povijesna baština također čovjeku može pružiti mnoštvo inspiracije za stvaranje umjetnosti i proučavanje književnosti, pa samim time imamo prilike svakog dana gledati kako nova djela obogaćuju našu kulturu.

Zaključno, kulturno-povijesna baština zaista je jedinstven i vrijedan resurs u turizmu koji putovanja čine zanimljivima, a ujedno i pomaže u očuvanju i promociji bogate kulturne raznolikosti širom svijeta. Stoga je vrlo važno nastaviti brinuti i čuvati svjetsku baštinu kako bi svi mogli uživati u blagodatima koje pružaju.

2.1.1. Analiza glavnih oblika kulturno-povijesne baštine



Slika 1. Prikaz hijerarhije glavnih oblika kulturno-povijesne baštine

Izvor: Izrada od strane autora

Prema gore navedenoj hijerarhijskoj tablici, prikazani su osnovni oblici kulturno-povijesne baštine, prema UNESCO-voj podijeli.

Dakle, zaključujemo da se povijesno-kulturna baština dijeli na dva osnovna djela, na *materijalnu i nematerijalnu stranu*, od kojih se materijalna strana sastoji od *pokretne i nepokretne baštine*. Analizirajući glavne oblike kulturne baštine, možemo reći da se pokretna baština sastoji od onih stvari koje se mogu premještati iz prostora u prostor, npr. stare slike, namještaj, tradicionalne narodne nošnje ili nešto slično tome, predmeti su obično manjih dimenzija, laki su za transport te se često čuvaju u muzejima, galerijama, knjižnicama i sličnim ustanovama. Što se tiče nepokretne baštine, svi objekti i spomenici često su velikih dimenzija, pa ih stoga nije moguće izlagati u muzejima ili galerijama.

Umjesto toga, oni se čuvaju na svojim izvornim lokacijama te su zaštićeni kao dio kulturne baštine. Primjeri nepokretne baštine uključuju dvorce, drevne ruševine, arheološka nalazišta, crkve, tvrđave itd.

Na kraju, dolazimo i do *nematerijalne baštine* koja obuhvaća raznolike tradicije, običaje, znanja i vještine koje se prenose s generacije na generaciju unutar zajednica. Ova „usađena“ u živote ljudi, a koje na neki način predstavlja cijelo bogatstvo koje oblikuje njihov identitet, kreativnost i način života. Najčešći primjeri su: pjesme, himne, plesovi, obredi, gastronomija, igre, vještine i znanje. Također ovaj oblik baštine ima izrazito velik utjecaj na turizam i putovanja. Svaka turistička destinacija koja prezentira svoju nematerijalnu baštinu, privlači posjetitelje koji su željni novog iskustva i autentičnosti, time se omogućava turistima da se povežu s lokalnom zajednicom i da upoznaju njihove običaje, što doprinosi međukulturalnoj razmjeni i međusobnom razumijevanju.

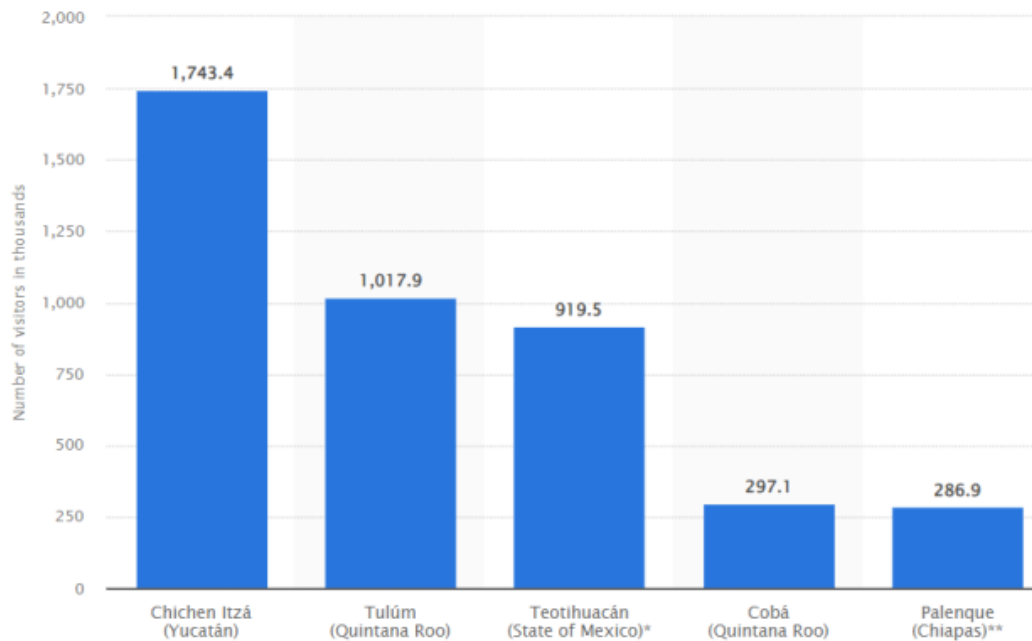
2.1.2. Primjeri kulturne baštine u međunarodnom turizmu

U nastavku ovog poglavlja, prikazat ćemo neke od najpoznatijih i najposjećenijih turističkih destinacija koje nude brojne zanimljive primjere kulturno-povijesne baštine koje iz dana u dan privlače sve veći broj turista diljem svijeta.

1. **Arheološka nalazišta:** S ciljem istraživanja drevnih civilizacija, posjetitelji najčešće putuju u sljedeća mjesta:

- Egipat - Egipatske piramide predstavljaju građevine u obliku piramida, te se ujedno i smatraju najvećim spomenikom i najspektakularnijim dostignućem tih civilizacija koje su se također u Starom vijeku smatrale jednim od sedam svjetskih čuda. Najpoznatije su piramide u Gizi, koje su služile kao grobnice egipatskim faraonima. Također možemo spomenuti i lokalitet Abu Simbel, Dolinu kraljeva i Hram Karnak
- Italija, Rim - Kolosej, eliptični amfiteatar u središtu grada Rima, jedan je od simbola Rima, Rimskoga Carstva i općenito antičke arhitekture, pored toga vrijedno je za spomenuti i Panteon ili tzv. Hram svih bogova.

- Grčka, Atena - Akropola je utvrda smještena na najvišem dijelu grčkoga grada. Najčešće se tijekom vremena, ovaj prvobitno obrambeni objekt, razvio u mjesto s velikim kulturnim značenjem, zatim hram Partenon koji je posvećen božici Ateni. Možemo spomenuti i Mikenu na sjeveroistoku Peloponeza koja je postala jedna od glavnih središta Egejske kulture.
- Meksiko - Chichén Itzá, bila je veliki pretkolumbovski grad Maya, koji je od 10. do 15. stoljeća bio glavni grad plemena Itzá na Yucatanu, te je upisan na UNESCO-ov popis mjesta svjetske baštine u Sjevernoj Americi 1988. godine. Također je tu i poznati Teotihuacán, najveće gradsko središte Srednje Amerike u kojem se nalaze neke od najvećih piramida i stambenih kompleksa



Slika 2. Prikaz grafikona: Najpopularnija arheološka nalazišta u Meksiku u 2021. prema broju posjetitelja

Izvor: <https://www.statista.com/statistics/1126182/archeological-sites-attendance-visitors-mexico/>

- Peru - Machu Picchu, sveti grad Inka ("Izgubljeni grad Inka") koji je smješten na najvišem dijelu istočnih Andi u Peruu, a svjedoči o nekadašnjem veličanstvenom carstvu Inka.

2. Muzeji: Mnoge destinacije imaju neprocjenjive muzeje i galerije koje čuvaju sva izvanredna umjetnička djela i kulturno-povijesne artefakte, od kojih su najpoznatiji:

- Francuska, Pariz, Muzej Louvre - jedan je od najvećih svjetskih muzeja koji se nalazi u središtu Pariza. Sadrži jednu od najbogatijih umjetničkih zbirki na svijetu, posjeduje više od 38.000 umjetničkih djela izloženih na 72.735 m², također je i najposjećeniji muzej u svijetu, a najpoznatije umjetničko djelo koje je izloženo u muzeju jest Da Vincijeva slika Mona Lisa.



Slika 3. Prikaz grafikona: Najposjećeniji muzeji svijeta u 2021., u milijunima

Izvor: 2021. Theme Index and Museum Index, TEA/AECOM

<https://www.statista.com/chart/18141/museums-with-the-highest-attendance-figures/>

- SAD, New York, Muzej umjetnosti Metropolitan (engl. Metropolitan Museum of Art) - utemeljen 1870. godine, sadrži jednu od najznačajnijih zbirka europskog i američkog slikarstva, također uključuje djela od: Picasso, Matisse i Van Gogh
- Kina, Peking, Kineski nacionalni muzej - osnovan 2003. godine, posjeduje cijelu kinesku povijest od Juangovskog čovjeka (koji je star 1,7 milijuna godina) do konca posljednje kineske dinastije Qing i Kineske revolucije.

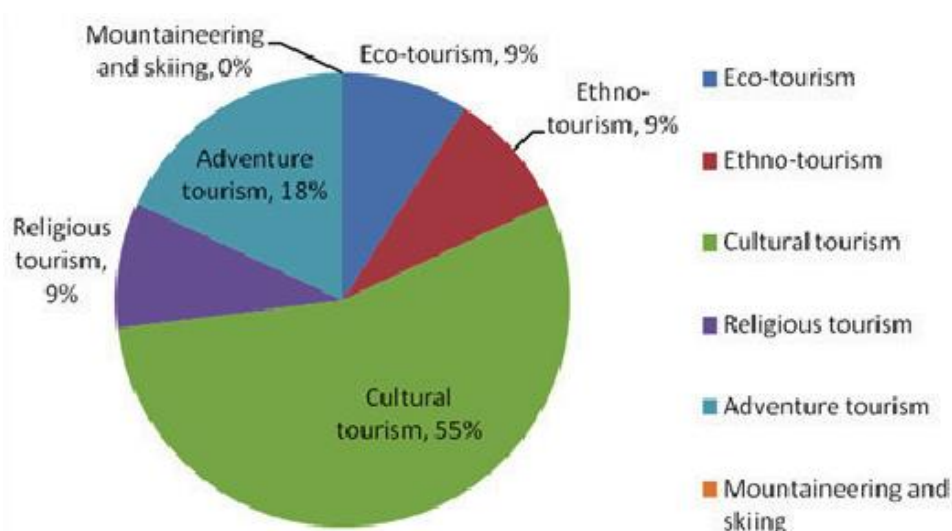
- UK, London, British Museum - osnovan 1753. godine, sadrži predmete iz različitih povijesnih razdoblja: od prapovijesti do modernih kolekcija koje su vezane za razdoblje industrijske revolucije. Muzej ima ukupno 94 galerije, a protežu se preko 4 km.
- Vatikan, Vatikanski muzeji (tal., Musei Vaticani) – jedan od najstarijih muzeja na svijetu, nalaze se u Vatikanskoj palači, a s 1400 soba tvore izvanredno važan muzejski sklop.

3. Tradicionalne manifestacije: Turisti često posjećuju destinacije kako bi doživjeli lokalne festivale i događaje u nadi upoznavanja kulture i povijesti.

- Brazil, Karneval u Rio de Janeiru - tradicionalni festival, koji se održava 40 dana uoči Uskrsa, prije početka korizmenog posta. Glavni događaji su parade škola sambe, skupine građana, obično stanovnika gradske četvrti, koji zajednički pripremaju nastup.
- Njemačka, München, Oktoberfest - najveće je pučko slavlje na svijetu na koje dolaze i brojni turisti iz cijelog svijeta, svake godine dolazi oko šest milijuna posjetitelja.
- Indija, Festival boja - proljetni festival boja Holi koji u veljači ili ožujku svake godine obilježava pobjedu nad zimom, jedan je od najzanimljivijih festivala sreće u Indiji. Glavna obilježja slavlja festivala su bitne životne vrijednosti, a to su ljubav, sreća, zadovoljstvo i mir.
- Indija, Diwali festival - često ga zovu i festival svjetlosti. Traje pet dana, a za to vrijeme, ljudi osvjetljavaju svoje kuće i prodavaonice.
- Japan, Kyoto, Gion Matsuri - najveći i najpoznatiji festival u Japanu koji se održava u mjesecu srpnju. Ima različitih događaja, ali najpopularnija je povorka kroz grad.
- Španjolska, Pamplona, Bježanje od bikova - održava između 7. i 14. srpnja, privlači velik broj turista, a s obzirom na ozljede dobivene od strane bikova, festival se i dalje nastavlja održavati zbog adrenalinskih osjećaja i reakcija lokalaca i posjetitelja.
- Italija, Venecijanski festival - održava se između veljače i ožujka, slavi se pobjeda Venecije, a turisti mogu uživati u šarolikim bojama raskošnih venecijanskih maski i kostima, plesovima i muzici na centru trga San Marco.

4. Religiozna mjesta: Vjerska mjesta i svetišta često privlače turiste koji žele nešto naučiti ili istražiti o vjerskim tradicijama i kulturama.

- Indija, Taj Mahal - arhitektonski spomenik u Agri, 1983. postao je UNESCO-ov spomenik Svjetske baštine, smatra se najprepoznatljivijim simbolom Indije (Srce Indije)
- Vatikan - najmanja je država svijeta, okružena je zidinama i gradom Rimom u Italiji. Posjetitelji dolaze u Vatikan da bi istražili njegove povijesne i vjerske znamenitosti, primjerice: Bazilika sv. Petra, Trg sv. Petra, Sikstinska kapela
- Izrael, Jeruzalem: Sveto je mjesto za tri velike monoteističke religije - kršćanstvo, islam i judaizam. Grad ima mnoge svete lokacije, uključujući Zid plača, Baziliku Svetog Groba i džamiju Al Aksa
- Saudijska Arabija, Meka: Meka je najsvetije mjesto u islamu i svake godine milijuni muslimana obavljaju hadž, jedan od pet temeljnih stupova islama, koji uključuje posjet svetom mjestu Kaaba.
- Kambodža, Angkor Wat - najvažniji i najveći hramski kompleks kambodžanske regije Angkor. Turisti iz cijelog svijeta posjećuju Angkor Wat kako bi se divili njegovoj veličanstvenoj arhitekturi, također mjesto ima poseban duhovni i kulturni značaj te privlači milijune posjetitelja svake godine.



Slika 4. Prikaz najpoželjnije vrste turizma od strane turista

Izvor: Research Gate

2.2. ULOGA I UTJECAJ KULTURE NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKE POSJETITELJE

Kao što smo već na samom početku spomenuli, kultura ima značajan utjecaj na lokalnu zajednicu i turističke posjetitelje, te ima ključnu ulogu u oblikovanju njihovog iskustva. Jedinstvenim identitetom zajednice, kao što su: kulturno nasljeđe, jezik, običaji ili umjetnost, jača se osjećaj pripadnosti, samim time se stvara i autentično okruženje za posjetitelje.

Kulturni turizam predstavlja ključni oblik turizma u kojem putnici traže dublji uvid u lokalne tradicije, način života i njihove određene vrijednosti, te zainteresiranost za sudjelovanjem u kulturnim događanjima i manifestacijama. Takvo sudjelovanje potiče interakciju između lokalne zajednice i posjetitelja, što može rezultirati razmjenom ideja i običaja, te doprinijeti razumijevanju i međusobnom poštovanju među različitim kulturama.

Važnost kulturnog turizma za lokalnu zajednicu može se gledati i prema ekonomskom aspektu, s obzirom na to da turisti koji dolaze u određenu destinaciju troše novac na smještaj, hranu, suvenire i ugostiteljske usluge, time potiču rast lokalne ekonomije i daju mogućnost otvaranju novih radnih mjesta.

Osim ekonomskog aspekta, kulturni turizam igra ključnu ulogu u očuvanju kulturnog nasljeđa pomoću redovitog održavanja i restauracije povijesnih znamenitosti, muzeja, i umjetnosti, čime se nastoji očuvati identitet i povijest lokalne zajednice. Isto tako, turizam može pridonijeti financijskoj podršci za takve projekte koji uključuju očuvanje lokaliteta, te se time osigurava prenošenje identiteta na buduće generacije.

Dakle, kultura nudi jedinstvene doživljaje za posjetitelje, potiče ekonomski razvoj, očuvanje kulturnog nasljeđa, te razmjenu ideja i razumijevanje među ljudima različitih kultura.

| Faza kulturnog šoka | Obilježja kulturnog šoka |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Medeni mjesec | Naglasak je stavljen na početne reakcije euforije, očaranosti, fascinacije i entuzijazma |
| Kriza | Problem s prilagođavanjem zbog različitih aspekata kulture: novi jezici, norme, vrijednosti, pravila ponašanja |
| Oporavak | Prilagodbom i učenjem kulture, dolazi se do povećanog poznavanja stranih kulturnih aspekata |
| Prilagođavanje | Prilagodba, uživanje i funkcionalna sposobnost u novom okruženju |

Tablica 1. Faze kulturnog šoka prema Obergovom modelu

Izvor: International business and tourism – global issues, contemporary interactions, Coles, T., 2008., str. 131., Međunarodni turizam, Gržinić, J., 2014., str., 202

2.3. KREATIVNI KULTURNI TURIZAM

Kreativni kulturni turizam je pojava suvremenog poimanja turizma koja se vezuje uz ispunjavanje čovjekova slobodna vremena na putovanju. Brojne destinacije osmišljavanjem inovativnih ponuda grade imidž destinacije i potiču na turističku potrošnju.⁷

Ovakav tip turizma nudi ponudu kao što je kreativno crtanje, tkanje, lončarstvo, priprema gastronomskih jela, te provođenje radionica koje potiču na zajedničko druženje, razmišljanje i stvaranje uspomena.

Kreativni turizam postao je, na neki način, vrsta turizma koji zahtjeva aktivno sudjelovanje, a potrebne su određene vještine kako bi se moglo usvojiti novo znanje. U međunarodnom turizmu, prepoznat je kroz fotografiranje, učenje novih stranih jezika i kulinarstvo.

⁷ Međunarodni turizam - Kreativni kulturni turizam, Gržinić, J., 2014., str., 214

| DESTINACIJA | AKTIVNOSTI |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Francuska, Perpignan | Slikanje pomoću crnog vina, plesanje s folklor grupama, dekoracije mozaicima |
| Ekvador, Quito | Grad koji se nalazi na popisu UNESCO-ve svjetske baštine, nudi izradu vlastitog čokoladnog deserta, izradu panamskih šešira i buketa s ekvadorskim ružama |
| Brazil, Recife | Uživanje u gastronomiji, sudjelovanje u poznatom plesu Frevo i Maracatu |
| Portugal, Loulé | Izrada keramike, primjeri kožne obrade, učenje o procesu sušenja voćki ili izradi predmeta od palmovih listova |
| Kolumbija, Medellin | Prisustvovanje u festivalu cvijeća i paradi, radionice o izradi skulptura |

Tablica 2. Popis destinacija i aktivnosti kreativnog turizma

Izvor: <https://www.creativetourismnetwork.org/5-destinations-to-change-the-way-you-travel/>, pristupljeno, 20.07.2023.

2.4. HRVATSKI KULTURNI TURIZAM

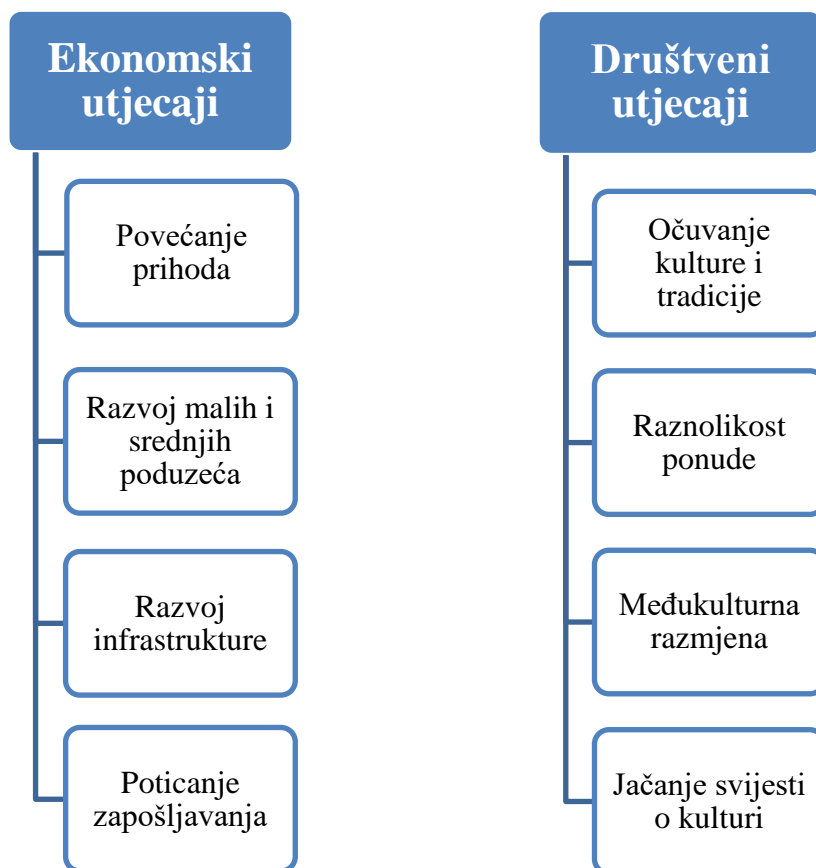
Hrvatski kulturni turizam može unaprijediti svoju budućnost organiziranjem festivala u obalnim i kontinentalnim destinacijama, posebice u periodu pred i poslije glavne turističke sezone. Festivali obuhvaćaju tematske i javne proslave koje često proizlaze iz tradicije i običaja, često s vjerskim ili mističnim korijenima te se prenose s generacije na generaciju. S druge strane, moderni događaji uglavnom su svjetovnog karaktera, usklađeni s lokalnim vrijednostima i stvoreni su kako bi zadovoljili turističku potražnju.

Glazbeni festivali su idealan izvor turističkih prihoda, no jedina negativna strana jest to što se takvi festivali u Hrvatskoj uglavnom održavaju tijekom vrhunca ljetne sezone. Posjetitelji dolaze u određene destinacije kako bi mogli vidjeti kulturno-povijesno baštinu i lokalitete, no festivali bi bili odlična opcija u produživanju sezone i poticanju potrošnje.

U Republiku Hrvatski svi turisti uglavnom dolaze zbog sunca i mora, stoga je potrebno obogatiti ponudu i kreirati pozitivnu sliku destinacije, te stvoriti i unaprijediti teme manifestacija kako bi se mogla potaknuti interakcija između turista i stanovništva tijekom cijele godine.

Neki od primjera destinacija u RH koje nude kreativni turizam: Muzej Staro Selo Kumrovec, Advent u Zagrebu, Dubrovačke ljetne igre, Đakovački vezovi, Glazbeni festival Ultra Europe u Splitu, Inmusic festival u Zagrebu itd.

3. ANALIZA EKONOMSKIH I DRUŠTVENIH UTJECAJA KULTURNOG TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU



Slika 5. Prikaz ekonomskih i društvenih utjecaja kulturnog turizma

Izvor: Izrada od strane autora

Kulturni turizam može značajno povećati prihode lokalne zajednice kroz turističke usluge, prodaju suvenira, gastronomsku ponudu ili prodaju ulaznica za kulturne događaje. Samim time dolazi i do povećanja turističke potražnje koja zahtjeva stvaranje novih radnih mjesta u ugostiteljskom sektoru, što također potiče i razvoj malih i srednjih poduzeća koja nude proizvode i usluge lokalne kulture.

Osim što pridonosi ekonomskom sektoru, kulturni turizam čuva lokalnu kulturu, tradiciju i jezik, čime se povećava međukulturna razmjena i tolerancija među posjetiteljima i lokalnim stanovništvom.

3.1. RAZMATRANJE POZITIVNIH I NEGATIVNIH UTJECAJA

Kulturni turizam predstavlja bogatstvo kulturnih, povijesnih i umjetničkih vrijednosti koje privlače posjetitelje diljem svijeta i pružaju im jedinstvena iskustva. Međutim, kao i kod svakog oblika turizma, kulturni turizam donosi određene pozitivne i negativne strane utjecaja na lokalnu zajednicu. Razmatranje tih aspekata ključno je za postizanje održivog i uravnoteženog razvoja turizma, koji će pridonijeti prosperitetu zajednice, očuvanju kulturne baštine i zadovoljstvu posjetitelja. U nastavku, analizirat ćemo kako kulturni turizam može pozitivno utjecati na lokalnu zajednicu, ali isto tako ćemo istražiti i negativne aspekte koji mogu stvoriti izazove u upravljanju turističkim destinacijama.

Pozitivni utjecaji:

- Promocija kulturno-povijesne baštine - pomoću kulturnog turizma, lokalna zajednica ima šansu za promoviranjem svoje destinacije u kojoj predstavlja sve kulturne znamenitosti i tradicije, čime se stvara bogata turistička ponuda i slika tog određenog mjesta/destinacije
- Gospodarski razvoj - kulturni turizam omogućuje otvaranje novih radnih mjesta (zbog povećane turističke potražnje, potrebno je osigurati kvalitetnu ugostiteljsku uslugu), čime odmah smanjuje i nezaposlenost
- Očuvanje kulturnih resursa - zbog velike posjećenosti, lokalne zajednice postaju svjesne koliko je njihov kraj važan, stoga su važne stroge mjere zaštite kulturne baštine

- Poboljšana infrastruktura - zbog povećanja turističkih putovanja, nastoji se poboljšati infrastruktura izgradnjom boljih cesta, zračnih luka, željeznica i pristaništa za trajekte, čime se omogućuje lakši pristup turističkim mjestima
- Edukacija i obrazovanje - s obzirom na to da se kulturni turizam razvija iz dana u dan, to može potaknuti potencijalna ulaganja u područja koja su vezana za kulturu, povijest, tradiciju ili umjetnost, to će također pomoći u promociji obrazovanja među lokalnim stanovništvom i turistima

Negativni utjecaji:

- Kulturni šok - povećanim brojem turističkih posjetitelja može dovesti do kulturnog šoka među lokalnim stanovništvom, odnosno, zbog previše različitih stvari kao što su jezik, običaji ili pravila ponašanja, može doći do nesporazuma i poteškoća u komunikaciji
- Prevelika turistička posjećenost - ukoliko previše turista posjeti manju lokalnu zajednicu, to može izazvati gužve, preopterećenje infrastrukture, može doći i do narušavanja mira i tišine, kao i do oštećenja kulturnih spomenika i prirode
- Utjecaj na okoliš - mogućnost zagađenja okoline, prekomjerno iskorištavanje vode i energije, stvaranje otpada
- Rast cijena - povećanim brojem turista i potražnje dolazi i do rasta cijena smještaja i troškova, što može rezultirati iseljavanjem lokalaca jer si ne mogu priuštiti takav život
- Gubitak autentičnosti i identiteta - prilagodba kulturnih događaja i proizvoda može umanjiti njihovu originalnost i posebnost, zbog prevelike prisutnosti turista može doći do promjene u životnoj atmosferi u gradu, čime se gubi lokalni svakodnevni način života

3.2. KULTURNI TURIZAM KAO DIO CJELINE ODRŽIVOG TURIZMA

Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO), održivi turizam predstavlja vrstu turizma koja u potpunosti uzima u obzir sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke utjecaje, obraćajući pažnju na potrebe posjetitelja, industriju, okoliš i lokalno stanovništvo. Glavni cilj održivog turizma jest osigurati pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu, okoliš i kulturu, te da dugoročno ostane održiv, dakle da ne uzrokuje štetu okolišu ili neke negativne društvene posljedice.

Kulturni i održivi turizam su sličnog koncepta, s obzirom na to da im je glavni cilj promicanje očuvanja destinacije i kulturnih lokaliteta, te održavanje identiteta lokalne zajednice prilikom prezentiranja svog mjesta stranim turističkim posjetiteljima.

Kada je kulturni turizam dio cjeline održivog turizma, tada se potiče lokalnu zajednicu da se aktivno uključi u turističku ponudu i razvoj, to ujedno pomaže i u stvaranju novih prilika za zapošljavanje i poduzetništvo. To također govori o tome kako su lokalni stanovnici predstavnici svoje kulture i znamenitosti koju dijele sa posjetiteljima, time se promiče međunarodna veza i tolerancija između različitih kultura.

Ukoliko se održivi turizam pravilno i pametno vodi, turističke destinacije mogu ostvariti ravnotežu između turističkog razvoja (predstavljanje turističke ponude, profit, rast na tržištu i sl.) i očuvanja kulturne baštine. Na taj način, održivi kulturni turizam postaje važan element prilikom stvaranja održivijeg i naprednog turizma u svijetu.

4. MEĐUNARODNI UTJECAJI NA KULTURNI TURIZAM

Međunarodni utjecaji na kulturni turizam obuhvaćaju niz elemenata koji su ključni za razvoj i promociju turističkih destinacija u kojima je velika prisutnost kulturne baštine. U nastavku poglavlja, nabrojat ćemo nekoliko osnovnih faktora koji utječu na kulturni turizam na međunarodnoj razini:

- ✓ Međunarodne organizacije – primjerice UNESCO, potiču očuvanje svjetske kulturne baštine
- ✓ Tehnologija – napretkom Interneta i društvenih mreža, stvorio se velik utjecaj prilikom promocije destinacija, ljudima su dostupne sve informacije o turističkim (kulturnim) atrakcijama i aktivnostima
- ✓ Utjecaj globalizacije – putnicima je omogućen slobodan i brz pristup udaljenim destinacijama
- ✓ Suradnja s drugim zemljama – međunarodnom suradnjom, omogućena je razmjena znanja i iskustava, čime dolazi do poboljšanja turističke ponude

4.1. PLANIRANJE POSJETA DESTINACIJI – EDUKACIJA, INFORMACIJE, KVALITETA PONUDE I USLUGE

Planiranje posjeta destinaciji na temelju edukacije i informacija bitno je za stvaranje što kvalitetnijeg kulturnog iskustva. Dovoljno prikupljanje informacija o nekom mjestu, omogućuje turistu razumijevanje povijesti i tradicija koji oblikuju kulturnu baštinu te određene destinacije.

Prije samog putovanja poželjno je temeljito istražiti destinaciju pomoću Internet stranica i recenzija na društvenim mrežama, a potrebno je vidjeti koje kulturne znamenitosti nudi, te kakva je ponuda i kvaliteta ugostiteljske usluge.

Dolaskom u destinaciju, preporučuje se odlazak u muzeje i galerije kako bi se posjetitelj mogao upoznati s poviješću i umjetnošću odredišta, također se savjetuje obilazak mjesta uz stručnog vodiča za još bolju edukaciju. Osim toga, bitno je i imati interakciju s lokalnim stanovništvom, jer oni mogu pružiti dodatan izvor informacija, a najbolji način je sudjelovanje u kreativnim radionicama.

Što se tiče planiranja posjeta na temelju edukacije i informacija *od strane destinacije*, ključno je pružanje bogatog i autentičnog iskustva za kulturne turiste.

Primjenom različitih strategija u promociji kulturnog turizma, destinacija može stvoriti pozitivno i kvalitetno iskustvo za kulturne posjetitelje. Najbitnija stavka jest suradnja sa turističkim zajednicama (iz razloga što ona dalje komunicira sa lokalnom strukturom vlasti, građanima i gospodarstvom) prilikom organizacije nekog festivala ili kulturnih radionica koje mogu pomoći turistima prilikom učenja o tradiciji i običajima destinacije koju su posjetili.

4.2. MEĐUNARODNE KULTURNE RAZLIČITOSTI

Pomoću kulturnog turizma, posjetitelji imaju priliku istraživati i učiti o različitim aspektima kulture, tradicija, vjere i umjetnosti drugih zajednica. Međutim, zbog međunarodne kulturne različitosti može doći i do mogućih izazova u komunikaciji i razumijevanju između turista i lokalnog stanovništva. U nastavku imamo nekoliko primjera različitosti, koje je bitno znati prilikom dolaska u to određeno mjesto kako ne bi došlo do uvrede ili nepoštivanja lokalne zajednice.

| DESTINACIJA | OBILJEŽJA KULTURE |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Japan | Japanska kultura naglašava poštovanje prema starijima, u javnosti obično govore tiho i suzdržano, darivanje i pravilno rukovanje su važni, klanjanje prilikom zahvale, cijene točnost i brzinu, ostavljanje napojnica je uvredljivo, a pričanje punih usta i srkanje smatra se pozitivnim |
| Saudijska Arabija | Islamski običaji i pravila često imaju utjecaj na ponašanje zajednice. Žene i muškarci mogu imati ograničenja u javnom ponašanju, primjerice žena ne smije nositi odjeću koja otkriva tijelo, za razliku od muškaraca |

| | |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SAD | Za razliku od Japana, u Americi se napojnice smatraju vrlo važnima, kod njih je sve potpuno ležerno, nema pravila oblačenja ili ponašanja, sve je otvorenog (slobodnog) tipa |
| Europa | U nekim zemljama poželjno je poznavati jezik lokalaca zbog bolje komunikacije (to je najčešće u Italiji, Njemačkoj i Francuskoj), ne tolerira se kašnjenje na posao, uglavnom otvorenog tipa |

Tablica 3. Prikaz međunarodnih kulturnih različitosti

Izvor: Izrada od strane autora

4.3. SOCIOKULTURNI UTJECAJI

Zbog sociokulturnih utjecaja na turizam, javljaju se promjene u ponašanju turista i lokalnog stanovništva određene destinacije, time dolazi i do promjena u kulturnim vrijednostima i običajima meke regije. Takve promjene sa sobom nose i niz pozitivnih i negativnih aspekata koji utječu na zajednicu.

Pozitivni utjecaji:

- Kulturna razmjena i razumijevanje drugih društava
- Razvijanje veze s drugim zemljama
- Promocija kulturne baštine
- Očuvanje baštine i okoliša

Negativni utjecaji:

- Sociokulturni sukobi - mogućnost sukoba između turista i lokalaca zbog razlike u kulturi, jeziku i običajima
- Uništavanje tradicije i baštine lokalnog stanovništva
- Porast kulturnog turizma može stvoriti napetost između posjetitelja i domaćina
- Mogući porast kriminala i devijantnog ponašanja

Kako bi se izbjegli mogući negativni utjecaji kulturnog turizma, potrebno je uključiti mještane u procese odlučivanja o turizmu i u razvoj upravljanja turističkim aktivnostima. U obzir bi se trebale uzeti njihove potrebe, ideje i mišljenja kako bi se osigurala ravnoteža između turističkih potreba i zaštite lokalnog stanovništva i njihove kulture. Isto tako, postoji mogućnost da destinacija ograniči broj posjetitelja kako bi se spriječilo opterećenje infrastrukture, a osiguralo kvalitetno iskustvo turista.

4.4. EKONOMSKI UTJECAJI

Kulturni turizam ima značajan ekonomski utjecaj jer omogućuje prikupljanje i usvajanje vrijednosti drugih kultura, što doprinosi razvoju nacionalnih ekonomija.

Turistički sektor donosi prihode pomoću prodaje ulaznica i različitih sponzora koje pomažu pri organizaciji posebnih događaja.

Turizam potiče rast gospodarstva zbog ostvarenih prihoda od turističkih aktivnosti, kao što su smještaj, hrana i piće, prijevoz i druge usluge. Također, omogućeno je stvaranje novih radnih mjesta, što pomaže smanjiti nezaposlenost i poboljšati životni standard lokalne zajednice. Pored toga, potaknut je i razvoj infrastrukture, kao što su ceste, zračne luke, hoteli i muzeji, što dalje doprinosi razvoju gospodarstva.

Kroz kulturni turizam, zemlje mogu privući različite investitore i potaknuti razvoj različitih industrija, što ima pozitivan učinak na ukupno gospodarstvo.

Potrebno je spomenuti i negativne ekonomske utjecaje u kulturnom turizmu:

- Komercijalizacija kulture - zbog stvaranja profita, moguće je pretvaranje kulturnih elemenata, umjetnosti ili običaja u komercijalne proizvode
- Porast cijena - zbog povećane potražnje, moguć je porast cijena kako bi se omogućila veća potrošnja i stvaranje profita, no to negativno utječe na lokalno stanovništvo jer si ne mogu priuštiti skupocjen život
- Sukob vrijednosti i generacija
- Stereotipizacija
- Ovisnost o jednom izvoru prihoda - ako destinacija očekuje samo prihod od kulturnog turizma, to može u budućnosti stvoriti problem ukoliko se potražnja ili trendovi na tržištu promjene

4.5. UTJECAJI GLOBALIZACIJE NA KULTURNI TURIZAM

Globalizacija je jedna vrsta fenomena koji značajno utječe na kulturu i kulturni identitet u cijelom svijetu. Njeno najčešće djelovanje manifestira se kroz stvaranje globalnih kulturnih proizvoda i ostvarivanje sociokulturnih i ekonomskih koristi na globalnoj razini. Međutim, globalizacija sa sobom donosi i negativne posljedice, posebno na kulturni identitet lokalnog stanovništva.

- Globalizacija je značajno utjecala na postizanje **kulturne homogenizacije** širom svijeta. Povezivanje različitih kultura putem komunikacije, turizma i globalnih medija omogućilo je međusobno zajedničko prezentiranje i razmjenu kulturnih vrijednosti, stoga je potrebno svjesno upravljati homogenizacijom kako bi se sačuvao identitet
- **Standardizacija proizvoda** postala je sveprisutna na globalnoj razini zahvaljujući pojavi globalne potrošačke kulture. Ova praksa ima niz prednosti koje donose koristi kako proizvođačima, tako i potrošačima diljem svijeta, omogućuje veliku učinkovitost što se tiče proizvodnje i isporuke do potrošača, omogućuje kvantificiranje proizvoda na temelju izmjerenih kriterija, jamči predvidljivost potrošačima, slijedi mnogo proizvodnih i dostavnih pravila te omogućuje kontrolu kvalitete proizvoda
- Kulturni turizam u lokalnoj sredini može dovesti do pojave **kulturne heterogenizacije**, to znači da neki kulturni elementi mogu postati dominantni u lokalnim sredinama, što može dovesti do gubitka nekih lokalnih kulturnih specifičnosti.
- Do **kulturne konvergencije** može doći ako se uključi velik broj ljudi u putovanju pa se zbog toga kulture međusobno povežu, dakle počnu sličiti jedna drugoj.
- Uključivanjem elemenata kulture iz raznih izvora unutar pojedinih kulturnih običaja, dolazi do **kulturne hibridizacije**, može se razviti u kombinaciji dvaju jezika, identiteta i dvije kulture. (npr. studiranje u drugoj stranoj zemlji, okružen drugom kulturom i drugim jezikom, te konzumacija strane gastronomije)
- Stvaranjem brojnih kulturnih ponuda, koja i nije toliko autentična, smatra se **komodificiranom**, odnosno stvorena je u novi oblik, zbog toga je bitno čuvati lokalnu vrijednost i izbjegavati kulturne sukobe

4.6. UNESCO i WTO

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) i WTO (World Tourism Organization) imaju važnu ulogu u promociji i zaštiti kulturnog turizma, kulturno-povijesne baštine i međunarodnog turizma diljem svijeta.

UNESCO-va uloga jest prepoznavanje važnosti očuvanja kulturne baštine i njenog značaja za međunarodni turizam. Kroz svoj program Svjetske baštine, UNESCO stavlja na popis važne i jedinstvene kulturne i prirodne lokacije koje predstavljaju iznimnu vrijednost za čovječanstvo, zbog čega takva mjesta postaju popularne turističke destinacije i privlače posjetitelje iz cijelog svijeta. Osim toga, UNESCO također provodi i edukativne programe, te podržava kulturne manifestacije kako bi promovirao međukulturalno razumijevanje i dijalog između različitih naroda.



Slika 6. Logo Svjetske kulturne baštine

Izvor: UNESCO

WTO promovira održivi razvoj turizma, uključujući kulturni turizam. Ova organizacija prepoznaje važnost kulturnog turizma za ekonomski razvoj i povećanje prihoda u zemljama pomoću turizma. Zbog povećanog interesa, kulturni turizam omogućio je lokalnom stanovništvu razvijanje vlastitih kulturnih resursa, koji će privući turiste koji su željni autentičnog iskustva i znanja.

Ove dvije organizacije zajedno rade na promicanju održivog kulturnog turizma koji poštuje lokalnu kulturu, tradiciju i običaje. Važno je naglasiti da kulturni turizam može donijeti brojne koristi, ali isto tako moguće se susresti i s različitim izazovima, stoga je bitno da svi oni koji su uključeni u kulturni turizam surađuju kako bi se moglo osigurati očuvanje autentičnosti i zaštita kulturne baštine za buduće generacije.

5. OGRANIČENJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU

Međunarodni turizam predstavlja ključan element turističke industrije koji povezuje ljude širom, te koji omogućuje upoznavanje različitih kultura i destinacija u kojima se susreću sa stranim jezicima, običajima i tradicijama, što pridonosi razumijevanju i prihvaćanju kulturnih različitosti.

Unatoč pozitivnim aspektima, međunarodni se turizam suočava s različitim izazovima i ograničenjima koja mogu utjecati na njegovu održivost i razvoj. Ograničenja u međunarodnom turizmu mogu biti povezana s različitim elementima putovanja, uključujući imigracijska pravila, sigurnost, prirodne katastrofe, kulturne barijere i preopterećenost turističkih destinacija. U ovom slučaju objasniti ćemo dvije osnovne kategorije: **ograničenja koja utječu na individualne putnike i ograničenja s utjecajem na sektore povezane s turizmom.**

Ukratko, ono što možemo reći za prvu skupinu ograničenja koja utječu na individualne putnike jesu vize (proces može biti kompliciran i vremenski zahtjevan, može biti skupo), ograničenja putovanja u inozemstvo, procedure za izdavanje odgovarajućih putnih dokumenata, kontrola zdravlja, regulacije u zračnom prometu, diskriminacija i sl.

Što se tiče druge skupine ograničenja u međunarodnom turizmu, podrazumijevaju se licence, uvozne politike, porezne i tečajne politike, ograničenja u izravnim stranim ulaganjima, pristup informacija, zapošljavanje stranaca itd., stoga je mjeriti utjecaj ovih barijera teško upravo zbog njihove izuzetno složene prirode. Zbog tih utjecaja, turistička industrija može se suočiti i s ekonomskom nestabilnošću, te promjenama u ponašanju potrošača, to može dovesti do smanjenja putovanja i padu turističkih prihoda.

Ograničenja u međunarodnom turizmu će uvijek biti prisutna, no to ne znači da se njihov utjecaj ne može smanjiti ili dovesti u normalnu, odnosno ublažiti (npr. smanjenje financijskih obveza i vremenskog čekanja za izdavanje dokumenata za državljanstvo ili za radne i boravišne vize), takvim mjerama smanjit će se napetosti prije ili za vrijeme putovanja.

6. ULOGA KULTURNOG TURIZMA U MEĐUNARODNOM TURIZMU

Kulturni turizam se izdvaja kao jedan od najznačajnijih segmenata turističke industrije, povezuje turiste s bogatstvom povijesti, umjetnosti, običajima i identitetima različitih naroda. Ova specifična vrsta turizma omogućuje posjetiteljima da bolje razumiju različite kulture kroz interakciju s lokalnim stanovništvom.

Uloga kulturnog turizma također ima širi društveni i ekonomski značaj. Ona potiče očuvanje kulturnog nasljeđa, podržava lokalne umjetnike i obrtnike te stvara mogućnosti za razvoj kulturnih industrija. Također povećava svijest o važnosti očuvanja povijesnih spomenika, tradicija i jezika, te doprinosi osjećaju ponosa lokalne zajednice za svoju baštinu.

U sljedećem poglavlju ćemo detaljnije istražiti kako kulturni turizam utječe na promociju očuvanja kulturne baštine, na edukaciju i na brendiranje kulturne turističke destinacije.

6.1. PROMOCIJA OČUVANJA KULTURE I BAŠTINE

Očuvanje kulture i baštine nije samo vezano uz čuvanje prošlosti, već ima velik utjecaj na identitet, vrijednost i razumijevanje različitih zajednica. Jedan od osnovnih ciljeva promocije očuvanja kulture i baštine jest svijest o bogatstvu koje nam zapravo ti resursi donose. Kroz razne edukativne prezentacije, događaje i kulturne manifestacije, potiče se javnost da cijeni i poštuje tradiciju, umjetnost, jezik i povijest vlastite i strane kulture.

Primjeri promocije i čuvanja kulture:

- UNESCO-va svjetska baština
- Kulturne manifestacije - organizacija događaja zbog promocije svojih tradicija
- Muzeji i galerije
- Obrti i trgovine - promocija tradicionalnih obrta ima ulogu u očuvanju kulturnog nasljeđa
- Kulturne izložbe i sajmovi - pružanje prilike lokalnom stanovništvu u predstavljanju vlastitih tradicijskih radova
- Digitalna promocija - pristup djelima bez fizičke prisutnosti, promocija kulture na društvenim mrežama ili web stranicama
- Kulturne ture - istraživanje različitih kulturnih dijelova u destinaciji, dakle posjet tržnicama, povijesnim četvrtima ili lokalnim obrtima

6.2. EDUKACIJA LOKALNE ZAJEDNICE I POSJETITELJA O KULTURNOJ BAŠTINI

Edukacija lokalne zajednice i turističkih posjetitelja važna je komponenta u razvoju uspješnog kulturnog turizma. Dakle, edukacijom se podiže svijest i razumijevanje ljudi o kulturno-povijesnoj baštini, tradicijama i običajima destinacije, čime se stvara međusobno poštovanje između turista i lokalaca.

Edukativni primjeri:

1. Sakupljanje informacija o baštini – najbolji primjer je posjet muzejima, to uključuje povijesne činjenice, tradicije i običaje kulture
2. Edukativni programi – posjetitelji mogu sudjelovati u različitim programima kao što su radionice, predavanja, ručna izrada tradicionalnih predmeta, tečajevi gastronomije i slično
3. Turistički vodiči - imaju ključnu ulogu u edukaciji turista svojim dijeljenjem priča, činjenica i informacija
4. Prisutnost na lokalnim običajima - pod ovime podrazumijevamo sudjelovanje turista na vjerskim ceremonijama ili kulturnim manifestacijama
5. Tečaj stranog jezika - olakšava komunikaciju s lokalcima
6. Posjet tržnicama - posjetitelji mogu vidjeti, pa po vlastitom izboru kupiti i probati tradicionalnu hranu koju lokalno stanovništvo ima za ponuditi
7. Folklorne manifestacije - turisti mogu vidjeti različite tradicionalne narodne nošnje i plesove

6.3. BRENDIRANJE KULTURNE TURISTIČKE DESTINACIJE

Brendiranje kulturne destinacije predstavlja proces stvaranja prepoznatljivog identiteta i imidža destinacije kako bi se privukli turisti, a samim time i potaknuli pozitivni dojmovi kod posjetitelja.

Ovaj tip strategije koristi se kako bi se kulturno-povijesna baština, tradicija, te drugi važni kulturni elementi istaknuli kao atrakcije koje privlače turističke posjetitelje iz različitih dijelova svijeta.

Glavni cilj brandiranja kulturne destinacije je stvoriti jedinstvenu i autentičnu sliku koja će se povezati s tom destinacijom. Dakle, to uključuje stvaranje prepoznatljivog logotipa, slogana ili identiteta koji će vizualno biti prepoznat, te koji će odražavati kulturne vrijednosti i posebnosti određene turističke destinacije.

Primjeri brandiranih kulturnih destinacija:

1. Amsterdam, Nizozemska: „I Amsterdam“ - predstavlja duhovnost i pripadnost
2. Pariz, Francuska: „The city of love“ - zbog svojih romantičnih mjesta i kulturnih atrakcija, (npr. Eiffelov toranj), stvorio je čarobnu atmosferu grada
3. New York, SAD: „The city that never sleeps“ - svojim simboličnim atrakcijama (Times Square, Broadway, Central Park) u kombinaciji s raznolikom kulturom, umjetnošću, te naravno i zabavom stvorio je svoj prepoznatljiv identitet kao mjesto koje nikada ne spava
4. Republika Hrvatska: „Full of Life“ ili „The land of a thousand islands“ - zbog bogate turističke ponude i mnogo otoka, otočića i grebena, dobila je prepoznatljiv slogan
5. Slovenija: „I feel sLOVEenia“ - izražava emocije, što ga razlikuje od brendova drugih zemalja
6. Sjeverna Makedonija: „Macedonia Timeless“ - prepoznatljiv slogan po seriji promotivnih turističkih videa o Republici Sjevernoj Makedoniji u kojima se prikazuju krajolici i kultura te zemlje
7. Egipat: „Where it all begins“ - slogan je namijenjen da se istakne povijesni status sjevernoafričke zemlje kao kolijevke civilizacija
8. Njemačka: „Simply Inspiring“ - Turistička organizacija Njemačke putem društvenih medija i svih dostupnih online kanala promovira savjete za putovanja, događaje u Njemačkoj i turističke karakteristike svih 16 saveznih pokrajina
9. Las Vegas, Nevada: „What happens in Vegas, stays in Vegas“ - jedan od popularnijih slogana koji predstavlja nezaboravne avanture koje će ostati samo u uspomenama Las Vegasa

7. ZNAČAJ KULTURNOG TURIZMA U MEĐUNARODNOM TURIZMU

Poznato nam je da kulturni turizam predstavlja važan segment međunarodnog turizma koji se temelji na iskustvu i istraživanju kulturne baštine različitih destinacija. Ovaj oblik turizma omogućava posjetiteljima da nauče sve o bogatstvu tradicije, umjetnosti, povijesti i običaja različitih kultura diljem svijeta. Sukladno tome, analizom snaga, slabosti, prilika i prijetnji kulturnog turizma, možemo detaljnije vidjeti kako ovaj turizam utječe na destinacije, te kako destinacije mogu prilagoditi svoju ponudu kako bi posjetitelji stekli pozitivno turističko iskustvo.

| S trengths | W eaknesses |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Raznolikost kulturne baštine privlači posjetitelje</p> <p>Edukacija turista</p> <p>Promocija kulturne baštine</p> <p>Jačanje međukulturnog razumijevanja</p> <p>Ekonomski razvoj</p> | <p>Oštećenje kulturnih elemenata</p> <p>Neprikladnim ponašanjem može doći do sukoba različitih kultura</p> <p>Nedostatkom infrastrukture otežan turistički doživljaj</p> <p>Moguć gubitak autentičnosti destinacije</p> |
| O pportunities | T hreats |
| <p>Suradnja između dvije ili više destinacija</p> <p>Velika promocija putem društvenim mreža ili web stranica</p> <p>Suradnja s lokalnim stanovništvom</p> <p>Očuvanje kulturno-povijesne baštine</p> <p>Razvijanje novih i zanimljivih kulturnih turističkih ruta s ciljem privlačenja većeg broja posjetitelja</p> | <p>Narušavanje svakodnevnog života lokalnog stanovništva</p> <p>Konkurencija od strane drugih kulturnih destinacija s bogatom ponudom</p> <p>Preopterećenost kapaciteta (smještaj, usluge, infrastruktura)</p> <p>Zagađenje okoliša</p> <p>Sukobi između posjetitelja i lokalaca</p> |

Tablica 4. SWOT analiza kulturnog turizma u međunarodnom turizmu

Izvor: Izrada od strane autora

7.1. RAZVOJ KULTURNIH DESTINACIJA

Razvoj kulturnih destinacija predstavlja ključan aspekt turističke industrije i međunarodnog turizma, imaju velik potencijal za privlačenje posjetitelja, osiguravajući im jedinstveno iskustvo koje obuhvaća povijest, tradiciju, umjetnost i lokalnu kulturu.

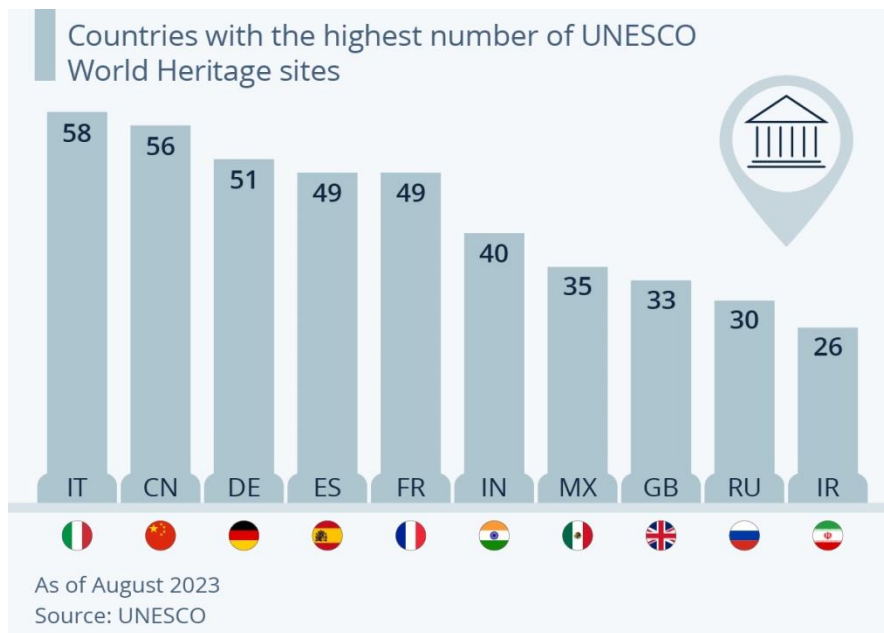
Potrebno je osigurati ravnotežu između turističke potražnje i očuvanja autentičnosti mjesta. Komercijalizacijom i prekomjernim posjećivanjem dolazi do gubitka autentičnosti i gubljenja kulturnih elemenata. Stoga je ključno razvijanje održive strategije upravljanja koja vodi brigu o kulturnoj baštini i lokalnom stanovništvu.

SWOT analize su idealne za razumijevanje kulturnog turizma u međunarodnom kontekstu, mogu se sagledati koje su snage, prilike, slabosti i prijetnje destinacije. Time se može postići bolje upravljanje destinacijom i osiguravanje pozitivnih dojmova kod turista.

7.2. PRIMJERI DOBRE PRAKSE O KULTURNOM TURIZMU

1. Rim, Italija: Rim je epicentar antičke rimske kulture i povijesti, turisti mogu istraživati Koloseum, Rimski forum i Vatikan, te se upoznati s umjetničkim djelima iz različitih perioda talijanske povijesti
2. Prag, Češka: Grad je poznat po svojoj srednjovjekovnoj atmosferi, što privlači ljubitelje povijesti i kulture
3. Dubrovnik, Hrvatska: Dubrovnik je primjer uspješne obnove povijesnog grada koji je privukao veliki broj posjetitelja, čuva autentičnost i ljepotu svoje kulturne baštine i infrastrukture
4. Cairo, Egipat: Dom drevnih piramida i faraonskih spomenika, turisti mogu otkriti bogatu egipatsku povijest, kulturu i umjetnost
5. Istanbul, Turska: Bogatom povijesti i kulturnom baštinom, Istanbul se izdvaja od svih destinacija (Aja Sofija, Veliki bazar itd...)
6. San Francisco, Kalifornija: Grad kulturne raznolikosti (Chinatown, Alcatraz, Muzeji)

7.2.1. Analiza primjera destinacija koje koriste kulturnu baštinu u turističkoj ponudi



Slika 7. Prikaz država s najvećim brojem UNESCO-ve Svjetske baštine

Izvor: Statista, <https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/>

Najbolji primjer je Italija, s obzirom na to da se ona nalazi na prvom mjestu s najvećim brojem UNESCO-ve baštine, ova država najbolje iskorištava svoj potencijal što se tiče kulturnog turizma.

Rim, glavni grad Italije, ima nevjerojatnu ponudu povijesnih spomenika, poput Koloseuma, Panteona i Rimskog Foruma. Rimski kulturni turizam također sadrži i religijske elemente, poput Sikstinske kapele i bazilike Sv. Petra.

Venecija je još jedan popularan primjer, grad na vodi, poznat po svojim kanalima i arhitekturi, privlači romantične duše i umjetnike. Slavi Karneval u Veneciji, na kojem se ljudi odijevaju u šarene kostime, privlači mnogo turista svake godine.

Regija Toskana privlači turiste u popularna mjesta poput Pise, Siene i Firence s bogatom ponudom kulturnim atrakcija. Također nudi i kombinaciju prekrasne prirode, i izvrsne gastronomije, to ju čini najidealnijom destinacijom za kulturne putnike.

Kina, koja je druga na mjestu, također ima raznoliku kulturnu ponudu koju koristi za privlačenje velikog broja turista, dakle možemo spomenuti Veliki kineski zid, proteže se na tisuće kilometara, simbolizira obrambenu prošlost Kine, a posjetitelji dolaze iz cijelog svijeta kako bi se divili ovoj strukturi.

Sljedeći primjer je zabranjeni grad u Pekingu, impresionira posjetitelje svojom arhitektonskom ljepotom, umjetničkim detaljima i poviješću kineske monarhije. Grad Xi'an ima ogroman povijesni značaj jer se tu nalazi čuvena Terakota vojska, koja svjedoči o vojničkoj i kineskoj moći. Grad Suzhou poznat je po svojim kamenim mostovima, pagodama i pažljivo napravljenim vrtovima iz vremena dinastije Sung, grad Pingyao jest stari grad iz dinastije Ming, a privlači turiste svojim tradicionalnim arhitektonskim stilom, uskim ulicama i kulturnim znamenitostima.

Kod kineske kulture čaja, turistički posjetitelji mogu istražiti različite regije Kine u kojima se uzgaja čaj, a mogu i sudjelovati u tradicionalnim ceremonijama pripreme čaja, to stvara jedinstveno i zanimljivo iskustvo.

7.2.2. Digitalizacija kulturnog turizma u međunarodnim destinacijama

Digitalizacija je postala vrlo napredna što se tiče kulturnog turizma u međunarodnim destinacijama. Uvođenjem tehnologije i online resursa donesene su značajne promjene u načinu na koji posjetitelji doživljavaju kulturnu baštinu.

Omogućuje bolje iskustvo putem interaktivnih vodiča, mobilnih aplikacija i web stranica, a online platforme omogućuju online rezervacije i kupnju ulaznica za kulturne događaje. Posjetitelji mogu dijeliti svoje iskustvo putem fotografija i recenzija na društvenim mrežama, čime dolazi do značajne promocije destinacije.

Digitalizacija je ključan segment suvremenog kulturnog turizma koja donosi nove načine interakcije i promocije kulturne destinacije.

8. ZAKLJUČAK

Zaključno, analizom uloge i značaja kulturnog turizma u međunarodnom turizmu, shvatili smo da kulturni turizam ima važnu ulogu u oblikovanju globalne turističke industrije. Kroz istraživanje različitih oblika kulturnog turizma, dokazano je da se kroz promociju kulturne baštine ne privlače samo novi turistički posjetitelji, već se povećava svijest turista i lokalne zajednice o očuvanju kulturnih elemenata i tradicije, čime se osigurava budućim generacijama prilika za učenjem i uživanjem u vlastitoj i stranoj kulturi.

Također se potiče razvoj infrastrukture i obrta čime se odmah stvaraju prilike za otvorenjem novih radnih mjesta. Međutim, kako bi kulturni turizam mogao ostvariti svoj puni potencijal, ključno je održavati ravnotežu između ekonomskih aspekata i očuvanja kulturne autentičnosti. Destinacije se mogu suočiti s pretjeranom komercijalizacijom i gubitkom lokalne autentičnosti, stoga je bitno uvesti strategije koje promiču održivo upravljanje kulturnim resursima i koje će promicati bogatstvo kulture lokalnog stanovništva.

Kroz edukaciju, promociju i digitalizaciju, kulturni turizam stvara jedinstvena iskustva putnika u kojima je prepoznata vrijednost mnogobrojne kulturno-povijesne baštine. Pomoću UNESCO-ve Svjetske baštine, ne moramo brinuti o gubitku kulturnih elemenata, s obzirom na to da su stavljena pod zaštitu, već su nam predana kako bismo uživali u njihovoj ljepoti, povijesti i izvanrednosti, sakupljajući znanje i iskustva o novim činjenicama iz povijesti i umjetnosti.

Ovo istraživanje prikazalo je različite aspekte kulturnog turizma, od uloge lokalne zajednice do utjecaja na ekonomiju i okoliš, također je naglašena potreba za cjelokupnim održivim upravljanjem kulturnih destinacija. Kroz primjere dobre prakse, strategije i pristupe, turističke destinacije diljem svijeta prepoznale su potencijal kulturnog turizma pa su ga iskoristile kako bi stvorile zanimljiva iskustva za turiste.

Aktivnim uključivanjem lokalnih zajednica u destinacijama, te educiranjem i poticanjem na očuvanje, kulturni turizam ostat će uspješan i održiv, što doprinosi pozitivnoj slici cjelokupnog ekonomskog razvoja, a samim time i budućnosti za mlade generacije.

Popis literature

Knjige:

1. Cultural tourism: Global and local perspectives, Richards, G., Routledge, Taylor and Francis Group, New York and London, 2006.
2. Međunarodni turizam, Gržinić, J., Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
3. Menadžment selektivnih oblika turizma, Geić, S., Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011.
4. Riječnik turizma, Čavlek, N., Vukonić, B., Masmedia, 2001.

Znanstveni članci:

1. Open Journal of Social Sciences, Zhang, L., 2022., 10, 43-54
2. Turizam i prostor – Klasifikacija turističkih atrakcija, Kušen, E., 2002.
3. The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, János, C., University of Pécs, Institute of Geography, Hungary, 2014.
4. Kulturno nasljeđe i turizam, Pančić Kombol, T., Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, 2006.

Internet izvori:

1. UNESCO-va Svjetska baština: <https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/>, 1.8.2023.
2. Turistički slogani država: <https://theculturetrip.com/europe/articles/this-map-shows-every-countrys-tourism-slogan-and-its-hilarious>, 1.8.2023.
3. Turistički slogani država: <https://edition.cnn.com/travel/gallery/20-most-memorable-destination-slogans/index.html>, 1.8.2023.
4. Kineska kultura čaja: <https://glutenfreemama.ru/hr/chainye-tradicii-kitaya-kitaiskaya-chainaya-ceremoniya-istoriya/>, 4.8.2023.
5. Najposjećenija mjesta u Meksiku:
<https://www.statista.com/statistics/1126182/archeological-sites-attendance-visitors-mexico/>, 30.07.2023.

6. Održivi kulturni turizam: <https://culture.ec.europa.eu/hr/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/sustainable-cultural-tourism>, 30.07.2023.
7. Kulturni turizam: <https://ekonomskiportal.com/kulturni-turizam/>, 25.07.2023.
8. Kulturni turisti: <https://brilliantio.com/what-are-the-5-types-of-cultural-tourists/>, 24.07.2023.
9. Važnost kulturnog turizma: https://iqbalfreetips.com/2022/09/importance-of-cultural-tourism.html?expand_article=1, 1.7.2023.
10. Turizam i kultura: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>, 29.06.2023.
11. Etika i kultura: <https://www.unwto.org/ethics-culture-and-social-responsibility>, 29.06.2023.

Popis slika

1. Prikaz hijerarhije glavnih oblika kulturno-povijesne baštine, str., 12
2. Prikaz grafikona: Najpopularnija arheološka nalazišta u Meksiku u 2021. prema broju posjetitelja, str., 14
3. Prikaz grafikona: Najposjećeniji muzeji svijeta u 2021., u milijunima, str., 15
4. Prikaz najpoželjnije vrste turizma od strane turista, str., 18
5. Prikaz ekonomskih i društvenih utjecaja kulturnog turizma, str., 22
6. Logo Svjetske baštine, str., 31
7. Prikaz država s najvećim brojem UNESCO-ve Svjetske baštine, str., 38

Popis tablica

1. Faze kulturnog šoka prema Obergovom modelu, str., 20
2. Popis destinacija i aktivnosti kreativnog turizma, str., 21
3. Prikaz međunarodnih kulturnih različitosti, str., 28
4. SWOT analiza kulturnog turizma u međunarodnom turizmu, str., 36

Popis fusnota

1. Druga definicija objašnjava kako je to oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera¹, str., 2

2. Danas kulturni turizam uključuje mnogo popularnih kulturnih atrakcija, sport, povijesnu baštinu i svakodnevni život „lokalnih“ zajednica², str., 2
3. Kulturni turist uglavnom se definira kao pojedinac koji ima visoki socioekonomski status, visoko obrazovanje, razvijenu kulturnu potrebu i zanimanje za kulturu, te naravno i slobodno vrijeme i financijska sredstva³, str., 4
4. UNWTO predstavio je nekoliko faza razvoja turizma od kojih su najbitnije: rano doba (prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija), zatim srednje doba (V.-XIV. st., hodočašća i istraživačka putovanja), doba renesanse (XIV.-XVII. st., Grand Tour i edukativna putovanja), industrijska revolucija (od 1750.-1850., razvijanje gradova, parni stroj), te moderni turizam (razvoj prometa, masovni turizam)⁴, str., 7
5. Baština je korijen čovječanstva, ona koja nam nudi konkretnu vezu s našom prošlošću i koja oblikuje ljudsko društvo. Može biti opipljiva i materijalna, kao što su piramide i povijesni spomenici ili mogu biti u obliku prirodnih fenomena, poput koraljnih grebena, različitih vrsta životinja i bogatih prirodnih ljepota⁵, str., 9
6. To je razlog da se turizam može razviti samo u područjima koja posjeduju potencijalne ili realne turističke atrakcije, iz čega slijedi zaključak da turističke atrakcije u turističkom gospodarstvu imaju funkciju njegove „sirovine“, tj. da su njegov temeljni resurs⁶, str., 10
7. Kreativni kulturni turizam je pojava suvremenog poimanja turizma koja se vezuje uz ispunjavanje čovjekova slobodna vremena na putovanju. Brojne destinacije osmišljavanjem inovativnih ponuda grade imidž destinacije i potiču na turističku potrošnju⁷, str., 19