

Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca

Izidora Marković, Borna Fuerst-Bjeliš

Izraženi prostorni identitet lokalne zajednice znači i veću povezanost i vrijednost pojedinih kulturnih i prirodnih resursa te nematerijalne baštine, koji se tako, pravilnim upravljanjem i ulaganjima, mogu transformirati u značajnu turističku atrakciju. Baština odražava stabilnost razvoja, kontinuiranu naseljenost i tradiciju kulturnoga krajobraza i kulture života te je stoga važan dio tradicijskog identiteta. Kulturna baština resurs je koji prepoznaju i turisti, pa može stvoriti vezu između identiteta i percepcije rezidenata i turista. Stoga je prostorni identitet jedan od najvažnijih nematerijalnih resursa, koji uz pravilnu prezentaciju i promociju ima značajan potencijal u izgradnji jedinstvenih turističkih proizvoda. Cilj istraživanja je utvrđivanje izraženosti identifikacije ispitanika s identitetom regije te uspostavljanje mogućih veza i utjecaja regionalnog identiteta na održivi razvoj turizma na primjeru Bjelovara i Čakovca.

Ključne riječi: prostorni identitet, tradicija, održivi turizam, turističke atrakcije, percepcija, Bjelovar, Čakovec

Spatial Identity as a Driving Force in Tourism Development: Comparative Analysis of the Bjelovar and Čakovec Regions

The expressed regional identity of the local community will also mean greater attachment, and that the value of cultural and natural resources as well as intangible assets, through proper management and investment, have the capability of becoming a major tourist attraction. Heritage reflects the stability, continuity of settlement, the tradition of the cultural landscape and the lifestyle, and is therefore an important part of the traditional identity. Cultural heritage is a resource recognized by tourists, which actually creates a link between identity and the perceptions of residents and tourists. With proper presentation and promotion, spatial identity is one of the most important intangible tourism resources having a very high potential in building unique tourism products. The focus of this paper is the identification of an individual with the spatial identity of a region and investigation of the effects on the sustainable development of tourism, based on a case study of Bjelovar and Čakovec.

Key words: spatial identity, tradition, sustainable tourism, tourism attractions, perception, Bjelovar, Čakovec

UVOD

Turizam ima iznimno značajnu ulogu u transformaciji prostora u kojem se odvija. Pritom se misli na prostor sa svim njegovim materijalnim komponentama poput okoliša, arhitekture i stanovništva, ali i nematerijalnim poput sustava vrijednosti, jezika i prostornog identiteta. Prostorni identitet možemo promatrati kao resurs koji može utjecati na razvoj turizma u nekoj destinaciji, osobito u njegovoj početnoj razvojnoj fazi. Ključno pitanje ovog istraživanja jest može li intenzitet identifikacije pojedinca sa sociokulturnim identitetom regije u kojoj živi utjecati na razvoj turizma i u kojoj mjeri. Nadalje, u radu se preispituje odnos turizma/turista i prostornog identiteta te se raspravlja o njihovoj interakciji.

Sukladno navedenome postavljene su tri radne hipoteze:

1. Regionalni identitet ima značajniju ulogu od drugih prostornih identiteta u jasno definiranim tradicionalnim regijama.
2. Izraženi prostorni identitet rezidenata prednost je u turističkom razvoju regije.
3. Razvoj turističkih proizvoda posljedica je prepoznatosti baštine kao dijela prostornog identiteta i od rezidenata i nerezidenata.

INTERAKCIJA PROSTORNOG IDENTITETA I TURIZMA

Za razvoj turizma iznimno su važne tradicijske regije. One objektivno postoje kao izdvojeni i prepoznatljivi prostori i pojmovi (Fürst-Bjeliš, 1996, 326), pri čemu su najuže vezane uz snažno izražen regionalni identitet. Regionalni identitet utemeljen je prije svega u kolektivnoj svijesti o jedinstvenosti i homogenosti prostora i različitosti u odnosu na susjedne i druge prostore. Ta percepcija jedinstvenosti i homogenosti, odnosno regionalna svijest, može biti satkana od brojnih različitih elemenata. Tu je ponajprije zajednički način života, odnosno podijeljena egzistencija koja izrasta iz međusobnih kontakata, kontinuiranih i ponavljanih kroz dugo vrijeme. A to je upravo ono što čini bit tradicije. Njezin vanjski izraz, odnosno materijalizacija načina života, ogleda se prije svega u kulturnom pejzažu ili pojedinim njegovim elementima (Fürst-Bjeliš, 1996, Fuerst-Bjeliš, 2012, 14). Tri su osnovna kriterija koja definiraju tradicijske regije: kriterij prirodne sredine, administrativno-teritorijalni te sociokulturni (jezik, dijalekt i krajobraz) (Fürst-Bjeliš, 1996, 1998). Pritom i tradicijske regije mogu mijenjati svoj prostorni obuhvat, ovisno o izraženosti pojedinih komponenata prostornog identiteta te o njegovim konotacijama (primjerice tradicijska regija Slavonija). U današnjoj svijesti stanovnika sve veću ulogu u formiranju regija, pa čak i u preoblikovanju tradicijskih regija ima turizam upravo zbog jake transformacije koju donosi u prostor, ali i u samu svijest zajednice.

Stalno stanje promjene specifično je za identitete, a pojačava se interakcijom s alohtonim identitetima. To se osobito očituje u današnjem svijetu olakšane interakcije kultura i identiteta (Jelinčić, 2006), pri čemu osobitu ulogu ima turistička interakcija. Turizam kao sredstvo komunikacije različitih kultura često se promatra kao sredstvo zbližavanja, no u novije vrijeme još i češće kao izvor konflikata između rezidenata i turista (Robinson, 1999; Macloed, 2006; Rekom i Go, 2006; Gu i Ryan, 2007). Veliki broj radova posvećen je utjecaju turizma na tradicijski sociokulturni i prostorni identitet, pri čemu se općenito utvrđuje promjena identiteta pod utjecajem turizma, kroz slabljenje, ali i potencijalno jačanje i predominaciju tradicionalnoga prostornog identiteta (Vidal Gonzáles, 2008; Gu i Ryan, 2006). Isto tako ponuda prostornog identiteta kao turističkog proizvoda može utjecati kroz promjenu u značenju samog identiteta za zajednicu, postupnu promjenu prema novom – općem identitetu i podvajanje identiteta ovisno o tome kome se prezentira (Brondth i Haugen, 2011).

Pri kulturnom kontaktu važno je, nadalje, razlikovati rezidente i njihov prostorni identitet te identitet turistâ koji je uvjetovan turističkim putovanjem (MacCannel, 1998), kao i kulturu i identitete djelatnika u turizmu (Brown i Jafari, 1990). Upravo zbog želje da promijene svoju kolotečinu turisti odlaze u mjesta koja im mogu ponuditi brojne druge zanimljive, ali i drugačije značajke, pa tako i prostorni identitet s kojim se djelomice poistovjećuju (Jafari, 1987, 157), pri čemu privlačnost lokalnoga ili regionalnog identiteta može iznimno varirati.

Zajednička svijest o prostornom identitetu sastoji se od brojnih komponenata koje obuhvaćaju primjerice zajednički prostor, povijest i kulturu, materijalne komponente prostornog identiteta poput kulturnoga krajobraza ili arhitekture te nematerijalne komponente poput načina života i rada. Prostorni identiteti, odnosno njegove razine kao što su nacionalni, regionalni i lokalni identitet, sastavnice su sociokulturnog identiteta pojedinaca i oblikuju se u određenome kulturnom kontekstu (Šakić i dr., 2009) te su specifikum svake postojeće zajednice na planetu (Paasi, 2003). Izraženije regionalne identitete imaju kompaktne zajednice sa stabilnim demografskim razvojem, zajedničkom povijesno-kulturnom baštinom i većom gustoćom institucija u pojedinom području (Pejnović, 2010). Istovremeno su takve zajednice spremnije na sudjelovanje u planiranju lokalnoga i regionalnog razvoja, što se očituje kroz veća ulaganja kapitala. Regionalni identitet može se poistovjetiti i s apstrakcijom kreiranom da bi se lakše analizirale poveznice između društva i institucionaliziranih procesa (Paasi, 2002).

Razvijenost pojedinoga prostornog identiteta ovisi o individualnom aspektu pojedinaca te su stoga za njegovo izučavanje nužna i istraživanja čija je baza pojedinac. Stoga se sociokulturni identitet svakako može vezati uz prostorni identitet, koji je jedan od faktora koji ga oblikuje, te podrazumijeva skup međuovisnih prirodnih i društveno-geografskih obilježja nekog prostora na kojima se zasniva identifikacija (Pejnović, 2010).

Određivanje prostornog identiteta osobno je pitanje i nemoguće je dati opću sliku bez sagledavanja subjektivnog pogleda svakog člana zajednice (Penda, 2005). Brojna istraživanja pokazala su da i pojedinačni identiteti (zanimanje, spol i odnos prema okolišu) znatno utječu na stavove prema razvoju turizma (Nunkoo i Gursoy, 2012), čime zapravo svođenjem sličnih osobnih identiteta na zajednički identitet možemo poistovjetiti stavove različitih regionalnih identiteta prema turizmu. Relacijska dimenzija identiteta, odnos prema sebi, drugima, prirodi i bogu, značajno utječe na oblikovanje ukupnoga prostornog identiteta. Ekološka osviještenost ima iznimno velik utjecaj na razvijenost regionalnog identiteta (Cifrić i Nikodem, 2008), koji održivo baštini svoj okoliš i krajobraz.

Izraženi sociokulturni identitet kod rezidenata također znači i veću povezanost i vrijednost pojedinih kulturnih i prirodnih dobara, ali i nematerijalnih dobara, koja pravilnim upravljanjem i ulaganjem mogu postati i značajne turističke atrakcije (Simon i dr., 2010). Baština odražava stabilnost i kontinuitet naseljenosti, tradiciju kulturnoga krajobraza te kulturu življenja te je stoga važan dio sociokulturnog identiteta (Jelinčić, 2006). Kulturna baština također predstavlja resurs koji prepoznaju turisti, čime se zapravo stvara veza prostornog identiteta stanovnika i percepcije mjesta od turistâ. Prostorni identitet jedan je od najznačajnijih nematerijalnih turističkih resursa, koji uz pravilnu prezentaciju i promociju ima vrlo visok potencijal za izgradnju jedinstvenoga turističkog proizvoda (Antolović, 1997; Kušen, 2002).

Ako rezidenti ne prepoznaju dovoljno vrijednosti kulturne baštine kao dio svoga prostornog identiteta, velika je mogućnost da je ni turisti kao takvu neće valorizirati. Odnos kulturne baštine i turizma dinamičan je i kontinuirano se mijenja objedinjujući kako prilike za razvoj tako i prijetnje razvoju (Jelinčić, 2006). Nadalje, postoji mogućnost osmišljavanja novoga i privlačnijega prostornog identiteta, kao što to čine brojne destinacije osrednje privlačne atrakcijske osnove organizacijom

manifestacija koje mijenjaju prostorni identitet cijele destinacije s ciljem privlačenja turista (npr. brojni viteški turniri). Upravo je stoga iznimno bitna kvalitetna interpretacija prostornog identiteta u svrhu turizma, kojom se može i među lokalnim stanovništvom podići razina svijesti o identitetu (Hunter, 2011).

Tri su temeljne razine prostornog identiteta: nacionalni, regionalni i lokalni. Oni se mogu poklopiti te imati u istoj zajednici različitu izraženost koja se može vezati i uz subjektivne emocije prema prostoru. Status i ugled regije, pa tako i regionalnog identiteta, imaju također veliku mogućnost rasta nakon što budu „otkriveni” u svrhu razvoja turizma (Rekom i Go, 2006; Sani i Mahasti, 2012). Jasna je uloga dvosmjernog utjecaja turizma i prostornog identiteta, koji se nalaze u kompleksnoj vezi utjecaja i odnosa. Vezanost uz mjesto boravka javlja se brže i lakše od razvoja prostornog identiteta, što je posebice jasno kod onih koji kraće borave u nekom prostoru, poput vikend-turista (Hernández i dr., 2007). S druge strane, turizmu se pridaje i uloga „graditelja” identiteta kroz koji pojedina država, ali i regija mogu unaprijediti svoj imidž te formirati pozitivan prostorni identitet, posebice u razdobljima rata i tranzicije (Light, 2001; Skoko, 2004).

METODOLOGIJA I OKVIR ISTRAŽIVANJA

Za potrebe istraživanja izabrani su gradovi Bjelovar i Čakovec, prije svega zbog brojnih sličnosti područja, primjerice u dijelu centralnih funkcija, u kulturnom krajobrazu te djelomice u povijesno-geografskom razvoju pod utjecajem Austro-Ugarske Monarhije i pod povijesno-kulturnim utjecajima srednjoeuropskoga kulturnoga kruga kojima je bilo izloženo cijelo područje središnje Hrvatske. Također postoje značajne sličnosti u stupnju turističkog razvoja, koji se temelji na baštini područja, no još je uvijek primarno vezan uz najveće manifestacije u razmatranim gradovima (Terezijana u Bjelovaru i Porcijunklovo u Čakovcu).

Radi razumijevanja identiteta područja bitno je naglasiti da je Bjelovar jedan od nodalno-funkcijskih centara Središnje Hrvatske za koji je specifična niska stopa razvoja turizma, koju izravno najbolje dokumentira podatak o manje od 1% svih turističkih dolazaka u regiji središnje Hrvatske (BIST, 2014). Usto je na području grada velik udio doseljenog stanovništva iz drugih krajeva Hrvatske, ali i Bosne i Hercegovine te Kosova. Također, Bjelovar se nalazi na kontaktnom području nekoliko tradicijskih regija, među kojima su Slavonija, Podravina, Moslavina i Bilogora¹. No Bilogora je regija kojoj najizraženije pripada, pri čemu je upravo ona najslabije definirana tradicijska regija. Temeljem pretpostavke da identitet gradskog područja, koje je prostorno šire, ima značajniji utjecaj od same administrativne jedinice Grada Bjelovara, u analizu su, uz primarni dio regije Grada Bjelovara, uključene i općine koje graniče s administrativnom jedinicom: Rovišće, Kapela, Severin, Šandrovac, Veliko Trojstvo, Nova Rača, Ivanska i Štefanje. To će se područje u nastavku rada nazivati Bjelovarska regija. Kao sekundarno područje analize podataka izdvaja se područje Bjelovarsko-bilogorske županije.

Grad Čakovec izabran je kao administrativno sjedište Međimurske županije i tradicijske regije Međimurja. Tradicijska regija Međimurja obuhvaća prostor između dviju najsjevernijih hrvatskih rijeka, Mure na sjeveru i Drave na jugu. Administrativno područje Međimurske županije najvećim se dijelom poklapa s tradicijskom regijom Međimurja (Šlezak, 2011). Grad Čakovec, ali i cijela županije ističu se kao područje s najvišom razinom društveno-gospodarske razvijenosti u Hrvatskoj (Živić i dr., 2005) te kao područje veće vrijednosti „ljudskog kapitala” (Nejašmić i Mišetić, 2010). U analizi je kao primarno područje interesa određen grad Čakovec s graničnim

¹ Tradicijska regija Bilogora relativno se rijetko izdvaja, posebice zbog brojnih tradicijskih regija u okruženju te zbog činjenice da je sjeverni dio gore Bilogore dio tradicijske regije Podravine. Južni i jugoistočni dio gorja odnose se na razmatranu regiju, pri čemu je njeno središte grad Bjelovar.

Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca

općinama Orehovica, Mala Subotica, Pribislavec, Belica, Podturen, Vratišinec, Šenkovec, Nedelišće i Strahoninec, što će se u nastavku rada nazivati Čakovečka regija. Sekundarno područje analize cijela je administrativna jedinica Međimurske županije.

Određivanje identiteta osobno je pitanje i nemoguće je dati opću sliku bez sagledavanja subjektivnog pogleda svakog člana zajednice (Penda, 2005) te je upravo stoga u istraživanju upotrijebljena eksplorativna metoda anketnog upitnika. Anketom su obuhvaćeni nerezidenti, tj. turisti, i rezidenti.

Anketiranje nerezidenata provedeno je na slučajnom uzorku populacije Hrvatske kako bi se istražile njihove percepcije o prostornom identitetu i potencijalu razvoja Bjelovarsko-bilogorske i Međimurske županije, pri čemu je i o Čakovcu i o Bjelovaru anketirano 120 ispitanika. Upitnik za nerezidente sadržavao je deset pitanja, a povrat je iznosio 35%. Istovremeno je provedeno istraživanje rezidenata o percepciji vlastitoga prostornog identiteta i turističkih potencijala Bjelovarske i Čakovečke regije na uzorku od 116 ispitanika u Bjelovaru i 108 rezidenata u Čakovcu. Upitnik za rezidente sadržavao je dvanaest pitanja, a povrat je iznosio 67%.

U istraživanju je upotrijebljena metoda neprobabilističkog uzorkovanja (Milas, 2009), a pitanja su bila otvorenog i zatvorenog tipa. Primijenjene su dvije tehnike prikupljanja podataka: izravnim kontaktom (28% ispitanih) i internetskim obrascima (72% ispitanih). Cilj istraživanja bio je usporediti percepcije rezidenata i nerezidenata o identitetu prostora dviju regija i utvrditi jesu li se razlike u promatranim regijama dogodile slučajno ili postoji značajna statistička razlika kao posljedica razlike u identitetima. Ankete su provedene u travnju 2013. U izračunu je upotrijebljen hi-kvadrat test.

Sekundarni izvori podataka bili su podaci o turističkoj aktivnosti na području grada Bjelovara, grada Bjelovara sa susjednim općinama, u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, gradu Čakovcu, gradu Čakovcu sa susjednim općinama i Međimurskoj županiji.

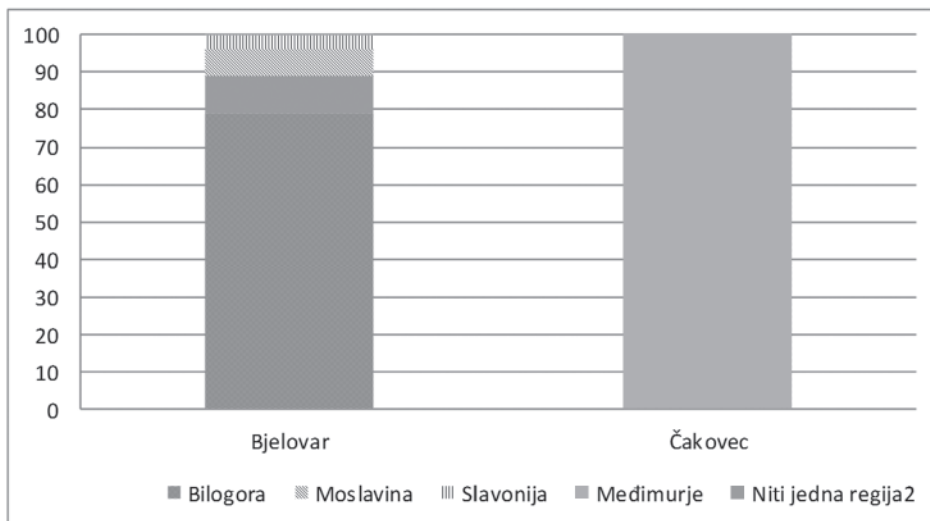
REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Percepcije rezidenata o prostornom identitetu i turističkim potencijalima

Lokalno stanovništvo ima presudnu ulogu u pokretanju turističkog razvoja pojedine destinacije, u prvom redu zbog dobrog poznavanja potencijalnih turističkih resursa kao temelja za nastanak turističke destinacije. Stoga je suživljenost stanovništva s materijalnom baštinom, ali i nematerijalnom, koju u prvom redu čini prostorni identitet, važna stavka u analizi turističkog razvoja.

U tu je svrhu na području grada Bjelovara i Čakovca provedeno istraživanje percepcije rezidenata o vlastitome prostornom identitetu te turističkim resursima i njihovim potencijalima za turistički razvoj. Stavovi rezidenata o turističkim resursima, potencijalima i prostornom identitetu ispitani su zatvorenim pitanjima, pri čemu je kod utvrđivanja najvažnijih turističkih atrakcija svaki ispitanik mogao izabrati onoliko ponuđenih atrakcija koliko poznaje.

Na području Bjelovara anketirano je 116 ispitanika. Dobna struktura ispitanika bila je: 38,8% u dobi od 18 do 29, 51,7% u dobi od 30 do 59 te 9,5% iznad 60 godina. S obzirom na multietničnost područja među anketiranima je bilo 15% pripadnika nacionalnih manjina (najviše Srba, 8,6%, te Čeha, 2,6%). Većina, čak 79% ispitanika, ocijenila je da ponuđeni tradicijski regionalni identiteti pripadaju tradicijskoj regiji Bilogori, a 10% ispitanika smatralo je da kao stanovnici Bjelovara ne pripadaju nijednoj regionalnoj cjelini. Ostatak ispitanih poistovjetio se sa Slavonijom i Moslavinom (sl. 1).



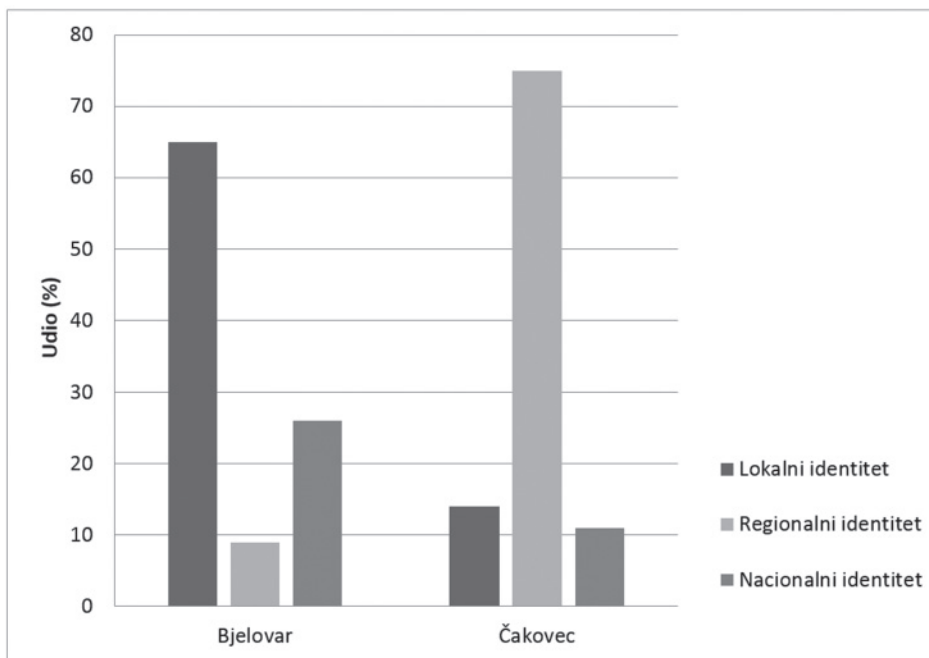
Sl. 1. Osjećaj pripadnosti stanovnika Bjelovara i Čakovca tradicijskim regijama

Fig. 1 The sense of affiliation to traditional regions of residents of Bjelovar and Čakovec

Izvor: anketno istraživanje, 2013.

Na pitanje s kojom se razinom prostornog identiteta poistovjećuju tek je 8% izabralo regionalni identitet kao najvažniji za njihovo određenje, dok je nacionalni identitet kao primarni istaknulo 25% ispitanika. Ipak, najveću važnost u identifikaciji ima lokalni identitet građana Bjelovara (55%) (sl. 2). S obzirom na dugu tradiciju manjinskih kulturno-umjetničkih udruga, koje imaju važnu ulogu u očuvanju nacionalne svijesti, razumljivo je što među odgovorima ispitanika manjinskih zajednica prevladava isticanje nacionalnog identiteta kao primarnoga (92%). Istovremeno manje od polovine ispitanika ima jače izražen osjećaj lokalne pripadnosti te im je važno isticanje lokalne pripadnosti u komunikaciji s drugim ljudima (40,5%). Oni koji su istaknuli važnost lokalnog identiteta ističu u većini odgovora kako je on važan upravo zbog razlikovanja od ostalih regija u okruženju. Veliki udio ispitanika (80%) ne zna zašto im je prostorni identitet važan.

Poznavanje turističkih potencijala istraženo je kroz pet pitanja. U prvom pitanju ispitanici su trebali odgovoriti smatraju li da Bjelovar s okolicom ima atrakcija koje bi potencijalno mogle privući veći broj turista. Rezultati pokazuju da je 66,4% ispitanika prepoznalo da ima, dok je 23,4% smatralo da nema dovoljno potencijala, a 10,3% nije bilo sigurno. Ispitanicima je ponuđeno osam glavnih atrakcija područja Bjelovara, među kojima su morali odabrati dvije najznačajnije valorizirane (realne) atrakcije. Među ponuđenima su ispitanici kao najznačajnije istaknuli Centralni park s paviljonom (37%), Bjelovarski sajam (32,8%) i Festival kazališta BOK fest (33,6%). Prema rezultatima anketnog istraživanja, najmanju atraktivnost imaju vrh Kamenitovac kao dio prirodne baštine (11,2%), Mato Lovrak kao poznata osoba i dio nematerijalne baštine (10,3%), te sir kao resurs kulture života i rada (8,6%). Ispitanici su nadalje trebali izabrati sve nedovoljno valorizirane (potencijalne) atrakcije koje su im poznate, pri čemu je ponuđeno dvanaest atrakcija navedenih u „Turističkome masterplanu Bjelovarsko-bilogorske županije” iz 2009. te na internetskim stranicama županijske Turističke zajednice. Najveću frekvenciju imali su elementi nematerijalne baštine poput Božićnoga gala koncerta, Češke obeci i Zavičajne zbirke u Velikom Trojstvu. Većina ipak smatra da ukupna privlačnost resursa u Bjelovaru nije dovoljna za razvoj turizma (51%), što implicira da je i povezanost s kulturnom baštinom kao dijelom tih resursa nešto niža (tab. 1).



Sl. 2. Izraženost prostornog identiteta rezidenata Bjelovara i Čakovca
Fig. 2 The intensity of spatial identity of residents of Bjelovar and Čakovec
Izvor: anketno istraživanje, 2013.

Na području grada Čakovca u anketnom istraživanju sudjelovalo je 108 ispitanika, od kojih je većina (53%) u dobi između 30 i 59 godina, dok je udio mlade populacije (18 – 29) 27%, a starije (60 i više godina) 20%. Svi ispitanici bili su hrvatske nacionalnosti, što ne odgovara u potpunosti etničkoj slici Međimurske županije, gdje su Romi značajna manjina prema popisu iz 2011., s udjelom u ukupnoj populaciji od 4,5%. Zbog objektivnih problema vezanih uz anketiranje romske populacije nisu međutim uključeni u uzorak. Pri ispitivanju regionalnog identiteta svi ispitanici poistovjetili su se s tradicijskom regijom Međimurja (sl. 1) i istaknuli regionalnu razinu identiteta kao najvažniju (75%) (sl. 2). Lokalna i nacionalna razina identiteta, prema mišljenju ispitanika, za njihovu su identifikaciju mnogo manje važne. S obzirom na navedeno većina ispitanika (96%) također smatra da izraženi lokalni i regionalni identitet mogu značajno pridonijeti razvoju turizma područja Čakovca. Većini ispitanika također je važno isticanje vlastite lokalne/regionalne pripadnosti, u najvećoj mjeri zbog osjećaja ponosa na svoj kraj, tradicije života i rada te zbog tradicije same regije.

Prema odgovorima na pitanje o turističkim potencijalima, većina ispitanika smatra da Čakovec s okolicom ima mogućnost privlačenja i većeg broja posjetitelja. Kao najznačajnije valorizirane atrakcije u toj funkciji prepoznali su vinske ceste Međimurja, Stari grad Zrinski i Regionalni park Mura Drava, dok su najmanje značajne atrakcije crkva Sv. Nikole biskupa i Muzej Međimurja. Kao najznačajnije (najveća učestalost odgovora) još nevalorizirane atrakcije ispitanici su istaknuli tri nematerijalne: Zrinsku gardu, Muzički memorijal Josip Štolcer Slavenski te Bajkovite okuse Međimurja. Kao nevalorizirane atrakcije s najmanje turističkog potencijala (najmanja učestalost odgovora) ocijenjeni su Sortirnica ugljena, geomorfološki spomenik Bedekovićeve grabe

i Biodinamički vrt u Donjem Kraljevcu. Većina ispitanika smatra da grad Čakovec s okolicom ima značajan turistički potencijal, koji bi se jačim vrednovanjem vlastitoga prostornog identiteta mogao i realizirati (tab. 1).

Tab. 1. Stavovi rezidenata o turističkim resursima, potencijalima i prostornom identitetu
Tab. 1 Attitudes of residents towards tourism resources, potentials and spatial identity

	Bjelovar (N = 116)			Čakovec (N = 108)		
	Visok (%)	Nizak (%)	Nedovoljno poznat (%)	Visok (%)	Nizak (%)	Nedovoljno poznat (%)
Važnost turističkih atrakcija područja	66,4	23,4	10,3	81	15	4
Razina turističkog potencijala	29	54	17	67	22	11
Važnost identiteta u razvoju turizma	71	16	13	96	4	0

Izvor: anketno istraživanje, 2013.

Tab. 2. Tablica prema hi-kvadrat testu o stavovima rezidenata Bjelovarske i Čakovečke regije
Tab. 2 "Hi-square test" table of attitudes of residents in Bjelovar and Čakovec regions

Tvrđnja	Stupanj važnosti	Visok		Nizak		Nedovoljno poznat	
	Regija	Bjelovar	Čakovec	Bjelovar	Čakovec	Bjelovar	Čakovec
Važnost atrakcije	Empirijski rezultat	77	87	27	16	12	5
	Teorijski rezultat	85,2306	79,2733	22,4568	20,8871	8,42856	7,83944
	Devijacija	-8,2306	7,72662	4,54318	-4,8871	3,57140	-2,8394
	Kvadratna devijacija	67,7431	59,7007	20,6405	23,8845	12,7551	8,06242
	Hi-kvadrat	0,79482	0,75309	0,91912	1,14350	1,51332	1,02844
Razina potencijala	Empirijski rezultat	34	72	63	24	20	12
	Teorijski rezultat	54,8928	51,1071	44,7428	41,6571	16,3642	15,2357
	Devijacija	-20,892	20,8928	18,2571	-17,657	3,63571	-3,2357
	Kvadratna devijacija	436,511	436,511	333,323	311,774	13,2184	10,4698
	Hi-kvadrat	7,95206	8,54110	7,44975	7,48430	0,80776	0,68719
Važnost identiteta	Empirijski rezultat	82	104	19	4	15	0
	Teorijski rezultat	96,3421	89,6978	11,8485	11,0314	7,80928	7,27071
	Devijacija	-14,342	14,3021	7,15142	-7,0314	7,19071	-7,2707
	Kvadratna devijacija	205,697	204,551	51,1429	49,440	51,706	52,8632
	Hi-kvadrat	2,1350	2,2804	4,3163	4,4818	6,62114	7,2707

Izvor: anketno istraživanje, 2013.

Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca

Da bi se utvrdilo postoji li stvarna statistička razlika između odgovora rezidenata Bjelovara i Čakovca, koja je vidljiva iz tab. 1, proveden je hi-kvadrat test² za svaku od tri navedene tvrdnje. Analizom dvaju nezavisnih uzoraka za Bjelovarsku i Čakovečku regiju utvrđen je broj stupnjeva slobode, koji iznosi 2 za sve ponuđene varijable. Iz tablice hi-kvadrat testa možemo očitati da granična vrijednost hi-kvadrata uz drugi stupanj slobode na razini značajnosti od 5% iznosi 5,99. Hi-kvadrat za važnost turističkih atrakcija iznosi 6,71, za razinu turističkog potencijala 33,34 i za važnost identiteta u razvoju turizma 26,13. Stoga možemo zaključiti da je izračunati hi-kvadrat test u sva tri slučaja veći od kritične vrijednosti te ćemo u skladu s time prihvatiti hipotezu, tj. postoji značajna statistička razlika između dobivenih rezultata u Bjelovarskoj i Čakovečkoj regiji, iz čega proizlazi da ona nije slučajna, već je vezana uz razlike u snazi prostornog identiteta. Iz pojedinačnih hi-kvadrata možemo zaključiti da je najmanja mogućnost slučajne statističke razlike vezana uz razinu turističkih potencijala i važnost identiteta u turizmu (tab. 2).

Percepcije nerezidenata o prostornom identitetu i turističkim potencijalima

Prostorni identitet kao jedna od odrednica imidža destinacije iznimno je bitna stavka percepcije nerezidenata (turista ili potencijalnih turista) o nekoj destinaciji. Materijalna i nematerijalna baština, kao sastavnice prostornog identiteta, ponekad svojom privlačnošću/jačinom djelovanja mogu definirati glavne odrednice identiteta prostora u percepciji posjetitelja ili potencijalnih posjetitelja. Pritom se na temelju privlačnosti pojedinih segmenata prostornog identiteta mogu kreirati turistički proizvodi s ciljem jačanja turističke ponude u smjeru interesa korisnika/kupaca. Upitnik za nerezidente sastojao se od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, pri čemu su ispitanici bili zamoljeni da samostalno opišu identitet Bjelovara i Čakovca s nekoliko ključnih pojmova te da među ponuđenim atrakcijama (koje su bile identične kao i za rezidente) izaberu njima poznate.

Svi nerezidenti (100%) prepoznaju grad Čakovec kao integralni dio tradicijske regije Međimurja, što upućuje na snagu izraženosti regionalnog identiteta. S druge strane, većina nerezidenata (74%), smatra da je grad Bjelovar dio Bilogorske regije, no znatni udio ispitanih prepoznaje Bjelovar također kao dio Slavonije, Podravine i Moslavine, što je indikator slabo izraženoga prostornog identiteta grada i regije. Nadalje, većina ispitanika vezuje Čakovečku regiju uz pozitivne konotacije kojima se opisuje „duh“ područja i ljudi, poput tradicije, marljivosti, baštine, očuvanosti, dobrog vina, srčanosti i sl. Bjelovarska regija više se vezuje uz industriju i sport, a vrlo rijetko uz elemente prostornog identiteta. Percepcija nerezidenata u slučaju Bjelovara fokusirana je, prema tome, većinom na pojedinačna dostignuća (sportskih klubova i poduzetništva), a manje na ukupnu sliku prostora, odnosno regije. To je također još jedna izravna indikacija slabije razvijenoga ukupnog regionalnog identiteta, ali i njegove prepoznatljivosti.

Nadalje, svaki ispitanik morao je između ponuđenih osam najvažnijih atrakcija Bjelovarske regije izabrati one koje su mu poznate. S obzirom na frekvenciju odgovora atrakcije su rangirane na skali od 1 do 8. Jasno je vidljivo da je percepcija atraktivnosti pojedinih valoriziranih turističkih atrakcija Bjelovarske regije gotovo dijametralno suprotna percepciji atraktivnosti nerezidenata (tab. 3). Tako su primjerice sir i tradiciju njegove proizvodnje, kao bitni dio Bjelovarske tradicije, rezidenti zanemarili te je između ponuđenih atrakcija izabrana kao najmanje atraktivna. S druge strane, nerezidenti tu atrakciju percipiraju upravo kao najvažniju. Stoga je potpuno jasna potreba za daljnjim razvojem turističkih proizvoda utemeljenih na kulturi života i rada, čime ne samo da bi se potencijalnim posjetiteljima ponudili zanimljivi proizvodi već bi se i povećao interes rezidenata za nematerijalnu baštinu i jačanje prostornog identiteta.

² Postupak nazvan hi-kvadrat (χ^2) test upotrebljava u se većini slučajeva ako je riječ o kvalitativnim podacima ili ako distribucija tih podataka značajno odstupa od normalne. Ako su prisutne frekvencije dvaju ili više nezavisnih uzoraka, testom ustanovljujemo razlikuju li se uzorci u opaženim svojstvima.

Tab. 3. Percepcija rezidenata i nerezidenata o snazi najvažnijih turističkih atrakcija u Bjelovarskoj regiji
 Tab. 3 *The perception of residents and non-residents on the strength of the most important tourist attractions in the Bjelovar region*

Atrakcija	Tip atrakcije	Rezidenti (%)	Rang	Nerezidenti (%)	Rang
Centralni park s paviljonom	Krajobraz/kulturna baština	37	1	40	2
Bjelovarski sajam	Sajam	33	2	33	6
BOK Fest	Manifestacija	34	3	23	7
Terezijana	Manifestacija	26	4	34	5
Katedrala sv. Terezije	Kulturna baština/ vjerska institucija	21	5	34	4
Biciklističke staze Bjelovara i Bilogore	Turistička cesta	14	6	35	3
Kamenitovac	Vidikovac	11	7	11	8
Sir	Kultura života i rada	9	8	46	1

Izvor: anketno istraživanje, 2013.

S druge strane, možemo vidjeti da je percepcija rezidenata i nerezidenata o važnosti atrakcija u Čakovečkoj regiji gotovo usklađena (tab. 4). Ta usklađenost omogućuje, ali i olakšava razvoj resursa koji je podudaran kako sa željama i očekivanjima posjetitelja tako i sa stavovima rezidenata. Na taj se način smanjuju neprofitabilna ulaganja u resurse, do kojih može doći ako rezidenti ne „osjećaju” svoj prostorni identitet, već razvijaju infrastrukturu koja ga ne podupire.

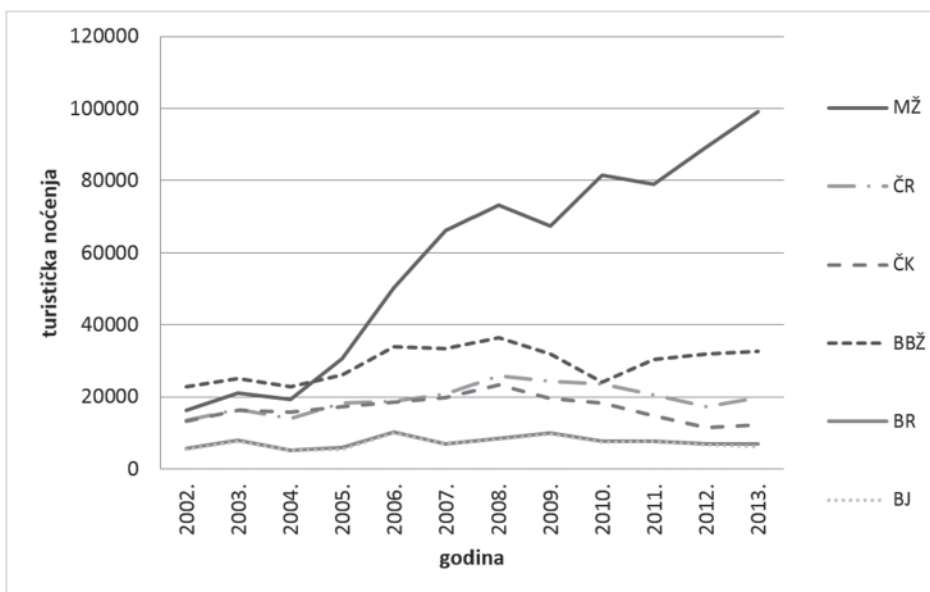
Tab. 4. Percepcija rezidenata i nerezidenata o snazi najvažnijih turističkih atrakcija u Čakovečkoj regiji
 Tab. 4 *The perception of residents and non-residents on the strength of the most important tourist attractions in the Čakovec region*

Atrakcija	Tip atrakcije	Rezidenti (%)	Rang	Nerezidenti (%)	Rang
Vinske ceste Međimurja	Turistička cesta	62	1	40	1
Stari grad Zrinski	Kulturna baština	54	2	36	2
Regionalni park Mura-Drava	Prirodna baština	34	3	25	3
Zrinski park	Krajobraz	32	4	22	4
Porculijankovo	Manifestacija	10	5	12	8
Muzej Međimurja	Kulturna institucija	4	6	14	6
Katarina i Petar Zrinski	Nematerijalna baština	7	7	20	5
Crkva Sv. Nikole	Kulturna baština/ vjerska institucija	0	8	13	7

Izvor: anketno istraživanje, 2013.

DISKUSIJA

Analize osnovnih turističkih pokazatelja (sl. 3) pokazale su da je tijekom posljednjih deset godina značajno porasla potražnja za tržištem Međimurske županije, ali i, u nešto manjem postotku, Čakovečke regije. Područje Bjelovarsko-bilogorske županije kao i područje Bjelovarske regije, s druge strane, doživljavaju slabi rast, ali i stagnaciju u turističkoj potražnji³. Vidljivo je da Međimurska županija, odnosno tradicijska regija Međimurja, u cijelome promatranom razdoblju doživljava porast broja noćenja, što upućuje na to da jače izraženi regionalni identitet možemo korelirati sa značajnijim turističkim rastom (sl. 3). S druge strane, značajno slabiji regionalni identitet Bjelovarskoga kraja utječe na umjereniji porast turističke potražnje u cijeloj Bjelovarsko-bilogorskoj županiji⁴.



Sl. 3. Kretanje broja turističkih noćenja u analiziranim prostornim cjelinama od 2002. do 2013.

Fig. 3 Trends in the number of tourist overnights in the analyzed spatial units in the period from 2002 to 2013

Izvor: BIST (<http://bist.iztg.hr/bist/main.asp?>, 2. 6. 2015.); (MŽ – Međimurska županija, ČR – Čakovečka regija, ČK – Grad Čakovec, BBŽ – Bjelovarsko-bilogorska županija, BR – Bjelovarska regija, BJ – Grad Bjelovar)

Jedan od indikatora značajnijega rasta Čakovečke regije i slabijega Bjelovarske jest i posljednje analizirano jednogodišnje razdoblje, u kojemu Međimurska županija ima značajan rast od 11%, a Čakovečka regija rast od čak 15,6%, dok Bjelovarsko-bilogorska županija ima skroman rast od 2%, a Bjelovarska regija pad od 0,7%, što je značajno manji pad u odnosu na prethodno razdoblje i na sam grad Bjelovar (tab. 5).

³ Zbog pada broja posjetitelja u obje regije od 2008. do 2012., podatke treba uzeti s rezervom i promatrati ih kao odstupanje zbog opće ekonomske krize.

⁴ Uz napomenu da primat u turističkim noćenjima ima Daruvarsko područje, koje pripada tradicijskoj regiji Slavoniji.

Tab. 5. Kretanje broja turističkih noćenja i indeks rasta u analiziranim prostornim cjelinama od 2002. do 2013.
 Tab. 5 Trends in the number of overnight stays and the growth index in the analyzed spatial units in the period from 2002 to 2013

Godina	Medimurska županija		Čakovečka regija		Grad Čakovec		Bjelovarsko-bilogorska županija		Bjelovarska regija		Grad Bjelovar	
	Aps.	Indeks rasta	Aps.	Indeks rasta	Aps.	Indeks rasta	Aps.	Indeks rasta	Aps.	Indeks rasta	Aps.	Indeks rasta
2002.	16.169		13.605		13.280		22.924		5665		5558	
2003.	21.127	30,7	16.423	20,7	16.307	22,8	25.121	9,6	8010	41,4	7761	28,4
2004.	19.312	-8,6	14.114	-14,1	15.840	-2,9	22.861	-9,0	5113	-36,2	5092	-52,4
2005.	30.577	58,3	18.358	30,1	17.254	8,9	26.092	14,1	5912	15,6	5568	8,5
2006.	50.177	64,1	18.907	3,0	18.444	6,9	33.794	29,5	10.247	73,3	10.104	44,9
2007.	66.249	32,0	20.941	10,8	19.876	7,8	33.304	-1,4	7081	-30,9	6971	-44,9
2008.	73.296	10,6	25.736	22,9	23.338	17,4	36.337	9,1	8506	20,1	8251	15,5
2009.	67.313	-8,2	24.397	-5,2	19.515	-16,4	31.835	-12,4	10.017	17,8	9728	15,2
2010.	81.526	21,1	23.555	-3,5	18.315	-6,1	23.981	-24,7	7638	-23,7	7490	-29,9
2011.	78.856	-3,3	20.531	-12,8	14.725	-19,6	30.468	27,1	7819	2,4	7618	1,7
2012.	89.360	13,3	17.181	-16,3	11.528	-21,7	31.924	4,8	6907	-11,7	6723	-13,3
2013.	99.182	11,0	19.856	15,6	12.308	6,8	32.565	2,0	6859	-0,7	6136	-9,6

Izvor: BIST (<http://bist.iztztg.hr/bist/main.asp>), 2. 6.2015.)

Te su razlike dijelom posljedica različitoga povijesno-geografskog razvoja središta regija, ali i čitave regije. Tako Bjelovar ima relativno kratak povijesni razvoj koji je počeo izgradnjom Bjelovara kao budućeg središta Varaždinskoga generalata 1756. Nagla ekspanzija i izgradnja grada dogodile su se između 1888. i 1901., čime je definiran izgled središta grada (Gerić, 1994). Te podatke trebamo promatrati u kontekstu sazrijevanja gradskog identiteta, za koji je presudna povezanost rezidenata s povijesnom i kulturnom baštinom. S druge strane, početak razvoja urbanog središta Čakovca datira još iz 1328. (Šlezak, 2011), a i sama pozicija tradicijske regije Međimurja, koja je dobro povijesno i geografski definirana (Kantar i dr., 2008), pridonosi povezanosti zajednice, prostornog identiteta i baštine. Presudni je faktor izraženijeg identiteta Međimurja jasna definiranost prirodno-geografskom osnovom, odnosno jasno određenim granicama riječnim tokovima Drave (južna granica) i Mure (sjeverna i istočna granica) te Železnom gorom (zapadna granica), dok Bjelovarski kraj osim povijesno nije jasno definiran ni prirodnom osnovom jer nema većih prirodnih barijera.

Regionalni i lokalni identiteti prolaze kroz razdoblja izražene atrofije te ih je moguće očuvati samo uz njihovu primjenu u praksi, unutar održivog razvoja gospodarstva (Pejnović, 2010), pri čemu osobito valja istaknuti održivi turizam. Iznimno je važna uključenost prostornog identiteta zajednice u procjenu i planiranje svih oblika turizma te upravljanje njima (Šerić, 2011, Ruiz Balesteros i Hernández Ramirez, 2006), a osobito onih koji u proizvodnju uključuju i segmente prostornog identiteta (npr. kulturni turizam). Istovremeno se u literaturi često preispituje sposobnost maloga grada da održi svoj urbani format, sa svojim socijalnim i kulturnim posebnostima, gdje depopulacija narušava i sam identitet grada (Miletić i dr., 2011). Stoga je za očuvanje prostornog identiteta bitno postojanje radnji i obrta u centru, koji ga održavaju kroz određenu ekonomsku djelatnost (Prelogović i Lukić, 2011) te imaju i značajan potencijal u turizmu. Isto tako, kulturno-umjetnička društva djeluju i kao ogledala prostornog identiteta (Rubić, 2005), a analizom njihova djelovanja također se može doći do zaključaka o snazi pojedinoga prostornog identiteta.

Nezanemarivi su i učinci turizma na zadovoljstvo rezidenata životom, koje iznimno ovisi o kvaliteti same destinacije te o njezinu održivom razvoju (Kaliterna-Lipovčan i Burušić, 2014). Stoga je važno daljnje istraživanje veze prostornih identiteta, turizma i zadovoljstva rezidenata razvojem kako bi se utvrdili potencijali identiteta u očuvanju integriteta zajednice.

U svrhu održivog razvoja i upravljanja turizmom bitna je uspješna uključenost svih dionika u proces (Gunn, 1994, Byrd, 2007). Pritom je lokalna zajednica, koju čine stanovnici, lokalne vlasti, religijske grupe, poduzetnici, udruge i mediji, presudna. No bitno je i iščitavanje prostornog identiteta svake od uključenih skupina dionika kao polazišta jer neuključivanje bilo koje grupe dionika može dovesti do neuspjeha. Uspješno uključivanje svih dionika razvoja u proces planiranja turističkog razvoja i upravljanja turizmom presudno je za proboj barijere malog mjesta bez suvremene perspektive.

ZAKLJUČAK

Temeljni cilj istraživanja pobliže je razumijevanje odnosa prostornog identiteta i razvoja turizma. Na temelju kritičke analize dosadašnjih istraživanja predmeta i prostornog okvira istraživanja u radu su oblikovane tri osnovne radne hipoteze, a njihovim testiranjem u okviru istraživačkog postupka moguće je izvesti zaključne postavke.

1. Anketiranjem je ustanovljeno da regionalni identitet ima značajniju ulogu od drugih prostornih identiteta u jasno definiranim tradicijskim regijama poput Međimurja, međutim u slabije definiranim regijama regionalni identitet manje je važan. Tako je primjerice ustanovljeno da u Bjelovarskoj regiji najveću važnost ima lokalni identitet građana Bjelovara, a tek potom nacionalni i regionalni.

2. Na području Čakovca velika većina rezidenata smatrala je da njihova regija ima značajan turistički potencijal, da je bogata turističkim atrakcijama te da u konačnici njihov prostorni identitet može imati veliku važnost u razvoju turizma. S druge strane, rezidenti Bjelovarske regije većinom smatraju da regija nema visok potencijal za razvoj turizma. Ako te odgovore usporedimo s kvantitativnim turističkim pokazateljima, možemo zaključiti da izraženi prostorni identitet rezidenata može predstavljati prednost u turističkom razvoju regije.

3. Na primjerima Bjelovara i Čakovca te njihovih tradicijskih regija možemo zaključiti da izraženiji prostorni identitet može pozitivno utjecati na razvoj turističkih proizvoda te njihovo uspješnije plasiranje na potencijalna tržišta, u ovom slučaju prije svega tržište Zagreba i središnje Hrvatske. Analizom je ustanovljeno da je u Čakovečkoj regiji i Međimurju bila jednaka frekvencija prepoznatljivosti atrakcija i kod rezidenata i kod nerezidenata. To je omogućilo razvoj turističkih proizvoda koji se temelje na atrakcijama podjednako vrijednima i turistima i rezidentima. No u Bjelovarskoj regiji postoji značajan nerazmjer u ocjeni ranga atrakcija od nerezidenata i rezidenata, što potencijalno predstavlja opasnost od razvoja tržišno neprepoznatljivih turističkih proizvoda. Stoga je razvoj turističkih proizvoda posljedica prepoznatosti baštine kao dijela prostornog identiteta i od rezidenata i od nerezidenata.

Prostorni identitet iznimno je podložan utjecajima globalizacije, pa je njegovo održavanje zahtjevan zadatak. Turizam kao skup aktivnosti može se koristiti prostornim identitetom kao razvojnim resursom, no uz uvjet jasne izraženosti i prepoznatljivosti identiteta. Lokalna zajednica kroz jačanje svog položaja te spoznaju vlastitih vrijednosti može biti motor razvoja, ali i čuvar izvornosti i tradicije. Da bi se to postiglo, potrebno je u prvom redu educirati rezidente o vrijednostima i komponentama prostornih identiteta. Nadalje, za kvalitetan i usmjeren razvoj nužno je istraživati stavove rezidenata, ali i turista o potencijalnim i realnim turističkim proizvodima, za koje je iznimno važna usklađenost sa željama i potrebama rezidenata. U tu svrhu važno je u čitavi razvojni proces uključiti edukacijske ustanove, nevladine udruge, medije, upravu i sl.

LITERATURA

- Antolović, J., 1997: Nepokretni spomenici kulture i turizam, *Acta turistica* 9(2), 136-154.
- Brandth, B., Haugen, M. S., 2011: Farm diversification into tourism – Implications for social identity?, *Journal of Rural Studies* 27 (1), 35-44.
- Brown, F., Jafari, J., 1990: Tourism and Culture, *Tourism Management* 11(1), 78-80.
- Byrd, E. T., 2007: Stakeholders in Sustainable Tourism Development and their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development, *Tourism Review* 62 (2), 6-13.
- Cifrić, I., Nikodem, K., 2008: Obilježja relacijskih identiteta, u: *Relacijski identiteti. Prilozi istraživanju identiteta hrvatskog društva* (ur. Cifrić, I.), Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 245-286.
- Crljenko, I., 2008: Izraženost identiteta u gradskoj toponimiji kvarnerskih i istarskih gradova, *Hrvatski geografski glasnik* 70(1), 67-90.
- Fuerst-Bjeliš, B., 2012: Turropolje – što je to?, *Luč*, Časopis ogranka Matice hrvatske Velika Gorica 1, 13-19.
- Fürst-Bjeliš, B., 1996: Pristup definiciji prostornog pojma tradicionalne regije, u: *1. hrvatski geografski kongres. Geografija u funkciji razvoja, zbornik radova* (ur. Pepeonik, Z.), Zagreb, 11 – 12. listopada 1995., Hrvatsko geografsko društvo, Zagreb, 326-330.
- Fürst-Bjeliš, B., 1998: Turropolje – položaj tradicionalne regije u sustavu geografske regionalizacije, *Acta Geographica Croatica* 33, 89-90.
- Gerčić, B., 1994: Prilozi za povijest osnutka i razvitka Bjelovara, u: *Bjelovarski zbornik 4-5* (ur. Medar, M.), Ogranak Matice hrvatske Bjelovar, Bjelovar, 57-75.

Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca

- Gu, H., Ryan, C., 2008: Place attachment, identity and community impacts of tourism the case of a Beijing-hutong, *Tourism Management* 29, 637-647.
- Gunn, C. A., 1994: New challenges in recreation and tourism planning, *Annals of Tourism Research* 21(1), 201-202.
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., Hess, S., 2007: Place attachment and place identity in natives and non-natives, *Journal of Environmental Psychology* 27, 310-319.
- Hunter, W. C., 2011: Rukai indigenous tourism: Representations, cultural identity and Q method, *Tourism Management* 32, 335-348.
- Institut za turizam, 2009: *Turistički Master Plan Bjelovarsko – bilogorske županije*, Institut za turizam, Zagreb.
- Jafari, J., 1987: Tourism Models: The Sociocultural aspects, *Tourism management* 8(1), 151-159.
- Jelinčić, D. A., 2006: Turizam vs. identitet, Globalizacija i tradicija, *Etnološka istraživanja* 1(11), 161-183.
- Kaliterna-Lipovčan, Lj., Burušić, J., 2014: Age and Gender Differences in Well-being in Croatia, in: *Gender, Lifespan and Quality of Life: An International Perspective* (ed. Eckermann, E.), Dordrecht, NL: Springer, 199-219.
- Kantar, S., Ivanek-Martinčić, M., Augustinović, Z., 2008: Razvoj, identitet i okoliš uz Muru, in: *Proceedings of the 1st International Conference "Valis Aurea" Focus on Regional Development* (ed. Katalinić, B.), Požega 19. rujna 2008., Požega – Vienna, 933-937.
- Kušen, E., 2002: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb.
- Light, D., 2001: „Facing the future”: tourism and identity – building in post-socialist Romania, *Political Geography* 20, 1053-1074.
- MacCannel, D., 1984: Reconstructed Ethnicity: Tourism and Cultural Identity in Third World Communities, *Annals of Tourism Research* 11, 375-391.
- Macloed, D. V. L., 2006: Power, Resources and Identity: The Influence of Tourism on Indigenous Communities, u: *Tourism and Social Identities: Global Frameworks and Local Realities* (eds Burnes, P. M., Novelli, M.), Elsevier, Amstradam, 111-125.
- Milas, G., 2009: *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, Naklada Slap, Zagreb.
- Miletić, G. M., Uršić, S., Mišetić, A., 2011: Socijalna održivost i procesi urbane transformacije u hrvatskim malim gradovima: pogled odozgo, u: *Zbornik radova međunarodnog znanstveno-stručnog skupa Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, Primjer Ivanić-Grada: Mogućnosti revitalizacije obnove starog Ivanića* (ur. Božić, N., Dumbović Bilušić, B.), Ivanić-Grad, 11. studenoga 2011., Hrvatska sekcija ECOVAST-a, Zagreb, 1-12.
- Mirošević, L., Vukosav, B., 2010: Prostorni identiteti otoka Paga i južnoga Podvelebitskog primorja, *Geoadria* 15 (1), 81-108.
- Nejašmić, I., Mišetić, R., 2010: Sintetični pokazatelj demografskih resursa: doprinos tipologiji hrvatskog prostora, *Hrvatski geografski glasnik* 72 (1), 49-62.
- Nunkoo, R., Gursoy, D., 2012: Residents' Support for Tourism, An Identity Perspective, *Annals of Tourism Research* 39 (1), 243-268.
- Paasi, A., 2001: Bounded spaces in a mobile world: Deconstructing “Regional identity”, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 93(2), 137-148.
- Paasi, A., 2003: Region and place: regional identity in question, *Progress in Human Geography* 27(4), 475-485.
- Pejnović, D., 2010: Geografske osnove identiteta i njegovo značenje za održivi razvoj geoprostora, u: *Zbornik radova drugog kongresa geografa Bosne i Hercegovine* (ur. Spahić, M.), Neum, 8. – 9. listopada 2008., Geografsko društvo BIH, Sarajevo, 1-11.
- Penda, I. A., 2005: Identitet kao osobno pitanje, *Revija za sociologiju* 36 (1-2), 55-62.
- Prelogović, V., Lukić, A., 2011: Funkcionalno-prostorna struktura ivanićgradskog podgrada kao element urbanog identiteta, u: *Zbornik radova međunarodnog znanstveno-stručnog skupa Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, Primjer Ivanić-Grada: Mogućnosti revitalizacije*

- obnove starog Ivanića* (ur. Božić, N., Dumbović Bilušić, B.), Ivanić-Grad, 11. studenoga 2011., Hrvatska sekcija ECOVAST-a, Zagreb, 1-13.
- Rekom, R. V., Go, F., 2006: Cultural Identities in a Globalizing World: Conditions for Sustainability of Inter-cultural Tourism, in: *Tourism and Social identities: Global Frameworks and Local Realities* (eds. Burnes, P. M., Novelli, M.), Elsevier, Amstradam, 79-91.
- Robinson, M., 1999: Is Cultural Tourism on the Right Track?, *UNESCO Courier* 52 (7/8), 22.
- Rubić, T., 2005: pitanja i razine identiteta na primjeru kulturno umjetničkih društava na Kordunu, *Etnološka tribina* 34/35, 11-146.
- Sani, R. M., Mahasti, P., 2012: Regenerating Regional Identity for Sustainable Tourism Development Case Study: Eslami Island, Iran, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 35, 523-530.
- Simon, C., Huigen, P., Groote, P., 2010: Analysing Regional Identities in The Netherlands, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 101(4), 409-421.
- Skoko, B., 2004: *Hrvatska (identitet, image i promocija)*, Školska knjiga, Zagreb.
- Šakić, V., Franc, R., Ivičić, I., Maričić, J., 2009: Važnost sastavnica socijalnog identiteta: sličnosti i razlike stanovnika Like i Pokuplja sa stanovnicima ostalih hrvatskih regija, u: *Identitet Like: Korijeni i razvitak – knjiga II.* (ur. Holjevac, Ž.), Institut društvenih znanosti "Ivo Pilar", Zagreb-Gospić, 113-128.
- Šerić, M., Talijančić, J., Perišić, M., 2011: Identity of national heritage in function of specialised tourist offer of Croatia, *Analele Stiintifice ale Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" din Iasi* 58, 327-338.
- Šlezak, H., 2011: Recentna obilježja prirodnog kretanja stanovništva Međimurske županije, u: *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* 2 (1), 134-142.
- Vidal-González, M., 2008: Intangible heritage tourism and identity, *Tourism Managment* 29, 807-810.
- Živić, D., Pokos, N., Turk, I., 2005: Basic Demographic Processes in Croatia, *Hrvatski geografski glasnik* 67(1), 27-44.

SUMMARY

Spatial Identity as a Driving Force in Tourism Development: Comparative Analysis of the Bjelovar and Čakovec Regions

Izidora Marković, Borna Fuerst-Bjeliš

Tourism as a means of communication of different cultures is often seen as a means of bonding, but more and more frequently in recent years as the reason for creating a conflict between the local community and tourists (Robinson, 1999; Macloed, 2006; Rekom and Go, 2006, Gu and Ryan, 2007). Individual scientific analysis of the relation between tourism and the local population suggests that tourism causes significant transformation of social sustainability, with an intensity that becomes increasingly prominent (Peračković, 2011). Tourism development is a double-edged sword for local communities and the attitude of the community directly affects current and future tourism industry development. Positive community attitudes will encourage tourists' satisfaction levels and contribute to the "word-of-mouth" promotion among them. A great number of indicator-based frameworks have been proposed to conceptualize, predict and manage visitor impact on the environment and population (Strickland-Munro et al., 2010). These frameworks focus on the current state and have a substantial lack of change through time and by nature they disaggregate space into units that cannot be discussed separately from the surrounding area.

Identity is one of the most important intangible tourism resources which, with proper presentation and promotion, have a very high potential to build unique tourism products (Antolović, 1997; Kušen, 2002). If the local community does not sufficiently recognize the value of cultural heritage as part of their identity there is a high possibility that it will not be evaluated as valuable by tourists. The relationship of cultural heritage and tourism is dynamic and is continuously modified by development of opportunities and threats (Jelinčić, 2006). It is also possible to design new and more attractive identity - as has been done by many destinations with a moderately attractive resource base - through organization of events that change the traditional identity of a destination with the objective of attracting tourists (e.g. number of knightly tournaments). It is therefore extremely important to interpret qualitatively socio-cultural identity for the purpose of tourism, which can raise the level of awareness of the identity of local population itself (Hunter, 2011).

For the purposes of this research, two towns located in Central Croatia were selected, Bjelovar and Čakovec with their appertaining regions. They were selected primarily because of the similar geography, demography and development of both areas, and because of the relatively similar historical-geographical and cultural influences to which the entire area of Central Croatia has been exposed.

Residents of Bjelovar highlighted Central Park with its pavilion (37%), the Bjelovar Fair (32.8%) and the BOK Fest Theatre Festival (33.6%) as having the highest importance; on the other hand, the least attractive in the opinion of respondents were: Kamenitovac as part of natural heritage (11.2%), Mato Lovrak as a famous person and part of intangible heritage (10.3%), and cheese as part of the culture of life and work (8.6%). Most residents felt that Čakovec with its surroundings has the possibility of attracting more visitors, and as the most important real attraction in this function they have recognized the Wine Roads of Međimurje, the Zrinski Old Town and the Mura and Drava Rivers Regional Park. Most respondents also believed that Čakovec with its surroundings have a significant tourism potential, which could be implemented through emphasizing traditional identity. By comparing the attitudes of residents of Bjelovar and Čakovec, it is clear that the citizens of Čakovec cherish and are extremely proud of the regional identity of Međimurje, while citizens of Bjelovar emphasize their local (municipal) identity, but do not see it as an important means of identification. In the area of Bjelovar, the minority communities have also underlined their national identity as extremely important, reflecting the significance of differentiation of identity.

Identity, as one of the determinants of destination image, is an extremely important item of perception of non-residents (tourists or potential tourists) of some particular destinations. Tangible and intangible heritage as part of spatial identity can sometimes define with its strength/ attractiveness the main factors of identity of a space in the perception of visitors or potential visitors. Non-residents recognized Čakovec as a part of Međimurje region (100%), which emphasizes a strong regional identity. On the other hand, most of the non-residents believe that Bjelovar is part of the Bilogora region (74%), but a considerable number also selected Slavonia, Podravina and Moslavina, showing that the area does not have a strongly developed spatial identity. Most of the respondents connect Čakovec region with words that describe the "spirit" of the area, such as: tradition, diligence, heritage, preservation, wine, kind-heartedness, and the like. The Bjelovar region is associated more with industry and sport, with very few words that would reflect traditional identity. The perception of residents regarding tourist resources in the Bjelovar area is almost diametrically opposite to the perception of non-residents. Thus, cheese as an important part of Bjelovar tradition is neglected as an attraction by the residents, while non-residents see it as the most important recourse. Therefore, there is a great need for further development of tourism products based on the culture of work and living, which is part of the identity not recognized by the

community itself in this case. On the other hand, residents of Čakovec emphasize the same tourist attractions as being of high importance as do non-residents.

In conclusion, we can say that the local community is of outstanding importance in the further development. However, it is also important to "read" and recognize the identity of each of the stakeholder groups involved as platforms for further development. Exclusion of any group of stakeholders can lead to the failure of the process of further development. The effects of tourism on the life satisfaction of the local community are significant and this is extremely dependent on the quality of the destination itself, as well as on its sustainable development. Therefore, it would be of high importance to investigate further the connection between identity, tourism and well-being, to determine the real possibilities of traditional spatial identities as "keepers" of the community.

Primljeno (Received): 31-07-2014

Prihvaćeno (Accepted): 18-06-2015

Dr. sc. **Izidora Marković**, viši asistent –
poslijedoktorand
Institut za turizam,
Vrhovec 5, Zagreb, Hrvatska
izidora.markovic@iztzh.hr
Prof. dr. sc. **Borna Fuerst-Bjeliš**
Sveučilište u Zagrebu,
Prirodoslovno-matematički fakultet,
Geografski odsjek
Marulićev trg 19/II, Zagreb, Hrvatska
bornafb@geog.pmf.hr

”Ekonomija, identitet, kultura”

Definiranje, evolucija i opstojnost identiteta u globaliziranom društvu jedan je od najinteresantnijih i najvažnijih problema koji zaokuplja državne vlasti, znanstvenu i širu javnost. Iako je identitet tradicionalno područje interesa psihologije i sociologije, u posljednjih dvadesetak godina postaje značajan čimbenik u analizama brojnih znanosti poput ekonomije, lingvistike i antropologije. Među znanostima koje su prepoznale identitet kao područje interesa svakako valja izdvojiti i geografiju, koju posebice zanima prostorni aspekt identiteta. Budući da je navedeni trend rezultirao većim brojem domaćih znanstvenih radova, u Zagrebačkoj školi ekonomije i menadžmenta (ZŠEM) 30. ožujka 2015. je organiziran skup *Ekonomija, identitet, kultura* na kojem su stručnjaci iz različitih znanstvenih područja pokušali dati svoje viđenje povezanosti kulture, identiteta i ekonomije. Temeljna ideja skupa bila je da optimalan razvoj ne uključuje samo ekonomsku korist, već uzima u obzir i sustav vrijednosti zajednice koju analizira. Uz pretpostavku da kultura zajedno sa životnim vrijednostima oblikuje identitet, ali i utječe na razvoj ekonomije, na skupu se kristaliziralo nekoliko ključnih pitanja:

- Koje kulturne specifičnosti proizašle iz povijesnog razvoja određuju hrvatski identitet?
- Koje će životne vrijednosti oblikovati naše gospodarstvo?
- Postoje li razlike u vrijednostima koje su utjecale na ekonomski razvoj različitih hrvatskih regija?
- Kako regionalna i nacionalna raznolikost mogu pozitivno utjecati na opći razvoj?
- Koja specifična obilježja identiteta i vrijednosti mogu pomoći razvoju Hrvatske?

Skup je organiziran pod vodstvom doc. dr. sc. Emila Heršaka (Katedra za antropologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu), prof. dr. sc. Borne Fuerst-Bjeliš (Geografski odsjek Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu) i dr. sc. Borne Jalšenjaka (ZŠEM). Na skupu je održano šest predavanja.

Nakon koordinatorskih kratkih uvodnih riječi prvo predavanje ”Ekonomija identiteta” održala je dipl. oec. Anita Crnjac. U njemu je slušateljce upoznala s istoimenom knjigom G. Akerlofa i R. Kranton u kojoj su predstavljene nove tendencije u ekonomskim analizama koje osim uobičajenih parametara uključuju emocije, norme i ideale. Glavni elementi ekonomije identiteta koji se uvode u funkciju korisnosti jesu društvene kategorije, norme, te identitetska korisnost, koja predstavlja dobitke i gubitke od odluka, identiteta i normi. Te su tendencije potkrijepljene i primjerima u kojima norme imaju veću ulogu od financijske koristi (vojska). Na kraju je naglašeno da ekonomija identiteta potiče zajedništvo, a ne atomizaciju pojedinca, što je povezano s otklonom u ekonomskim teorijama sa ”štapičastog” lika racionalno optimizirajućeg čovjeka vođenog samo ekonomskim motivima na ”antropološki” lik koji daje naglasak na pojedinca u društvenoj okolini. U predavanju ”Identitet - neke definicije i pojmovi” mag. povijesti i arheologije Edin Muftić razložio je značenje pojma identiteta u grčkome filozofskom sustavu gdje ga je Aristotel opisao kao ”istost”, što su poslije preuzeli arapski, srednjovjekovni i novovjekovni filozofski sustavi. Posebice se osvrnuo na pomak identiteta iz polja matematičko-filozofsko-logičkog promišljanja, u sklopu kojega ga je definirao G.W. Leibnitz, na područje društvenih znanosti. Kao glavne predstavnike definiranja skupnog identiteta istaknuo je oca i sina Millsa koje su vodila prosvjetiteljska načela racionalnosti, ekonomski interesi te idealistički percipirani motivi slobode i jednakosti. Predavanje je završilo primjerima oblikovanja identiteta u tuđini (Abdurrahman I. i Mejsun bint Bahdal) i u samoći (Robinson Crusoe).

Geografiju su na skupu predstavljali Danijel Jukopila, prof. savjetnik, i dr. sc. Ivan Sarjanović. Predavanjem ”Međimurje – identitet regije između tradicije i suvremenosti” Danijel Jukopila predstavio je svoju buduću doktorsku disertaciju. Predavanje je počelo upoznavanjem s podjelom tradicijske regije Međimurja na brežuljkasto disperzno naseljeno Gornje Međimurje, u

kojem prevladava polikulturalna poljoprivredna proizvodnja, te nizinski prostor Donjeg Međimurja koje je gospodarski obilježeno intenzivnim ratarstvom u kojem se ističe proizvodnja krumpira, po čemu je cijela regija prepoznatljiva. Na ta se obilježja nadovezuju i najznačajniji tvorbeni elementi identiteta regije. U unutarnjoj percepciji istaknuti su radišnost, govor, proizvodnja krumpira i tradicijsko naslijeđe, a kao najvažniji tvorbeni elementi u očekivanoj vanjskoj percepciji navedeni su proizvodnja krumpira, sportaši, vinarstvo, gospodarska razvijenost te etno-glazba. Te su pretpostavke potvrđene vanjskom percepcijom, gdje su se izdvojili proizvodnja krumpira, govor, vinarstvo i radišnost. Unatoč činjenici da se Međimurje percipira kao razvijena regija, analiza statističkih podataka pokazala je da je to prosječno razvijen prostor koji bilježi nešto bolje pokazatelje vezane uz zaposlenost i pokrivenost uvoza izvozom, a nešto slabiji opći indeksi razvijenosti te obrazovnu strukturu. Kao glavne čimbenike razvijenosti Međimurja prof. Jukopila istaknuo je religiju, tradicionalnu poljoprivredu te emigraciju. Religija je dvojako djelovala na prostor Međimurja – s jedne je strane pripadnost Katoličkoj crkvi očuvala nacionalni identitet Međimuraca, dok je s druge protestantizam utjecao na radnu etiku stanovništva. Velika opća i agrarna gustoća te usitnjenost posjeda utjecali su na stvaranje radnog mentaliteta, koje je naglašeno povratkom brojnih emigranata.

Ivan Sarjanović održao je predavanje "Regionalni identitet kao čimbenik razvoja regije". U teorijskom uvodu predstavio je suvremene trendove u geografskim analizama koje uzimaju u obzir norme, vrijednosti i psihološke doživljaje na primjeru koncepta *espace vecu* koji je razvio P. Claval i mentalnih elemenata regionalne strukture D. Nira, nakon čega je predstavio svoju doktorsku disertaciju u kojoj je istraživao regionalni identitet u različitim dijelovima Slavonije i tvorbeni elemente identiteta te regije. Prije izlaganja rezultata skrenuo je pozornost na veze između prostora i identiteta te objasnio ključne pojmove. Razina regionalnog identiteta utvrđena je odgovorima ispitanika na pitanje prema kojoj regiji osjećaju privrženost te njihovom usporedbom privlačnosti različitih prostornih cjelina (Svijet, Europa, Hrvatska, regija i naselje) i različitih hrvatskih regija (Istra, Dalmacija, Gorski kotar, Lika, Međimurje, Hrvatsko zagorje i Slavonija). U ispitivanju najvažnijih tvorbenih elemenata identiteta regije ispitanici su trebali navesti koliko snažno vezuju uz prostor Slavonije sljedeće elemente – nizinski reljef, Park prirode Papuk i Kopački rit, poljoprivredu, industriju, govor, tradicijsku kuhinju, folklor te pripadnost Srednjoj Europi i Republici Hrvatskoj. Rezultati istraživanja pokazali su da ne postoje razlike u razini regionalne svjesnosti u različitim dijelovima regije, što su potvrdila sva tri kriterija. Takvi rezultati upućuju na potrebu administrativne reorganizacije, jer se neka područja istraživanja nalaze izvan četiri županije koje obuhvaćaju najveći dio regije. Najistaknutiji tvorbeni elementi u unutrašnjoj i vanjskoj percepciji – folklor, tradicijska kuhinja i poljoprivreda vezani su uz tradicionalni način života, što je naglašeno slabijim rangovima elemenata industrije i pripadnosti Srednjoj Europi. Takva percepcija onemogućuje postizanje uravnoteženog imidža i uspješnije pozicioniranje Slavonije u europskoj zajednici regija.

Studenti ZŠEM-a Matej Radić, Rudi Lukačić, Luka Habek i Lovro Butorac u predavanju "Hrvatski identitet – primjeri uspješnosti za predstavljanje Hrvatske u svijetu" predstavili su istraživanje kojim su pokušali utvrditi koje proizvode ispitanici smatraju najboljim predstavnicima Hrvatske u svijetu. Ispitanici su istaknuli proizvode prehrambene industrije, specijalizirane industrije i proizvodnje aplikacija. U svakoj od tih grana predavači su naveli globalno konkurentne tvrtke koje bi mogle biti nositelji hrvatskog identiteta u suvremenome poslovnom svijetu. U području prehrambene industrije istaknuti su Mlinar, Podravka i Atlantic grupa, u području specijalizirane industrije tvrtke DOK-ING i Hrvatski samokrijes, a kao uspješni primjeri aplikacija navedeni su Photomath, Teddy the guardian i Repsly. Sve te tvrtke izrazito su izvozno orijentirane.

Skup je završio predavanjem Diane Hriberski "Identitet – sociolingvistička perspektiva" koje je počelo objašnjavanjem veza između jezika i identiteta, a nastavilo se analizom višejezičnosti

u jezičnim krajolicima urbanih središta. Istaknuto je da ona ima ekonomsku važnost, rješava komunikacijske probleme, pozitivno utječe na održivost jezika i jezičnu integraciju te stvara sliku kozmopolitskog i multikulturalnog mjesta. Nažalost, često je prisutna prividna višejezičnost, jer u jezičnim krajolicima javnog prostora izrazito dominira engleski jezik, što je posljedica percepcije engleskoga kao modernog i prestižnog. Takva situacija donosi niz negativnih posljedica za manje jezike, pa je na kraju predavanja predstavljen zonalno konstruirani novoslavenski jezik, koji bi posebno značajnu ulogu mogao imati kao posrednički modus u računalnom prijevodu slavenskih jezika.

Na kraju skupa sudionici su izrazili zadovoljstvo inicijativom koja prvi put na području Hrvatske potiče multidisciplinarni pogled na fenomen koji može značajno utjecati na kulturni i gospodarski razvoj Hrvatske te njenih regija. Predavanja su se u mnogočemu nadopunjavala i povezivala, iako su došla iz različitih znanstvenih područja. Ponovljene su glavne smjernice iznesene u uvodnom dijelu i još je jednom naglašena opasnost unifikacije, posebice u jezičnom pogledu dominacije engleskoga. Iz geografske perspektive, vrlo je važno da je naša struka pokazala kompetenciju da se argumentirano uključi u raspravu o ovome važnom društvenom pitanju i propulzivnome znanstvenom području.

Ivan Sarjanović

Zimski seminar za nastavnike geografije 2015.

Tradicionalni Zimski seminar za geografe (61. po redu) održan je 8. i 9. siječnja 2015. u kongresnom centru hotela Antunović u Zagrebu. Seminar su organizirali Hrvatsko geografsko društvo i Geografski odsjek Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, u suorganizaciji s Agencijom za odgoj i obrazovanje, a uz pokroviteljstvo PRIMATEH-a. Na seminaru je sudjelovao veliki broj učitelja i nastavnika geografije iz svih županija Republike Hrvatske, najviše iz Grada Zagreba i županija Središnje Hrvatske. Doc. dr. sc. Ružica Vuk izvjestila je da su sudionici seminarara kroz 12 održanih predavanja upoznati s novim znanstvenim spoznajama iz disciplina geografije i geografiji srodnih znanosti. Prezentiran im je i programski jezik Wolfram i važnije informacije o natjecanju iz geografije, natjecanju iz astronomije te mogućnosti korištenja edukativnog portala www.geografija.hr.

Prvi dan seminarara predavanja su održali Nenad Buzjak (*Georaznolikost i geobaština u nastavi geografije*), Marin Cvitanović (*Proučavanje promjena okoliša na primjeru Hrvatskog zagorja*), Biljana Vranković i Josip Šabić (*Geografija na državnoj maturi – pet godina provedbe*), Zoran Stiperski (*Šuvremene geografske promjene – primjer Nepala i Kine*), Marta Zorko (*Krizna područja svijeta i geopolitičke promjene*), Slaven Gašparović (*Utjecaj prometne marginaliziranosti na obrazovanje učenika – primjer zagrebačkih srednjoškolaca*), Zoran Ljubić (*Geografski osvrt na razvoj i propast Makedonije i Pelle*), Borna Fuerst-Bjeliš (*Prostor, okoliš, regija, pejzaž – novi doktorski studij geografije*), Marin Cvitanović (*Edukativni portal geografija.hr*).

Već tradicionalno, na kraju prvog dana Zimskog seminarara održana je Godišnja skupština Hrvatskog geografskog društva.

Drugi dan započeo je predavanjem Vesne Milić (*Profesionalni razvoj učitelja*). Zatim su predavanja održali Sanja Zdunić (*Komunikacija kao izazov*), Anita Lukić i Ivan Kolar (*Rad s učenicima s teškoćama*), Josip Faričić (*Geografija religija*), Vesna Kralj (*Medicinska geografija*), Srebrenka Ursić (*Primjeri primjene sustava Wolfram Language u nastavi*), Ivana Kuhta Bogić (*22. natjecanje iz geografije*), Sonja Burčar (*Natjecanje iz astronomije*).

Na kraju seminarara Vesna Milić, Sonja Burčar i Ivana Kuhta Bogić najavile su stručne skupove za geografe u 2015. godini.

Godišnja skupština Hrvatskog geografskog društva

8. siječnja 2015

Dnevni red:

- 1) Izbor zapisničara i ovjervitelja zapisnika
- 2) Izvješće o radu Udruge za 2014. godinu

- 3) Financijsko izvješće za 2014. godinu
- 4) Izvješće Nadzornog odbora
- 5) Izvješća ostalih Geografskih društava
- 6) Novi zakon o udrugama – Usklađivanje Statuta
- 7) Imenovanje likvidatora
- 8) Plan rada Udruge za 2015. godinu (aktivnosti, projekti)
- 9) Prijedlog iznosa članarine za 2015.
- 10) Razno

Nakon uvodnog govora, predsjednik Društva, izv. prof. dr. sc. Danijel Orešić predložio je zapisničara (Jadranka Čelant Hromatko) i ovjervitelje zapisnika (doc. dr. sc. Dubravka Spevec i doc. dr. sc. Ružica Vuk). Svi predloženi kandidati jednoglasno su prihvaćeni kao i prijedlog dnevnog reda. Uslijedila su izvješća o radu Hrvatskog geografskog društva u 2014. Godini, financijsko izvješće i izvješće Nadzornog odbora.

U 2014. godini održane su sljedeće aktivnosti: Stručno usavršavanje učitelja i nastavnika geografije – u siječnju je održan dvodnevni Zimski seminar na kojem je održano 15 predavanja, a krajem kolovoza jednodnevni Ljetni seminar sa 6 predavanja. Na tribini Geografski ponedjeljak održano je 8 predavanja uz veliki broj posjetitelja. Tijekom godine Hrvatsko geografsko društvo vodilo je ili sudjelovalo u nekoliko projekata:

21. po redu Državno natjecanje iz geografije za učenike osnovnih i srednjih škola održano je u Zadru uz sudjelovanje 121 natjecatelja i 105 mentora.

Obnovljena je web stranica Edukativnog portala Geografija.hr, a e-škola nastavila je sa radom.

Hrvatsko geografsko društvo sudjelovalo je na 11. svjetskoj geografskoj olimpijadi u Poljskoj. Kao i na dosadašnjim olimpijadama nastup Hrvatske bio je zapažen, a učenici, predvođeni mentorima osvojili su dvije zlatne medalje te po jednu srebrnu i brončanu.

U Dubrovniku je održana međunarodna znanstvena konferencija o vodama pod pokroviteljstvom Komisije za vode Međunarodne geografske unije. Sudjelovalo je 22 sudionika iz 9 država.

Izdavačka djelatnost – Hrvatsko geografsko društvo nastavilo je redovito izdavati svoja glasila, znanstveni časopis Hrvatski geografski glasnik i stručni časopis Geografski horizont.

Hrvatsko geografsko društvo produžilo je svoje članstvo u Međunarodnoj geografskoj uniji te članstvo u Europskom udruženju geografa.

Tijekom 2014. godine započele su pripreme za organizaciju 6. hrvatskog geografskog kongresa koji će se održati od 29. rujna do 2. listopada 2015. godine u Trogiru.

Izvješće je jednoglasno prihvaćeno.

Podnesen je detaljan izvještaj prihoda i rashoda za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2014. godine, te zaključno stanje sredstava prenesenih u 2015. godinu i njihovu namjenu u sljedećem razdoblju. Izvješće je jednoglasno prihvaćeno.

Nadzorni odbor u sastavu prof. dr. sc. Zoran Curić, prof. dr. sc. Ivo Nejašmić i prof. dr. sc.

Dane Pejnović zaključio je da se rad Hrvatskog geografskog društva odvijao u skladu sa Statutom, svi potrebni izvještaji dostavljeni su u roku i prihvaćeni od nadležnih tijela. U tijeku je prilagodba postojećeg Statuta prema novom Zakonu o neprofitnim udrugama, kao i prilagodba novom Zakonu o financijskom poslovanju.

Izvjeshće o radu podnijelo je Hrvatsko geografsko društvo Zadar. Istaknuto je da je Društvo aktivno nastavilo djelatnost u 2014. godini kroz različite vidove djelovanja. Na prvom mjestu je izdavaštvo s ciljem promicanja geografije kao znanosti, ne samo znanstvenicima, studentima i učenicima osnovnih i srednjih škola već i široj javnosti.

Nastavlja se tradicija javnih predavanja, nagrađivanje istaknutih pojedinaca, kao i suradnja s Aktivom nastavnika srednjih i osnovnih škola Zadarske županije te drugim geografskim društvima u Hrvatskoj.

Nakon ovog izvješća, predsjednik Hrvatskog geografskog društva, izv. prof. dr. sc. Danijel Orešić uputio je poziv svim geografskim društvima da predaju svoja izvješća u pismenom obliku kako bismo ih mogli u cijelosti objaviti u znanstvenom časopisu Hrvatski geografski glasnik i tako trajno sačuvati.

Uslijedilo je usklađivanje postojećeg Statuta sa novim Zakonom o udrugama koji je stupio na snagu 1. listopada 2014. Izmjene i dopune Statuta jednoglasno su prihvaćene i novi Statut je usvojen. Nakon verificiranja Statut će biti objavljen na web stranicama Hrvatskog geografskog društva. U skladu sa novim Zakonom za likvidatora imenovan je predsjednik Hrvatskog geografskog društva, izv. prof. dr. sc. Danijel Orešić.

Nakon prihvaćanja prijedloga izmjena i dopuna Statuta, predsjednik naše strukovne udruge predložio je plan rada za 2015. godinu. U 2015. godini nastavljaju se sve dosadašnje aktivnosti, težište je na organizaciji 6. hrvatskog geografskog kongresa i omasovljenju članstva te popularizaciji naše Udruge. Predlažu se iskaznice za članove Udruge. Njima bi se između ostalog moglo ostvarivati i popusti npr. u muzejima, nacionalnim parkovima i sl. Predložene su i godišnje nagrade za članove udruge u kategoriji studenta (nagrada bi nosila ime „Milica Bogdanović“), učitelja i nastavnika („Zlatko Pepeonik“) i nagrada za popularizaciju znanosti („Dragutin Hirc“). Nakon duže rasprave prijedlozi su jednoglasno prihvaćeni. Svi prijedlozi prije realizacije moraju se detaljno razraditi te objaviti na web stranici naše Udruge. Također je predloženo da kotizacije za Zimski i Ljetni seminar iznose 200,00, odnosno 150,00 kn. Članovi Udruge ostvaruju popust.

Jednoglasno je prihvaćen prijedlog iznosa članarine za 2015. godinu od 100,00 kn (studenti i umirovljenici ostvaruju popust od 50%).

Izvjeshčaj o radu Hrvatskog geografskog društva u 2014. godini

Opsežan program usvojen na godišnjoj skupštini 9. siječnja članovi Upravnog odbora Hrvatskog geografskog društva započeli su organizacijom *Zimskog seminara*, tradicionalnog seminara za edukaciju učitelja i nastavnika geografije koji je održan 9. i 10. siječnja uz nazočnost velikog broja sudionika, a opsežan izvještaj o njegovom radu objavili smo u prvom broju Hrvatskog geografskog glasnika za 2014. godinu.

Nakon Zimskog seminara, obilježavanjem 10-te obljetnice smrti našeg uvaženog dugogodišnjeg člana, prof. dr. sc. Zlatka Pepeonika, započela su predavanja na popularnoj tribini *Geografski ponedjeljak*. Tijekom godine održano je osam predavanja, a održali su ih Ivor Bradarić (*Primjena*

GIS-a: moja iskustva s američkog sveučilišta i Put kroz nacionane parkove SAD-a), Zoran Stiperski (*Putovanje Aljaskom od Tihog do Arktičkog oceana*), Anđelko Kecman (*Nigerija – afrički div*), Thomas Hütten (*Nastava geografije u Njemačkoj i Hrvatskoj*), Miroslav Uremović (*Dašak Središnje Azije: Kirgistan uz okus Kazahstana*), Josip Lebenger (*Baština u funkciji turizma – primjer rudnika Sveta Barbara u Rudama*). Održana je i jedna projekcija dokumentarnog filma, *Ganster te voli*, a gost je bio redatelj i snimatelj filma, Nebojša Slijepčević.

Članovi Hrvatskog geografskog društva sudjelovali su u provedbi 21. državnog natjecanja učenika osnovnih i srednjih škola iz geografije. Natjecanje je održano u Zadru od 7. do 9. svibnja uz sudjelovanje 121 učenika. Na natjecanje je pozvano i 105 mentora.

Od 12. do 18. kolovoza u Krakovu (Poljska) održana je 11. svjetska geografska olimpijada. Vrijedni učenici Mislav Glibo (zlatna medalja), Vedran Mihal (zlatna medalja), Petar Bratulić (srebrna medalja) i Fabijan Čorak (brončana medalja) osvojili su četiri medalje i ukupno osvojili 4 mjesto u konkurenciji 36 zemalja. Učenike je pripremao tim stručnjaka, doc. dr. sc. Dubravka Spevec, doc. dr. sc. Ružica Vuk, dr. sc. Marin Cvitanović, dr. sc. Ivan Čanjevac i dr. sc. Mladen Maradin. Višednevne pripreme na engleskom jeziku obuhvaćale su utvrđivanje stručnih znanja, razvoj novih vještina kartiranja prostornih sadržaja, izrade segmenata prostornih planova, odabir istraživačke teme, istraživanje i prezentaciju rezultata istraživanja na posteru, kao i pripremanje programa za predstavljanje republike Hrvatske na interkulturalnoj večeri.

Od 24.-28. kolovoza 2014. u Dubrovniku je u organizaciji Hrvatskog geografskog društva i Geografskog odsjeka PMF-a Sveučilišta u Zagrebu održana međunarodna znanstvena konferencija IGU Commission for Water Sustainability: New Challenges and Solutions, pod pokroviteljstvom Komisije za vode Međunarodne geografske unije. Sudjelovalo 22 sudionika iz 9 država.

Na kraju kolovoza, (29.8.2014.) održan je 7. po redu jednodnevni Ljetni seminar uz sudjelovanje tritotinjak učitelja i nastavnika geografije. Predavanja su održali Vesna Milić (*Uloga učitelja i nastavnika geografije u uvođenju sadržaja GOO-a*), Aleksandar Toskić (*Istambul – neka obilježja prostorne strukture grada*), Martina Jakovčić (*Prometna geografija i nastava geografije*), Mladen Maradin (*Promjena klime*) i Ružica Vuk (*Metodičke sugestije za planiranje i pripremanje nastave geografije 2014./2015. nastavne godine*).

Edukativni portal www.geografija.hr obnovio je svoju web stranicu, e-škola nastavila je sa radom, a tijekom 2014. godine iz tiska su izašli drugi broj Hrvatskog geografskog glasnika te prvi broj Geografskog horizonta na čelu sa novim glavnim urednikom, doc. dr. sc. Vedranom Prelogovićem.

Sredinom godine obnovljeno članstvo naše strukovne udruge u Međunarodnoj geografskoj uniji, kao i u Europskoj geografskoj asocijaciji. Naši članovi sudjelovali su na nizu međunarodnih skupova, a tijekom godine započela je organizacija 6. hrvatskog geografskog kongresa koji će se od 29. rujna do 2. listopada 2015. godine održati u Trogiru.

Izveštaj o radu regionalnih društva u 2014. godini

O radu **Hrvatskog geografskog društva – Zadar** izvještaj je sastavila predsjednica, doc. dr. sc. Lena Mirošević.

Obrazloženje i pregled aktivnosti u 2014. godini: Hrvatsko geografsko društvo – Zadar aktivno je nastavilo djelatnost u 2014. godini kroz različite vidove djelovanja. Na prvom mjestu

je i dalje bilo izdavaštvo s ciljem promicanja geografije kao znanosti ne samo znanstvenicima, studentima i učenicima osnovnih i srednjih škola već široj javnosti. Među ostalim HGD – Zadar i dalje je nastavio tradiciju priređivanja javnih predavanja, nagrađivanja istaknutih pojedinaca, kao i suradnju s Aktivom nastavnika srednjih i osnovnih škola Zadarske županije, drugim geografskim društvima u Hrvatskoj, itd.

Izdavačka djelatnost: u srpnju 2013. godine izdan je broj 18/1 časopisa *Geoadria*, dok je broj 18/2 objavljen u siječnju 2014. Tijekom kolovoza 2014. završen je broj 19/1, a broj 19/2 biti će objavljen krajem 2014. godine. To će biti tematski broj u kojem će se biti objavljeni članci autora koji su izlagali na znanstvenom skupu *Contemporary Development of European Rural Areas*. U svakom broju časopisa obrađene su različite znanstvene teme, među ostalim one vezane uz geografiju Jadrana, Primorske Hrvatske, Republike Hrvatske te zemalja Europske Unije. Časopis *Geoadria* ostvaruje razmjenu s oko 100 časopisa u zemlji i inozemstvu iz područja geografije i geografiji srodnih znanosti i znanstvenih disciplina.

Predavanja: tijekom 2014. HGD - Zadar je nastavilo priređivati znanstvena, stručna i popularna predavanja koja su bila vrlo dobro posjećena od strane profesora, studenata, učenika i zainteresiranih građana. Sva predavanja bila su medijski popraćena.

29. siječnja 2014. godine, d. i. a. Petar Kozina održao je predavanje *ZADARSKI PROCESJUN – oživljavanje Zadarskog urboarhipelaga*

19. ožujka 2014. prof. dr. sc. Damir Magaš održao je predavanje *Zadar i regija u kontekstu novih prijedloga o regionalizaciji Hrvatske*

15. travnja 2014. godine Mirko Andrić, prof. održao je predavanje *Transsibirskom željeznicom očima putnika*

15. svibnja 2014. godine prof. dr. sc. Mladen Ančić održao je predavanje *Politička situacija u Bosni i Hercegovini*

24. svibnja 2014. godine ukrajinski veleposlanik u Republici Hrvatskoj Oleksandr Levchenko održao je predavanje *Ukrajina – između rata i mira*

29. listopada 2014. godine mr. sci. Tomislav Krpan i mr. sci. Robert Leljak održali su predavanje *Riječju i slikom kroz Armeniju i Gruziju*

19. studenog 2014. godine Ana Lemić, prof. održala je predavanje *Sela i stanovi na Velebitu*

18. prosinca 2014. godine Aleksandar Gospić održao je predavanje *Island – spoj nespojivog*

Ostalo: u siječnju 2014. članovi HGD - Zadar sudjelovali su na Zimskom seminaru za nastavnike geografije u Zagrebu kao i na Festivalu znanosti 2014 koji se održao u razdoblju od 7. do 12. travnja 2014., na temu *Valovi*. Kako bi se osnovnoškolci na što jednostavniji način upoznali s određenim prirodnim procesima i njihovim posljedicama, studenti 3. godine preddiplomskog studija geografije, koji slušaju kolegij Geografija prirodnih prijetnji, pod mentorstvom doc. dr. sc. Nine Lončar održali su interaktivnu radionicu *Valovi u prirodnim procesima*. Radionica se održala u OŠ Bartula Kašića u suradnji s Dinkom Marinom, prof., gdje su studenti održali prezentaciju postera na temu potresnih, morskih, vodenih i toplinskih valova. Osim toga, članovi su u sklopu Festivala, zajedno s Ronilačkim klubom sv. Roko, Bilinje i Kulturno informativni centrom Pag, u Kneževoj palači u Pagu priredili izložbu podmorske fotografije: 'Blago skriveno pod valovima', predavanja: Bizantska utvrda na V.Sikavcu i Malakologija na tlu Hrvatske u 21. stoljeću i Ekološku akciju čišćenja podmorja gradske lučice od nakupljenog otpada. Članovi Udruge aktivno su se angažirali i na organizaciji i održavanju 7. ljetnog državnog seminara – *Dani Josipa Roglića*,

održanog u Zadru 4. srpnja 2014. Seminar je održan na Odjelu za geografiju Sveučilišta u Zadru te su kao predavači sudjelovali: doc. dr. sc. Marica Mamut, izv. prof. dr. sc. Smiljana Zrilić, dr. sc. Jadranka Brkić-Vejmelka, izv. prof. dr. sc. Josip Faričić, Silvija Šiljeg, prof.

Na svojoj redovitoj godišnjoj skupštini Hrvatsko kartografsko društvo dodijelilo je zahvalnicu Hrvatskom geografskom društvu – Zadar za vrlo uspješnu suradnju u organizaciji 9. savjetovanja Kartografija i geoinformacije održanog 20.-22. studenog 2013. godine u Zadru na odjelu za geografiju Sveučilišta u Zadru.

U studenom 2014. Hrvatsko geografsko društvo – Zadar objavljuje Natječaj pod nazivom „NajGeo fotografija 2014“. Natječaj se organizira s ciljem promoviranja geografije kao znanosti i podizanja svijesti o prirodnim procesima koji mogu dovesti do katastrofalnih posljedica, a mogu sudjelovati svi učenici i učenice osnovnih i srednjih škola Republike Hrvatske.

Sukladno dosadašnjoj praksi HGD – Zadar, dodijeljene su i godišnje nagrade *Federik Grisogono*. Nagradu za znanost dobio je prof. dr. sc. Damir Magaš, sa Odjela za geografiju, Sveučilišta u Zadru, nagradu za promicanje geografske struke i znanosti u Zadarskoj županiji dobio je Dinko Marin, prof., nastavnik geografije u OŠ Bartula Kašića Zadar. Za izniman uspjeh na prvoj godini preddiplomskog studija geografije nagradu je dobio Dorian Lecki, student 2. godine preddiplomskog jednopredmetnog studija primijenjene geografije. Za izniman uspjeh na prvoj godini preddiplomskog studija geografije nagradu je dobila Ivana Grcić, studentica 2. godine preddiplomskog jednopredmetnog studija primijenjene geografije. Za izniman uspjeh na drugoj godini preddiplomskog studija geografije nagradu je dobio Fran Domazetović, student 3. godine jednopredmetnog studija primijenjene geografije. Za izniman uspjeh na trećoj godini preddiplomskog studija primijenjene geografije nagradu je dobio Smiljan Buhin. Za izvanredan uspjeh na prvoj godini diplomskog studija primijenjene geografije nagradu je dobio Goran Vuković, student 2. godine diplomskog jednopredmetnog studija primijenjene geografije. Za izniman uspjeh na drugoj godini diplomskog studija primijenjene geografije nagradu su dobili Tome Marelić, Julijan Sutlović i Antea Ćustić. Za izniman uspjeh na 2. godini diplomskog studija geografije, nastavnički smjer, nagradu je dobio Igor Zdenčanović.

U radu udruge sudjeluje oko 90 stalnih i 200 vanjskih članova, uglavnom studenata, ali i ostalih građana Grada i Županije. Članovi Hrvatskog geografskog društva - Zadar sudjelovali su na raznim domaćim i inozemnim skupovima i kongresima na kojima su izlagali radove najčešće tematski vezane uz prostor Zadarske županije, Zadra, hrvatskog priobalja i sl.

Za Hrvatski geografski glasnik pripremila
Jadranka Čelant Hromatko