

Dr. sc. Tomislav Hitrec, znanstveni savjetnik  
Instituta za turizam Zagreb

## KULTURA – OSLOMAC TURISTIČKE POLITIKE EUROPSKE UNIJE

UDK: 338.48:008  
Primljeno: 04. 11. 1995.  
izvorni znanstveni rad

Autor razmatra povezanost turizma i kulture i ocjenjuje je kauzalnom i funkcionalnom, a zadržava se i na tzv. kulturnom turizmu, tj. onom dijelu globalnih turističkih kretanja što su neprestano i sve više poticani kulturnim motivima, posebice glede gradskih destinacija. Potom izlaže osnove turističke politike Europske unije objašnjavajući glavne pravce njezinog djelovanja na temelju relevantnih dokumenata i prakse.

Težište rada u zadanim je okvirima usredotočeno na važnost kulture u kontekstu te politike iz čega proizlazi njezina nezaobilazna uloga u integracijskim procesima na tlu suvremene Europe. Crpeći spoznaje iz svoje bogate prošlosti i tradicionalnih vrijednosti na pragu trećeg tisućljeća ona je svjesnija nego ikad upravo uloge turizma pri upoznavanju nacionalnih kultura, pa i u stvaranju vlastita europskog identiteta. U tom se sklopu mora naći i suverena Hrvatska koja i svojom kulturom, ali i turizmom, traži priključak u integriranu Europu.

Ključne riječi: turizam i kultura; "kulturni turizam"; turistička politika, europske integracije; hrvatski turizam

### 1. UVODNE NAPOMENE

Ovaj rad pregledno objašnjava odnos turizma i kulture u kontekstu integracijskih kretanja na tlu Europe. Iznosi elemente turističke politike Europske unije (EU) u mjeri u kojoj su oni vezani za kulturu kao osobito važnog čimbenika povezivanja naroda na pragu trećeg tisućljeća. Tema o kojoj se raspravlja vrlo je široka i mnogoznačna, pa je u zadanim okvirima moguće iznijeti tek **bitna** zapažanja i tvrdnje. Isto vrijedi za **literaturu** i izvore pa su oni zbog svoje izdašnosti, u navođenju, morali biti znatno reducirani.

Inače, o problematici međuodnosa turizma i kulture, naročito tzv. kulturnog turizma, posljednjih se godina mnogo raspravlja na brojnim skupovima i u napisima. To se u prvom redu odnosi na **gradove** kao turističke destinacije u kojima je "gustoća" kulturno-umjetničkog naslijeđa osobito izražena.

Odabrana je tema aktualna i sa stajališta **Hrvatske** koja kako glede turizma tako i kulture tek sada dolazi u priliku da i u tim važnim područjima afirmira svoje nacionalne posebnosti pa i zakorači u integriranu Europu.

## 2. POVEZANOST TURIZMA I KULTURE

Sintagma turizam i kultura nedvojbeno je višeznačna i kao takva oduvijek je privlačila istraživače raznih usmjerenja. Kao noviji fenomen, turizam je od početka iskazivao **kauzalni odnos** s kulturom shvaćenom u najširem smislu. Stoga je i teorija usvojila pojmove kao što su: tzv. **kulturni turizam**, **turizam u kulturi**, ali i posebna **turistička kultura** (1). Turizam ima naime izrazitu kulturnu funkciju, kao što i kultura sa svoje strane ima istaknutu ulogu u turizmu. Takav osnovni pristup pretpostavlja, međutim, **interdisciplinarnost** upravo zbog mnogostrukih i isprepletenih veza ovih dviju sveopćih društvenih realnosti.

Turizam, ne samo što koristi objektivnu kulturu pretvarajući je u resurse bez kojih ne bi mogao opstojati, već i sam **stvara** neke od elemenata te kulture, osobito danas kad jačaju univerzalni oblici kulture kao izraz sve povezanijeg čovječanstva. No, humanistička vizija kulture nerijetko se sukobljava s onom utilitarističkom ili ekonomističkom, pa postoji trajna opasnost da pseudokultura potisne onu izvornu i iznevjeri tradicionalne vrednote proteklih naraštaja. Pritom i turizam može odigrati **negativnu ulogu** izjednači li se s pomodnom pojavom koja u sociološkom i psihološkom smislu ugrožava **kulturni identitet** receptivnih sredina. Tu je i izvor istraživanja tog identiteta, toliko brojna u suvremenoj znanosti. Za ilustraciju se može navesti tek poznati Jafari-jev model četiriju kultura: emitivne sredine; posjetitelja tijekom odmora; pružatelja usluga; lokalnog stanovništva (2).

Ipak, kultura se u odnosu na turizam najprije i najčešće počela razmatrati u povezanosti s **obrazovnom ulogom** turizma, tj. s ulogom u razvijanju i oplemenjivanju ličnosti, iako je odmah usvojeno i poimanje turizma kao **kulturološkog fenomena** i "znaka vremena". Kulturno obogaćivanje, nekoć pridržano tek uskim i elitističkim krugovima, posljednjih je pola stoljeća, demokratizacijom upravo turističkih kretanja, postalo pristupačno znatno širem krugu korisnika, barem u razvijenijim zemljama. Pojave kao što su masovni turizam i masovna kultura u praksi se preklapaju, kao i tzv. kulturizam i industrijski turizam. Istinski **spoj turizma i kulture**, često smatran neostvarivim ciljem, pretpostavlja međutim usklađenost **turističke kulturne politike** kako bi se izbjegle moguće kolizije. One pak, u pravilu, proizlaze iz (naoko) suprotstavljenih interesa gospodarske eksploatacije kulturnih resursa u turizmu te njihove konzervacije, kao i između gostiju i domaćina, javnog i privatnog sektora itd. Ta se pitanja aktualiziraju upravo danas kad turizam intenzivno, čak agresivno, "napada" pojedine prostorno i sociološki osjetljive ambijente velikih povijesno-umjetničkih vrijednosti. Kako bi se pritom maksimalno izbjegle inače nepopularne restrikcije, treba dobro **osmisliti pristup kulturnoj baštini** "na način njezinog očuvanja s jedne, i kao bitnog humanog sadržaja aktivnog provođenja slobodnog vremena, s druge strane" (3).

### 3. "KULTURNI TURIZAM" - VAŽAN TRŽIŠNI SEGMENT

U sklopu ovih razmatranja gotovo je suvišno isticati da kulturno naslijeđe, zajedno s onim prirodnim, čini samu **osnovicu turizma** i njegovu "primarnu sirovinu". Turizam naime u golemoj većini svojih manifestacija uključuje i poneki **kulturni motiv**, pa je uobičajeno govoriti o "kulturnom turizmu", dakako s različitim i promjenjivim intenzitetom tih pobuda.<sup>1</sup> Riječ je dakle o širokom rasponu sklonosti, potreba i poticaja što se uvlače u druge vrste i oblike turističkih kretanja. Objekt interesa su najrazličitiji kulturno-povijesni **spomenici** (nepokretni i pokretni) te **manifestacije** (priredbe) umjetničkog, zabavnog, sportskog, gospodarskog i dr. značenja. Sve su se one na osobit način usredotočile u **gradovima** kao "sublimatima svekolike kulture i civilizacije", a oni su postali ne samo genetska izvorišta suvremenog turizma, već i njegove vrlo omiljene destinacije. Urbani turizam, uz onaj odmarališno-ljetovališni, privlači najbrojniju klijentelu pa su mnogi gradovi svoje razvojne opcije poistovjetili s onim turističkim stavivši turizam u funkciju vlastite **revitalizacije**. Problematika turizma u gradovima, posebno u njihovim središtima s velikom gustoćom najvrednijih, a ujedno i najosjetljivijih spomenika, uz prateća konkretna rješenja glede tzv. **visitor flows managementa**, postala je zadnjih godina predmetom brojnih znanstvenih i stručnih skupova (4).

Istraživanja se uglavnom odnose na turistička kretanja iz kulturnih motiva, uz različite (no ipak slične!) **definicije "kulturnog turizma"** te analizu njegovih šansi i rizika (5). Osim priznavanja nesumnjivih gospodarskih prednosti tih oblika turizma, osobito u valorizaciji goleme ponude kulturnih dobara i sadržaja, ne šteti se ni s prigovorima o turizmu koji "parazitski egzistira na račun kulture u koju se ništa ne ulaže ali je zato uništava" (6). Takvi i slični prigovori, nipošto novi, ipak ne mogu zaustaviti taj oblik turizma koji se nezadrživo **probija u sam vrh** po ukupnoj važnosti već danas, s izvrsnim izgledima za sutra. Jednodušna je naime ocjena poznavatelja globalnih tržišnih trendova u turizmu da će upravo kultura, obrazovanje, autentični doživljaji i iskustva biti pretpostavke aktivnog i "sustainable" turizma kojem se teži. Suvremeni posjetitelj zahtijeva upoznavanje lokalne kulture, kontakte s domaćinima, a destinaciju sve manje shvaća kao pasivni promatrač - dokoličar vezan tek uz prirodne ljepote, klimu i površne dojmove. On posjećuje kazališta, muzeje i galerije, likovna i glazbena događanja, oduševljava se za pučki folklor, odlazi na festivale, sportska takmičenja, a uživa i u gastronomskoj kulturi. Sve to smatra **kvalitetom života**, s kulturom i turizmom kao njezinim bitnim sastavnicama.

S obzirom na povezanost **vjere i kulture**, u širi okvir "kulturnog turizma" ubrajaju se i hodočašća tj. posjete vjerskim središtima i manifestacijama. To je značajan segment na suvremenom tržištu putovanja pa se u pravilu i zasebno obrađuje.

---

<sup>1</sup> Neki rabe termin "kulturalni" želeći izbjeći moguću zabunu: "kulturni-nekulturni". Kada bi se usvojio taj izraz, moralo bi se govoriti npr. i o: kulturalnoj baštini, kulturalnim manifestacijama, kulturalnim djelatnicima i sl., što doista ne bi bilo opravdano!

Iako se u golemoj većini putovanja iz kulturnih pobuda realiziraju u individualnim aranžmanima, na tržištu danas djeluju brojni **specijalizirani turoperatori i putničke agencije** nudeći vrlo raznolike kulturne itinerere, obilaske povijesnih gradova, ali i "kulturnih pejzaža" izvan njih. Neprestano se, prema tome, oblikuju **novi "proizvodi kulturnog turizma"** i to na velikom i nimalo homogenom tržištu. Osim atrakcija što se "jednostavno **moraju** vidjeti", ako nisu bile "apsolvirane" tijekom obveznog školovanja, vrlo je malo onih koji se temeljitije upoznavaju sa znamenitostima. Daleko pretežu izletnici koji Veneciju, Bruges ili Atenu obidu za nekoliko sati. Kultura se vrlo često kombinira s drugim motivima, no ipak se rijetko posve izostavlja. Bilo da je riječ o "kulturnim značcima" ili onima to je "konzumiraju" na brzu ruku ili u "instant paketima", svi oni traže odgovarajuću **ponudu** koja, barem što se tiče Europe, ne nedostaje. Razvila se naime velika konkurencija u tzv. **heritage industry** u sklopu turizma, iako je turizam tek jedan od korisnika kulture. Stoga su vrlo urgentni zadaci utvrđivanja nosivih kapaciteta (**carrying capacity**) pojedinih spomenika i njihovih kompleksa te planiranje turističkog razvoja destinacije sukladno fizičkim i sociološkim mogućnostima i ograničenjima tih resursa. Takav pristup već je godinama široko prihvaćen u svim razvijenijim zemljama, dakako i u Europskoj uniji gdje se i stalno usavršavaju **metode** utvrđivanja veza kulture i turizma te podržava kontinuirani dijalog među njima.

#### 4. TURISTIČKA POLITIKA EUROPSKE UNIJE

U turističkom je smislu europski kontinent **najznačajniji** u svjetskim razmjerima ostvarujući (1989-1993) 63 posto fizičkog (dolasci) te 41 posto financijskog prometa od globalnog međunarodnog turizma. Premda su relativni udjeli Europe u stalnom i postupnom opadanju, njezin primat nipošto nije ugrožen već i s obzirom na **sjeverni Mediteran** - tu najsnažniju receptivnu makroregiju uopće.

Dvanaest zemalja bivše Europske zajednice (EZ), sudjelovale su s 41,5 posto u fizičkom i s 41,2 posto u financijskom prometu od međunarodnog turizma u svijetu (1993), a proširenjem članstva od 1. siječnja 1995. ti su udjeli još nešto pojačani.<sup>2</sup> **Gospodarska važnost turizma** u EU također je golema što dokazuje njegov prosječni udjel u društvenom brutto proizvodu Unije od 5,5 posto sa znatno većim relativnim vrijednostima u nizu pretežno receptivnih zemalja (Španjolskoj, Grčkoj, Portugalu i dr.). Šest posto zaposlenih u EU radi u turizmu, a to odgovara broju od devet milijuna osoba, od kojih oko 4 milijuna u ugostiteljstvu. Karakteristično je da se većina tvrtki u tim djelatnostima (čak do 9 posto) odnosi na mala poduzeća i radnje!!! (do devet zaposlenih!) (7). Inače, turizam je "najveća industrija" u EU koja zahvaća osam posto osobne potrošnje te angažira brojne subjekte u sektoru usluga u kojem se npr. u Italiji ostvaruje veći dohodak nego u cijeloj poljoprivredi.<sup>3</sup>

2 WTO: Compendium of Tourism Statistics, Madrid, 1995., str. 238/9.

3 Usp. Forum dello Sviluppo: "Quality Tourism on the European Scale" (brošura), Torino, 1993.

Iako prije četrdesetak godina kad je počeo proces uspostavljanja tzv. **Male Europe** ("estorice") stvorene Rimskim ugovorom (1957.) turizam nije bio izričito prisutan u tom temeljnom dokumentu, on se ipak neizravno sve više favorizirao u težnji za ukidanjem međusobnih granica i svih barijera na putu slobodnog protoka ljudi, roba i kapitala što je i bila suština zamisli pionira europskog jedinstva. Nije, međutim, bilo lako okupiti interese država na zadatku utvrđivanja neke konzistentnije turističke politike ni tada, a ni danas, nakon stvaranja ne samo jedinstvenog tržišta, već i **Maastrikih ugovora** (1992) odnosno početka funkcioniranja Europske unije od 12 odnosno 15 članica. Razlozi su kako u različitom upravnom ustroju turističkog sektora tako i u interesima pojedinih zemalja što proizlazi iz stupnja razvijenosti tog sektora, njegove tradicije, prioriteta opcija itd. No, **potreba koordiniranog djelovanja** i u tom toliko značajnom segmentu društvenog i gospodarskog života potakla je EZ da još 1982. donese **prve smjernice komunitarne turističke politike** sa sljedećim elementima:

- važnost turizma u Zajednici,
- slobodno kretanje i zaštita turista,
- zapošljavanje i turistička zanimanja,
- promet i turizam,
- regionalni razvoj i turizam,
- zaštita naslijeđa u kontekstu turizma (8).

Značajan je dokument, međutim, EZ donijela pet godina poslije (1987) pod nazivom "**Turistički sektor - horizont 1992**", dakle u pripremi jedinstvenog tržišta, koji je sadržavao i neke poticajne mjere, posebice financiranje turističkih projekata, propagandu na trećim tržištima i sl. Ipak, turizam je prvi puta uključen u jedan od ključnih akata Zajednice, naime **Jedinstveni europski akt**, još 1986. godine. U nemogućnosti detaljnijih razmatranja domašaja tih odredbi koje su svojedobno i u nas naišle na priličan odjek, valja naglasiti stalni uzlazni trend u uključivanju turizma u zajedničku politiku EZ-a (9). Snažan poticaj u tom smjeru pružila je **Europska godina turizma (1990)** kada je započeo rad na "**Planu zajedničkih akcija u korist turizma**" koji je okončan ljeti 1992. donošenjem tog važnog dokumenta. Bio je to rezultat dosta dugog i teškog usklađivanja stajališta zemalja sudionica oko iznalaženja minimalnih zajedničkih odrednica turističke politike. Takvoj politici, ali u proširenom kontekstu, stalno su svojim rezolucijama i izvješćima pridonosili i **Europski parlament** i **Vijeće Europe**. Ipak, Europska komisija odnosno njezina **Generalna direkcija XXIII** (turistički odjel) fiksirala je nekoliko ključnih problema turizma s kojima će se Unija naročito pozabaviti i to:

1. jačanje spoznaja o važnosti turističkog sektora
2. stupnjevanje odmora
3. transnacionalne akcije u turizmu
4. turisti kao potrošači

5. "kulturni turizam"
6. turizam i okoliš
7. ruralni turizam
8. socijalni turizam
9. turizam mladih
10. obrazovanje u tom sektoru
11. propaganda u trećim zemljama (10).

U tim okvirima ostvaruje se ingerencija Zajednice uz korištenje tzv. **strukturnih fondova** kao i mjera u vezi s informatičkom tehnologijom u turizmu, zatim od nelojalne konkurencije, tehničke pomoći i dr.

Plan je ograničen na razdoblje od tri godine (1993-1995) i predviđa uglavnom operativne mjere, identificira područja suradnje na dugi rok, ali ne predlaže obvezujuću i cjelovitu turističku politiku. Ona zapravo u postojećim uvjetima u odnosu na članice ima tek **supsidijarni karakter** a nailazi na ozbiljne zapreke i zbog **resorne podijeljenosti** turizma na nekoliko organa EU (Generalnih direkcija). Ipak, podupiru se sve one transnacionalne akcije koje teže ostvarivanju triju osnovnih ciljeva, tj. **promicanju**:

- turističkih kretanja unutar Unije,
- europskog turističkog imidža u svijetu i
- konkurentnosti ovog sektora i kvalitete usluga.

EU osobito inzistira na povezanosti turizma s prirodnim i društvenim okolišem, pa je razrađena **ekološka politika** Unije oslonjena na koncept održivog razvoja (11).

Unatoč jasnim, premda uglavnom okvirnim, mjerama i preporukama turističke politike EU, one nailaze na **teškoće u praksi** jer kompetencije u toj domeni još uvijek nisu s nacionalnih (točnije regionalnih i lokalnih) organa prenesene na one zajedničke. Ugovorom iz Maastrichta, međutim, predviđeno je naknadno odlučivanje članica o **izravnoj nadležnosti** Unije u sektoru turizma.

Ipak, uz ovaj rad najzanimljivije su odredbe dokumenata EZ (EU) glede kulture u povezanosti s turizmom o čemu će se nešto više reći u nastavku. Odmah treba istaći da su spoznavanju uloge i važnosti kulture u aktualnom europskom trenutku posvećeni dokumenti ne samo UNESCO-a, već i Vijeća Europe, ICOMOS-a, IUCN-a te niza međudržavnih, paradržavnih i privatnih udruga i udruženja.<sup>4</sup> Isto vrijedi i za turizam u dokumentima WTO-a, WTTC-a, OECD-a, UNDP-a, UNEP-a i mnogih drugih.

---

<sup>4</sup> UNESCO – Organizacija UN za prosvjetu, znanost i kulturu; ICOMOS – Međunarodni savjet za arhitektonske spomenike i cjeline; IUCN – Međunarodna unija za zaštitu prirode; WTO – Svjetska turistička organizacija; WTTC – Svjetski savjet za putovanja i turizam; OECD – Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj; UNDP – Program UN-a za razvoj; UNEP – Program UN-a za okoliš

## 5. KULTURA U EUROPSKIM INTEGRACIJSKIM PROCESIMA

Europa, taj mozaik civilizacija, nikad nije prestajao tražiti **zajedničke korijene** u povijesti staroj trideset stoljeća uspjevši sačuvati brojne tragove bogate prošlosti. **Svijest** o pripadnosti istom kulturnom krugu europske kršćanske uljudbe u žaršitu najrazličitijih silnica što su je oblikovale od grčko-rimskog doba, Srednjeg vijeka, građanske epohe pa do postindustrijskog informatičkog društva, u novije se vrijeme profilirala u **paneuropskom pokretu** koji je još od dvadesetih godina ovoga stoljeća postupno evoluirao i poprimio današnje institucionalne oblike Europske unije. Ipak, cilj "Domovine Europe" prolazi putem "Europe domovina", pa i **zajednički europski identitet** zazire od negiranja nacionalnih posebnosti članica Unije i njihovih kulturnih i tradicijskih oznaka. Dapače, **afirmacija** tih kultura smatra se bogatstvom svih, pa nametnuti uniformizam ne bi bio prihvaćen čak ni kada bi se opravdavao posvemašnjim gospodarskim (pa i monetarnim!) te političkim ujedinjavanjem. I turizmu se u tim procesima pridaju ne samo gospodarske i kulturološke, već upravo **političke konotacije** (Helsinkiška deklaracija iz 1975.), a njegova bitno humanistička i pacifistička uloga razlog je velikog zanimanja za nj i njegovo **nadnacionalno sagledavanje** kako u sklopu bivših i sadašnjih integracija (SEV, EFTA, OECD, EU) tako i tzv. Europe regija. Najsustavniji je pritom ipak pristup EU kako se očituje u relevantnim dokumentima, ali i u praksi. Tako npr. spomenuti "Plan akcija" iz 1992. ističe **namjenu europske spomeničke baštine u turističkoj valorizaciji**, s ciljem "boljeg upoznavanja kulture, tradicije i životnih običaja Europljana". Taj bi se cilj trebao ostvarivati uz pomoć sljedećih mjera:

- oblikovanja tzv. **europskih kulturnih interesa** uz suradnju nacionalnih, regionalnih i lokalnih vlasti te popularizacije tih interesa na turističkom tržištu,
- razmjene iskustava članica u pitanjima tzv. **visitor flows managementa**
- razvijanje tzv. **europskih mreža** za potrebe turoperatora i kulturnih ustanova u službi "kulturnog turizma".<sup>5</sup> "Svaka inicijativa usmjerena na čuvanje baštine nije važna samo s kulturalnog gledišta, nego pretpostavlja i bitnu investiciju u gospodarski, društveni i turistički razvitak europskih regija".<sup>6</sup>

Prvi cilj dokumenta "**nove perspektive za akciju Zajednice u sektoru kulture**" iz 1992. je čuvanje tradicije europskih naroda i zaštita kulturne baštine u svim članicama. Značajno je da i Ugovor iz Maastrichta među četiri prioriteta zadatka Unije navodi i "sprečavanje i čuvanje kulturne baštine". Unija stoga dodjeljuje i namjenu sredstva za **pilot-programe zaštite** pojedinih elemenata arhitektonske i spomeničke baštine (npr. izuzetnih ambijenata, lokaliteta, javnih perivoja, povijesnih gradova itd.). Premda ta sredstva nisu dostatna za sve zahtjeve, pojedine su zemlje s tog naslova primile zamašne iznose, npr. Italija, koja je dosta koristila tzv. strukturalne fondove Zajednice odnosno Unije (12).

5 v. časopis TURIZAM br. 3/4, Zagreb, 1993., str. 78.

6 v. časopis TURIZAM br. 5/6, Zagreb, 1993., str. 149.

Unija, nadalje, posebno financira tzv. **Cultural Tourism Projects** u nizu zemalja članica. Popis nadležne Generalne direkcije XXIII Komisije EU sadrži jedanaest takvih projekata.<sup>7</sup> Pomažu se npr.: "prijatelji prirode"; "umjetnički gradovi Europe"; "kulturni itinereri na Baltiku" itd. Projekti su mahom multinacionalni, uz sudjelovanje i međunarodnih organizacija, a forsiraju se i tzv. edukacijski programi (13).

S obzirom, međutim, da kultura kao i turizam i dalje u pravilu ostaju u nacionalnim kompetencijama članica, stalno su prisutna nastojanja za većom ulogom Unije. Naposlijetku i kultura i turizam zbog svog "**kozmpolitskog karaktera**" služe istim ciljevima: socijalnom i gospodarskom blagostanju, pa ih treba ne samo povezivati već i osmišljeno usmjeravati (14). To je potrebno i danas kad i turistički i kulturni sektor djeluju u uvjetima **maksimalne slobode** kretanja ljudi i ideja, trine otvorenosti na prostoru Unije bez unutarnjih državnih granica, čak carinske i pasoške kontrole.

Kulturna politika država usmjerena je na **opću dostupnost** spomeničkog naslijeđa, uz razne **sustave financiranja** njegove zaštite. Vrlo se pomno istražuje i "**europsko tržište kulturnog turizma**" kako bi se ponudili što prihvatljiviji proizvodi. Teži se njihovoj ravnomjernijoj prostornoj distribuciji, te rasterećenju osobito posjećivanih znamenitosti. Senzibilizacija svekolike javnosti za problematiku "kulturnog turizma" uključuje upoznavanje kako s tipičnim teškoćama s kojima se susreće kultura, tako i turizam. Na tom zadatku angažirani su brojni mediji, pa i posebne akcije: "**Kulturne prijestolnice Europe**", već spomenute "europske turističke rute", kao što su "Hodočasnički putovi u Santiago di Compostela", "Tragovima baroka" i dr.<sup>8</sup>

EU promiče i turističke obilaske **seoskih prostora** to je u funkciji regionalnog preobražaja ruralnih, no povijesnim tragovima bogatih europskih područja (fr. culture rurale) (15). I ovdje je poželjna određena koordinacija na razini Unije, s obzirom na to da se često čuju prigovori o nepostojanju nacionalnih kulturnih politika te da se one svode tek na (nedovoljnu) zaštitu kulturnoga blaga. Rado se stoga prihvaćaju kulturni projekti EU, ili neke druge međunarodne organizacije, kao to su npr. "Tragovima Feničana"; "Mali otoci" i sl. (16).

Dumazedierova "**kulturna revolucija slobodnog vremena**" izazvala je pojavu "kulturnog turizma" u tolikoj mjeri da je on postao jedan od najpropulzivnijih sektora u integriranoj Europi postavljajući ozbiljne zahtjeve i na **obrazovanje** specijaliziranih kadrova. I ovdje djeluju razna udruženja, ujednačuju se standardi, kao i poslovna praksa, a sve u težnji maksimalne zaštite turista kao potrošača i kvalitete usluga to ih oni koriste<sup>9</sup> (17).

Na promociji Europe kao turističke destinacije, napokon, već gotovo pola stoljeća djeluje i **Europska turistička komisija (ETC)**, s 27 članica, a posebice u

7 v. p. detaljnije u dokumentu navedenom u Literaturi ad 13.

8 Dosada je taj počasni naslov steklo dvanaest gradova: za tekuću godinu Luxembourg, a za sljedeću Kopenhagen. "Europske kulturne itinerere" pokrenulo je i vodi Vijeće Europe u Strasbourg.

9 A.T.L.A.S. = European Association for Tourism and Leisure Education, obuhvaća 80 sveučilišta.



njezinom sklopu organizacija "**Europa nostra**" koja se bavi upravo unapređivanjem kulturne baštine.<sup>10</sup> Formiran je i ETAG (European Tourism Action Group) kao i druge asocijacije sa zajedničkim ciljem "**dodavanja europske dimenzije**" nacionalnim politikama članica. Nastoje se privući posjetitelji iz trećih zemalja, posebice iz Sjeverne Amerike i Japana, koji ionako odabiru Europu kao turističku destinaciju prije svega zbog njezine kulture i povijesti. WU nastoji stoga ponuditi **transnacionalne aranžmane** u "kulturnom turizmu", ali i pojedinačne akcije, kao što su obnova Duždeve palače, Partenona ili grčko-rimskih kazališta, ali i osnivanje središta za restauraciju spomenika (Louvain, München, Rim, Bruges i dr.).

## 6. TURIZAM I KULTURA - ČIMBENICI UKLJUČIVANJA HRVATSKE U INTEGRIRANU EUROPU (ZAKLJUČAK)

Iz dosadašnjih izlaganja proizlazi da kultura u europskim integracijskim procesima upravo sa stajališta valorizacije bogatog povijesnog i umjetničkog naslijeđa ima **vrlo značajnu ulogu**. No, često se s pravom upozorava da toliko široko prihvaćena i poticana sloboda kulturne razmjene nije uvijek u funkciji razvijanja pozitivnih duhovnih vrednota, posebno ako se ustrajava na **jednosmjernim procesima** Zapad - Istok. "Nova", naime, tek nedavno od totalitarizma oslobođena Europa, nažalost, suviše neselektivno preuzima kulturne utjecaje iz tzv. slobodnog svijeta, a oni su prečesto pogubni. Primjeri za to očiti su u svim postkomunističkim zemljama, a logično je da se tamo i turizam koncipira prema uvezenim uzorima. Riječ je o tzv. "one way cultural communication", kako ovu pojavu nazivaju neki autori zabrinuti za sudbinu naroda izloženih invaziji zapadnjačke kulture. Upravo kulturne vrednote predstavljaju ključ suvremene demokratske preobrazbe, s obzirom na brzinu i karakter tih procesa, a one se uglavnom odvijaju "fascinacijom kulturom - made in the West" (18). Uloga turizma u ovim neizbježnim procesima može također biti dvojaka: u smislu pojačavanja "vesternizacije" ili u većoj **afirmaciji** nacionalnih vlastitosti na svim razinama: od zemlje, regije do destinacije pa i pojedinačnih smještajnih, prehrambenih, trgovačkih, zabavnih i drugih objekata.

U tim okvirima nalazi se i **Hrvatska koja kao srednjoeuropska, ali i mediteranska država**, nažalost još uvijek nerijetko mora dokazivati svoju povijesnu i kulturnu pripadnost Europi. Valja se stoga zalagati, s jedne strane za kvalitativno približavanje europskom turizmu glede usvajanja **standarda** što su već unificirani na razini EU (klasifikacija i kategorizacija ugostiteljskih kapaciteta, poslovna praksa, suvremeni menadžment itd.), a s druge strane za isticanje **autentične** turističke ponude s raznolikim **kulturnim sadržajima**. Tako bi došle do izražaja i etičke vrednote sredine što se ponosi ne samo državnim tradicijom jednog od najstarijih europskih naroda, već i bogatom kulturom koja upravo u **ugošćivanju posjetitelja** prepoznaje svoje tradicionalne vrline. Jer, u turizmu se

10 v. European Travel Commission: Annual Report, Paris, 1994., str. 23 navodi da je lani u sklopu tih aktivnosti podijeljeno 42 diplome i 6 medalja laureatima iz 15 zemalja.

svijetu otkriva i prezentira hrvatska kultura, a kultura promiče zemlju kao turističku destinaciju.

Sudbina je Hrvatske u gospodarstvu, dakle i u onom turističkom, ali i u kulturi - **upućenost na Europu**, pa su razumljiva sva nastojanja oko ulaska u ključne strukture Unije, pa i druge organizacije izvan nje, npr. Vijeće Europe. Uslijed poznatih okolnosti, bit će to **duži proces** na kojem se i posustaje, no koji u konačnici nužno vodi cilju - punopravnom članstvu u EU (19). Pritom i turizmu i kulturi pripada važna uloga, osobito ako se budu razvijali i koncipirali u uzajamnoj povezanosti i kao **nacionalni razvojni prioriteti**. To znači da oba ova sektora moraju stalno biti u središtu državnog interesa. Stoga su vrlo ohrabrujući, no nedovoljno brojni **projekti**: od onog u HAZU, Zavičajnog parka Istre, pa do regionalnih i lokalnih razina koji pokušavaju ne samo identificirati hrvatsko kulturno blago već ga i sanirati od posljedica ratnih razaranja i ljudske nebrige.<sup>11</sup> Pojedine institucije, npr. Internacionalni centar antropologije u Motovunu, djeluju na projektu "**Croatia nostra**" (u sklopu već spomenute "Europa nostra"), a nemoguće je ovdje navoditi i ostale inicijative koje se dijelom oslanjaju i na potporu inozemnih, mahom europskih, izvora. U svjetskim razmjerima posebno valja istaći aktivnost **CULTURELINK-a**, globalne mreže za istraživanja kulturnog razvoja i suradnje što su je osnovali UNESCO i Vijeće Europe 1989. i čije je sjedite u Zagrebu. CULTURELINK radi i na stvaranju baza podataka iz kulture obuhvaćajući čak 80 ustanova iz 97 zemalja.

Napokon, ne smiju se izostaviti ni naponi koji se na planu povezivanja turizma i kulture već godinama poduzimaju na Filozofskom fakultetu u Zadru na **obrazovanju specifičnih kadrova**. Godine 1994., što vie, osnovana je i Visoka škola za kulturu i turizam, s prilagođenim nastavnim programom. I ova "kulturalna injekcija masovnom turizmu" predstavlja skroman doprinos Hrvatske Svjetskoj dekadi za kulturni razvoj Ujedinjenih naroda koja je u tijeku.<sup>12</sup>

## Literatura

1. JADREIĆ, V.: "Međuodnos kulture i turizma", časopis TURIZAM br. 3, Zagreb, 1989, str. 68
2. THIEM, M.: "Tourismus und kulturelle Identität", FiF Jahresbericht. Bern, 1992, str. 22/23
3. LASZLO, Ž.: "Turizam i naša kulturna baština. Zbornik: Humanističke vrijednosti turizma", Zadar, 1977, str. 153
4. HITREC, T.: "Turizam u gradovima", časopis TURIZAM br 9/10, Zagreb, 1994, str. 243
5. STEINECKE, A.: "Kultur und Tourismus : aktuelle Forschungsergebnisse u. künftige Forschung- u. Handlungsfelder, Revue de tourisme No. 4, St. Gallen, 1994, str. 21
6. ASHWORTH, G.: "Culture and Tourism: Conflicts or Symbiosis in Europe?", u knjizi POMPL, W. i LAVERY, P. (Ed.): "Tourism in Europe", Wallingford (UK), 1993, str. 17
7. MILER, A.: "Politika turizma u Europskoj uniji", magazin UT br. 4, Zagreb, 1995, str. 46

<sup>11</sup> HAZU koordinira veliki nakladnički projekt: HRVATSKA I EUROPA (kultura, znanost, umjetnost) na kojem je angažirano stotinjak znanstvenika.

Projekt "Kultura u Istri" bit će osobito značajan za spomenike u unutrašnjosti poluotoka.

<sup>12</sup> v. V. Jadrešić: "Kulturalna injekcija masovnom turizmu", članak u "Vjesniku" od 29.7.1994.

8. CE: "Pour une politique communautaire du tourisme - premières orientations", Bulletin CE, supp. 4, Luxembourg, 1982, str. 1-33
9. HITREC, T.: "Turizam i europska integracija", časopis TURIZAM br. 1, Zagreb, 1989, str. 3-11
10. "Turistička politika Europske zajednice" (tekst preveo D. Čulić), časopis TURIZAM br. 3/4, Zagreb, 1994, str. 76-80
11. "Turismo compatibile", manuale a cura di Movimento consumatori & TeAm, cap. 4: L'Unione Europea, l'ambiente, il turismo, Milano, 1995, str. 79-87
12. MISIANI DI RAIMONDO, C.: "I finanziamenti comunitari per il turismo", Politica del turismo, No. 1, Milano, 1989, str. 91-93
13. EUROPEAN COMMISSION (DG XXIII, The Tourism Unit): "Community Action Plan to assist Tourism - Selected actions financed by the Tourism Unit", s.l., 30.1.1995
14. DELBAERE, R.: "Réseaux de la culture du temps libre et des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, priopćenje na skupu: "The World CULTURELINK Conference", Zagreb, 1995, str. 1-12
15. Commission des CE: "Le tourisme culturel en Europe" (studija), Luxembourg, 1993, str. 128-130
16. COSTA, P. - VAN DER BORG, J.: "Cultural Tourism in Italy", Ciset, Venezia, 1995, str. 20/21
17. EIU: "The Market for Cultural Tourism in Europe", Travel and Tourism Analyst, No. 6, London, 1993, str. 30-46
18. KRZYSZTOFEK, K.: "New Role of the Cultural Factor in the European Processes", priopćenje na skupu: "The World CULTURELINK Conference, Zagreb, 1995, str. 1/2 (abstract)
19. SAMARDŽIJA, V.: "Europska unija i Hrvatska", IRMO, Zagreb, 1994, str. 201

### Summary

#### CULTURE - BACKBONE OF EUROPEAN UNION'S TOURISM POLICY

The author discusses the connection between tourism and culture considering it both causally and functionally. Attention is paid to so called cultural tourism, i.e. that part of global tourist movement which is continually and increasingly influenced by cultural motives, within which city destinations are specially considered. The basics of the European Union's tourism policy is presented, and the main directions of its influence based on its relevant documentation and practice discussed.

Within this given framework the paper mainly concentrates on the importance of culture within the given policy from which is derived its unavoidable role in integration processes on the territories of modern Europe. Relying on its rich past and traditional values Europe is on the threshold of its third millennium, aware more than ever of the important role of tourism in teaching national culture, and in creating Europe's own personal image. Within this context an independent Croatia must belong which, with its culture and tourism, seeks to be included within an integrated Europe.

Key words: tourism and culture, "cultural tourism", tourist policy, European integration, tourism in Croatia.