

## TURISTIČKOGEOGRAFSKI PRISTUP U VALORIZACIJI KULTURNE BAŠTINE

### TOURISTIC AND GEOGRAPHIC APPROACH TO THE VALORISATION OF CULTURAL HERITAGE

**Robert SLUNJSKI**

Doktorand na Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu  
Gimnazija Josipa Slavenskog Čakovec  
Vladimira Nazora 34, 40 000 Čakovec  
rslunjski67@gmail.com

Primljeno/Received: 5. 4. 2017.  
Prihvaćeno/Accepted: 5. 6. 2017.  
Pregledni rad/Review  
UDK/UDC 304.444  
338.48:008

#### SAŽETAK

*Rad se bavi problematikom valoriziranja kulturne baštine u turizmu, utemeljen je na prikazu stranih i domaćih istraživanja u posljednjih tridesetak godina te sadrži pregled različitih znanstvenih pristupa u obradi navedene problematike. U uvodnom dijelu rada definirat će se kulturna baština i kulturni turizam te će se objasniti njihova povezanost, zatim će biti prikazana interpretacija baštine kao važan element njezine turističke valorizacije, a na kraju će se analizirati pristupi u valorizaciji kulturne baštine u turizmu i predložiti kriteriji za određivanje njezine znanstvene, kulturne, edukacijske i turističke vrijednosti.*

*Kulturna baština jedan je od nositelja identiteta određene ljudske zajednice te važan element prezentacije prostora. Ona ima općedruštveno, političko, edukativno-znanstveno i ekonomsko značenje. Njezino istraživanje u kontekstu kulturnog turizma novijeg je datuma u Hrvatskoj jer započinje tek prije dvadesetak godina. Kao jedan od najvažnijih resursa kulturnog turizma, koji je posljednjih desetljeća postao globalni fenomen, baština odgovarajućom turističkom valorizacijom može postići zaštitu i gospodarsku održivost te postati jedan od generatora razvoja područja.*

**Ključne riječi:** kulturna baština, valorizacija, turizam, kulturni turizam

**Key words:** cultural heritage, valorisation, tourism, cultural tourism

#### UVOD

Turizam je interdisciplinarna aktivnost koju istražuje više znanosti među kojima je i geografija. Geografski aspekt proučavanja turizma stavlja naglasak na njegovu prostornu komponentu jer je prostor glavni resurs turizma u kojem turistička djelatnost ostavlja vidljive tragove.<sup>1</sup> Turističkogeografskim pristupom istražuju se polazišta, odredišta i trajanja turističkih kretanja te uzroci i posljedice turizma u prostoru, a upravo geografija može pružiti metodološki okvir koji će značajno pridonijeti razumijevanju turističkih sadržaja i perspektiva turizma.<sup>2</sup>

Iako su putovanja motivirana posjećivanjem znamenitih građevina i manifestacija postojala još u antici te su se nastavila sve do danas, kulturni turizam, kao novi selektivni oblik turizma, prepoznat je tek krajem sedamdesetih godina 20. stoljeća.<sup>3</sup> Za kulturni turizam postoji mnoštvo različitih definicija

<sup>1</sup> Zoran CURIĆ, Nikola GLAMUZINA, Vuk Tvrtko OPAČIĆ, Suvremeni problemi regionalnog razvoja turizma u Hrvatskoj, *Hrvatski geografski glasnik*, 74 (1), Zagreb 2012, 19-40.

<sup>2</sup> Werner KREISEL, Geography of Leisure and Tourism Research in the German-speaking World: Three Pillars to Progress, *Tourism Geographies* 6 (2), 2004, 163-185.

<sup>3</sup> Dallen J. TIMOTHY, Stephen W. BOYD, *Heritage Tourism*, Pearson Education Limited, Harlow, 2003.

jer autori koji ga istražuju uzimaju u obzir samo one aspekte kulturnog turizma koji su predmet njihova znanstvenog interesa. Ipak, danas se najčešće koriste dvije definicije. Prva kulturni turizam definira kao kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan mjesta stanovanja radi zadovoljavanja kulturnih potreba<sup>4</sup>, a druga kao specifičan oblik turizma koji se oslanja na destinacijsku kulturno-baštinsku imovinu i transformira je u proizvod koji koriste turisti.<sup>5</sup>

Kulturna baština je ukupnost materijalne i duhovne produkcije pojedinaca ili skupina koju su nam u nasljeđe ostavili preci, a koju je važno očuvati za buduće generacije.<sup>6</sup> Tradicionalno se dijeli na materijalnu (pokretnu i nepokretnu) i nematerijalnu baštinu. Sve do kraja devedesetih godina dvadesetog stoljeća kulturni je turizam bio usmjeren prvenstveno na materijalnu baštinu, dok se nematerijalna baština koristila kao njezina nadopuna. Danas se, međutim, nematerijalna baština uglavnom prezentira kao samostalno dobro koje je vezano uz lokalni identitet.<sup>7</sup>

Kulturna baština neizostavan je faktor razvoja i unaprjeđenja kulturnog turizma. Ona utječe na turizam, a turizam sve više utječe na kulturnu baštinu koja postaje važan motiv za turistička putovanja. Kod odabira određene turističke destinacije, uz brojne posebnosti prirodnih atrakcija, najveću ulogu ima upravo kulturna baština. Kako bi nastao kulturnoturistički proizvod, najprije je potrebno stvoriti kulturne atrakcije. Kulturne atrakcije predstavljaju kulturne resurse koji svojim atributima privlače turiste i predstavljaju osnovu razvoja turizma nekog područja, a sam kulturnoturistički proizvod je skup materijalnih i nematerijalnih vrijednosti, kao i doživljaja posjetitelja koji su rezultat osmišljene prezentacije i valorizacije kulturnih resursa turističke destinacije. Jelinčić (2008., 31) ističe da je »pojam kulturne baštine vezan uz pojam kulturnog turizma, kao jedan od njegovih najsnažnijih resursa«. <sup>8</sup> Iz svega navedenoga može se zaključiti da je kulturna baština neophodna za razvoj kulturnog turizma određene destinacije. Uključivanje kulturne baštine u turističku ponudu smatra se pomakom u kvaliteti turizma i činom povećanja konkurentnosti turističke destinacije.

Spajanjem kulturne baštine i turizma stimulira se lokalna i regionalna turistička potražnja, potiče se profesionalno upravljanje kulturnim dobrima i njihov marketing te se omogućuje bolja kontrola nad korištenjem kulturnih potencijala.<sup>9</sup> Turistička valorizacija kulturne baštine s jedne strane omogućava ekonomsku konverziju kulturnog dobra čime ono postaje sposobno samostalno stvarati profit, a s druge strane promociju kulturne baštine kao identitetskog obilježja određenog područja.<sup>10</sup>

## CILJ I METODOLOGIJA RADA

Budući da u Hrvatskoj ne postoji velik broj znanstvenih radova koji se bave istraživanjem valorizacije kulturne baštine u okviru kulturnog turizma, a što je prvenstveno posljedica činjenice da je ovo područje istraživanja relativno novo, glavni je cilj ovog rada prikazati i analizirati dosadašnja domaća i strana istraživanja te do sada primijenjene pristupe valoriziranja kulturne baštine, a sve radi boljeg razumijevanja ove problematike u okviru turističke geografije. Posebni je cilj ovog rada dati prijedlog kriterija za određivanje znanstvene, kulturne, edukacijske i turističke vrijednosti kulturne baštine koji se mogu upotrijebiti kao jedan od važnih elemenata za njezino turističkogeografsko valoriziranje.

U radu će se koristiti metoda prikupljanja, interpretacije, analize i sinteze dosadašnjih domaćih i stranih istraživanja znanstvene i stručne literature koja se bavi problematikom kulturne baštine u turizmu, a posebno njezinom valorizacijom.

<sup>4</sup> Greg RICHARDS, Production and consumption of European cultural tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 1996, 261-283.

<sup>5</sup> Bob MCKERCHER, Hilary DU CROS, *Cultural Tourism; The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, The Haworth Hospitality Press, New York, 2002.

<sup>6</sup> Dallen J. TIMOTHY, *Cultural Heritage and Tourism*, Channel View Publications, Bristol, 2011.

<sup>7</sup> Danijela Angelina JELINČIĆ, *Kultura u izlogu*, Meandarmedia, Zagreb, 2010.

<sup>8</sup> Danijela Angelina JELINČIĆ, *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2008.

<sup>9</sup> Tatjana GREDIČAK, Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta Turistica Nova*, 2, Zagreb 2008, 196-218.

<sup>10</sup> Sue MILLAR, Heritage Management for Heritage Tourism, *Tourism Management*, 10, 1989, 9-27.

## ULOGA KULTURNE BAŠTINE U TURIZMU

Kulturna baština i turizam dva su usko povezana i po svom sadržaju vrlo kompleksna pojma. Kulturna baština pridonosi atraktivnosti određene turističke destinacije zbog čega je često i preduvjet izbora destinacije od strane turista. S druge strane, turizam je potreban kulturnoj baštini zbog promocije turističke destinacije, izgradnje njezina identiteta preko dobara materijalne i nematerijalne kulturne baštine te kao element koji će osigurati sredstva za njezino očuvanje. Sve do početka 1990-ih kulturna baština bila je promatrana kao statična vrijednost kojoj je potrebna zaštita i o kojoj se govorilo prvenstveno u kontekstu konzervacije. Tek u novije doba, krajem dvadesetog stoljeća, pojavljuju se istraživanja koja kulturna dobra tretiraju u dinamičnom odnosu s turizmom,<sup>11</sup> a koja su bila potaknuta UNESCO-ovim nastojanjima 1990-ih da se baština usmjeri prema turističkoj valorizaciji jer dobro isplanirana turistička valorizacija pomaže njezinoj očuvanosti i uključivanju u gospodarski razvoj zajednice<sup>12</sup> te potiče gospodarski rast.<sup>13</sup> Nakon uvođenja ovog koncepta javljaju se autori koji se bave upravljanjem kulturnom baštinom te odnosom kulture i turizma iz različitih aspekata kao što su ekonomski, politički i dr.<sup>14</sup>

Kulturni turizam je selektivni (specifični) oblik turizma čija je jedna od osnovnih karakteristika diverzifikacija ponude i turističkih proizvoda.<sup>15</sup> Selektivni oblici turizma potiču regionalni koncept razvoja turizma, koji zamjenjuje koncept planskog makroupravljanja. U tom konceptu ponuda selektivnih (specifičnih) oblika turizma svoje turističke proizvode razvija koristeći komparativne prednosti resursa receptivne destinacije.<sup>16</sup> Pritom treba voditi računa o brojnim elementima kao što su konzervacija i zaštita kulturnih dobara<sup>17</sup>, točna interpretacija resursa<sup>18</sup> te autentično iskustvo posjetitelja.<sup>19</sup> Razvojem kulturnog turizma pridonosi se promociji manje poznatih turističkih destinacija te jačanju nacionalnog i regionalnog kulturnog identiteta bez kojeg je danas teško valorizirati potencijal kulturne baštine u turističke svrhe.<sup>20</sup>

Kultura i turizam dva su sektora čija je suradnja preduvjet za nastanak kvalitetnog kulturno-turističkog proizvoda koji može privući turiste u određenu destinaciju. Ponuda kulturne baštine uzrokuje pozitivne utjecaje turizma na kulturnu baštinu, ali i kulturne baštine na turizam, te umanjuje negativne efekte turizma kako na receptivno, tako i na emitivno stanovništvo.<sup>21</sup> Ipak, na lokalitetima baštine turistički promet mora se kontrolirati kako bi se spriječila njezina degradacija te negativni prostorni i društveni učinci koje ponekad donosi uključivanje baštine u turizam. Stoga, valorizacija kulturne baštine mora biti u okvirima održivog razvoja jer je kulturna baština osjetljiva na neprimjerene zahvate i procese i svaka stvorena neravnoteža bit će nauštrb njezine atraktivnosti.

U Hrvatskoj ne postoji velik broj znanstvenih radova koji se bave istraživanjem turističke valorizacije kulturne baštine, a što je prvenstveno posljedica činjenice da je ovo područje istraživanja relativno

<sup>11</sup> D. J. TIMOTHY, S. W. BOYD, *Heritage Tourism*, Pearson Education Limited, 2003.

Laurajane SMITH, *Uses of Heritage*, London / Routledge, New York, 2006.

Anna LEASK, Scottish visitor attractions, *International Journal of Tourism Research*, 3, 2011, 211-228.

<sup>12</sup> B. MCKERCHER, H. DU CROS, *Cultural Tourism*, 2002.

<sup>13</sup> Heather ZEPAL, Michael HALL, Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism, *Tourism Studies*, 2, 1991, 29-45.

<sup>14</sup> Priscilla BONIFACE, Claude MOULIN, Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development, *International Journal of Heritage Studies*, 7 (3), 2001, 237-248. Brian GRAHAM, Heritage as Knowledge: Capital or Culture? *Urban studies*, 39, 2002, 1003-1017.

<sup>15</sup> Howard HUGHES, Redefining Cultural Tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (3), 1996, 702-709.

<sup>16</sup> Tihomir LUKOVIĆ, Selektivni turizam, hir ili znanstveno - istraživačka potreba, *Acta Turistica Nova*, 2, 2008, 96-113.

<sup>17</sup> Alan FYALL, Brian GARROD, Heritage Tourism: At What Price? , *Managing Leisure*, 3, 1998, 213-228.

<sup>18</sup> D. J. TIMOTHY, *Cultural Heritage and Tourism*, 2011.

<sup>19</sup> Peggy TEO, Brenda YEOH, Remaking Local Heritage for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 1996, 192-213.

<sup>20</sup> Melanie SMITH, *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, London, 2006.

<sup>21</sup> T. GREĐIČAK, Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta Turistica Nova*, 2, 2008, 196- 218.

novu. Najznačajniji autori koji se bave ovom temom su: Kušen,<sup>22</sup> koji istražuje turističku atrakcijsku osnovu; Vrtiprah<sup>23</sup> analizira kulturne resurse kao činitelje turističke ponude u 21. stoljeću; Antolović<sup>24</sup> razmatra menadžment u kulturi; Jelinčić<sup>25</sup> analizira kulturna dobra u turističkoj djelatnosti, a Dumbović-Bilušić<sup>26</sup> bavi se vrednovanjem kulturnog krajolika. Značajan doprinos geografskim istraživanjima vrednovanja kulturne baštine s teorijskog i aplikativnog aspekta dala je Šakaja<sup>27</sup> koja istražuje čimbenike prostorne organizacije kulturnih djelatnosti u Hrvatskoj te Zupanc<sup>28</sup> koji analizira prezentaciju i vrednovanje baštine u Istri.

Istraživanjem stavova turista i posjetitelja o kulturno-turističkim proizvodima u Republici Hrvatskoj utvrđeno je da, iako potražnja za kulturnim sadržajima u svijetu i u Hrvatskoj raste, svega 6 % turista navodi kulturne znamenitosti kao glavni motiv turističkih kretanja. Ipak, petina turista želi razgledati objekte kulturne baštine, a kao glavne razloge manjeg interesa za kulturne sadržaje navode neinformiranost, nezainteresiranost te nezadovoljstvo postojećim kulturno-turističkim sadržajima.<sup>29</sup>

## ULOGA INTERPRETACIJE U VALORIZACIJI KULTURNE BAŠTINE

Kvalitetna interpretacija kulturne baštine predstavlja osnovu za njezinu turističku valorizaciju.<sup>30</sup> Interpretacija je komunikacijski proces koji na edukativan i zabavan način posjetiteljima otkriva značenje baštine i pomaže im u doživljavanju kulturnih dobara.<sup>31</sup> U stručnoj literaturi ističu se tri osnovne uloge interpretacije. Prva je da obrazuje posjetitelje, druga je da ih zabavi, a treća da kod posjetitelja izazove osjećaj poštovanja prema objektu kulturne baštine. Kvalitetnom interpretacijom povećava se vrijednost lokaliteta baštine u očima posjetitelja.<sup>32</sup>

Planiranjem interpretacije izbjegavamo stvaranje pogrešne slike o objektu baštine koji izlažemo, osigu-

**Tablica 1.** Mediji interpretacije - glavne prednosti i nedostaci

MEDIJ	PREDNOSTI	NEDOSTACI
Vodič na lokalitetu	-najfleksibilniji medij -vrlo učinkovit medij	-traži administraciju i trening
Vanjski paneli	-stalno postavljeni -kombiniraju tekst i sliku -pogodni za velike grupe	-nefleksibilni -izloženi vremenskim procesima i vandalizmu
Tiskani materijali (brošure, časopisi...)	-daju puno informacija -lako se nose	-problem distribucije -često se nepročitani odbace
Audiovodstvo	-mogu biti kreativni i uključiti govor, glazbu i zvučne efekte -mogu biti višejezični	-traže stalno održavanje i obnovu programa -izoliraju posjetitelje
Centar za posjetitelje i izložbe	-uključuju više medija -mogu biti interaktivni	-traže veliko investiranje -traže pažljivo održavanje

Izvor: Cross (2012)

<sup>22</sup> Eduard KUŠEN, *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, 2002.

<sup>23</sup> Vesna VRTIPRAH, Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću, *Ekonomski misao i praksa*, 2, 279-296.

<sup>24</sup> Jadran ANTOLOVIĆ, *Menadžment u kulturi*, Hadrian d.o.o., Zagreb, 2009.

<sup>25</sup> D. A. JELINČIĆ, *Kultura u izlogu*, 2010.

<sup>26</sup> Biserka DUMBOVIĆ-BILUŠIĆ, *Krajolik kao kulturno nasljeđe- metode prepoznavanja, vrednovanja i zaštite kulturnih krajolika Hrvatske*, Printera grupa d.o.o., Zagreb, 2015.

<sup>27</sup> Laura ŠAKAJA, Čimbenici prostorne organizacije kulturnih djelatnosti: primjer Hrvatske, *Društvena istraživanja*, 33/34, Zagreb, 1998, 239-273.

<sup>28</sup> Ivan ZUPANC, *Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine - primjer Istre*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorska disertacija, Zagreb, 2010.

<sup>29</sup> Renata TOMLJENOVIĆ, Zrinka MARUŠIĆ, Snježana BORANIĆ, *Analiza proizvoda kulturnog turizma- kulturne atrakcije i događanja*, Institut za turizam, Zagreb, 2005.

<sup>30</sup> B. MCKERCHER, H. DU CROS, *Cultural Tourism*, 2002.

<sup>31</sup> D. J. TIMOTHY, *Cultural Heritage and Tourism*, 2011.

<sup>32</sup> G. RICHARDS, Production and consumption of , *Annals of Tourism Research*, 1996, 261-283.

ravamo kvalitetno iskustvo posjetitelja te određujemo medije koji su najprimjereniji za posjetitelje.<sup>33</sup> Najčešća podjela medija interpretacije je podjela na osobne i neosobne medije. Osobni mediji uključuju živu osobu kao aktualni medij prezentacije informacija, a neosobni mediji uključuju mehanizme i opremu koji ne zahtijevaju intervenciju osoblja odnosno posjetitelja. U tablici 1 navedeni su najčešći mediji interpretacije te njihove glavne prednosti i nedostaci.

Interpretacija oplemenjuje turističku ponudu te promovira baštinu kao identitetsko obilježje određenog prostora. Ona mora biti cjelokupna, odnosno mora zahvaćati širi kontekst od samog lokaliteta te ne smije biti uniformirana, već ju je potrebno prilagoditi različitim skupinama kako bi izazvala interes posjetitelja.<sup>34</sup> Posebnu pažnju potrebno je posvetiti ljudima s tjelesnim poteškoćama (u kolicima, slabovidnim i slijepim, s oštećenim sluhom) kojima se interpretacija mora prilagoditi i za koje osoblje na lokalitetu mora biti educirano i socijalno osjetljivo.

## VALORIZACIJA KULTURNE BAŠTINE

Kulturna baština predstavlja turistički atraktivan, a samim time i gospodarski upotrebljiv i iskoristiv oblik kulture nekog društva ili područja.<sup>35</sup> Troškovi očuvanja baštine vrlo su veliki i povećavaju se s prezentacijom baštine posjetiteljima, stoga je potrebno kulturnu baštinu uključiti u turističke tijekove te učinkovitim upravljanjem osigurati njezinu revitalizaciju i održivost. Dugo vremena za većinu kulturnih dobara glavni izvor prihoda bila su javna sredstva, a paralelno s njihovim smanjivanjem rasla je potreba za drugim vrstama prihoda. Zbog toga se ona okreću prvenstveno turizmu kao glavnom izvoru prihoda. Baština kroz turizam može biti generator lokalne i nacionalne ekonomije jer može povećati broj zaposlenih, gospodarsku aktivnost i prihode.<sup>36</sup>

Upravljanje kulturnom baštinom ovisi o značenju kulturnog dobra, nacionalnom zakonodavstvu, političkoj volji i ljudskim resursima.<sup>37</sup> Manja kulturna dobra nemaju jednaku vrijednost kao velika, ali su važna za lokalnu turističku i kulturnu politiku, pa je i pristup tim dobrima drugačiji. Iako je očuvanje baštine imperativ, važno je istaći da nemaju svi baštinski objekti jednaku vrijednost, niti su jednako prihvaćeni od strane turista ili lokalnog stanovništva. Često se događa da ono što određena generacija smatra kulturnom baštinom druga generacija odbaci. Razlozi tome su različiti, od nedovoljnog poznavanja povijesti, nemogućnosti poistovjećivanja s baštinskim objektom do namjernog odbacivanja određenog povijesnog razdoblja ovisno o društveno-političkim okolnostima.<sup>38</sup>

Valoriziranje kulturne baštine osim baštinskog dobra i turista uključuje i lokalno stanovništvo, koje je dio turističkog proizvoda. Lokalno stanovništvo mora participirati u upravljanju kulturnom baštinom jer njegov pozitivan odnos prema baštini osigurava i pozitivan odnos prema turistima. Ako se lokalno stanovništvo identificira s baštinom, tada se formira povoljno turističko okruženje u kojem stanovništvo ima ulogu posrednika u turizmu.<sup>39</sup>

Opasnost za valorizaciju kulturne baštine predstavlja njezina komercijalizacija, odnosno pretjerana upotreba u turističke svrhe. Iako turisti traže autentična mjesta i iskustva, baština se ponekad »dekorira« kako bi se »svidjela« turistima, a time gubi autentičnost i vrijednost kako za posjetitelje, tako i za lokalnu zajednicu.<sup>40</sup> Stoga, kulturna baština mora biti autentično predstavljena, za što su potrebni profesionalci u turizmu, lokalno stanovništvo te originalni artefakti.<sup>41</sup>

<sup>33</sup> D. A. JELINČIĆ, *Kultura u izlogu*, 2010.

<sup>34</sup> D. J. TIMOTHY, S. W. BOYD, *Heritage Tourism*, 2003.

<sup>35</sup> B. MCKERCHER, H. DU CROS, *Cultural Tourism*; 2002.

<sup>36</sup> G. RICHARDS, Production and consumption of , *Annals of Tourism Research*, 1996, 261-283.

<sup>37</sup> Brian GRAHAM, Heritage as Knowledge: Capital or Culture? , *Urban studies*, 39, 2002, 1003-1017.

<sup>38</sup> D. A. JELINČIĆ, *Kultura u izlogu*, 2010.

<sup>39</sup> Danijela Angelina JELINČIĆ, Turizam vs. identitet globalizacija i tradicija, *Etnološka istraživanja*, 11, Zagreb, 2006, 161-183.

<sup>40</sup> P. TEO, B. YEOH, Remaking Local Heritage, *Annals of Tourism Research*, 1996, 192-213.

<sup>41</sup> D. J. TIMOTHY, S. W. BOYD, *Heritage Tourism*, 2003.

U svijetu i u Hrvatskoj ne postoje jedinstveni kriteriji za vrednovanje pojedinih vrsta kulturnih dobara, već različite države i različiti autori koriste različite kriterije. Na primjer, korišteni kriteriji za vrednovanje kulturne baštine i kulturnih krajolika u Australiji su povijesna vrijednost, estetska vrijednost, društvena i duhovna vrijednost, povezanost sa značajnim društvenim osobama i događajima te reprezentativnost objekta. U Velikoj Britaniji koriste se sljedeći kriteriji: pripadnost povijesnom razdoblju, rijetkost, raznolikost, opseg očuvanosti, osjetljivost na promjene i pritiske razvoja. Kao glavni kriteriji vrednovanja u susjednoj Sloveniji spominju se izvornost građe, stanje očuvanosti, potencijal, raznolikost, reprezentativnost, doživljajna vrijednost, karakterističnost za određeni prostor te povijesna vrijednost. Također, važno je istaknuti da postupak vrednovanja kulturne baštine u Europi ne uključuje samo akademske postupke, već se osim znanstvenika sve više uključuju ekonomisti, lokalno stanovništvo, turistički djelatnici, turisti i ostali dionici. Konačno, i vrijednost kulturne baštine nije nepromjenjiva i stalna.<sup>42</sup> Primijenjeni kriteriji korišteni za određivanje znanstvene, kulturne, edukacijske i turističke vrijednosti kulturnih dobara u ovome radu (tab. 2) rezultat su analize kriterija korištenih u različitim metodologijama vrednovanja kulturne baštine, kulturnog krajolika, geobaštine i prirodne baštine (Reynard i dr., 2007; Bruschi i Cendrero, 2009; Dumbović-Bilušić, 2015; Mesarić, 2015).<sup>43</sup>

VRIJEDNOSTI	KRITERIJI
Znanstvena vrijednost	-stanje očuvanosti -rijetkost u području istraživanja -znanstveni radovi o kulturnom dobru -povezanost s drugim kulturnim dobrima -važnost za rekonstrukcije evolucije prostora
Kulturna vrijednost	-uloga u kulturnim događanjima -prisutnost u umjetničkim djelima, mitovima i legendama -povezanost s ljudima i događajima od povijesnog značenja -religijsko i metafizičko značenje -potencijalna kulturna vrijednost
Edukacijska vrijednost	-korištenje kulturne baštine u edukacijske svrhe
Turistička vrijednost	-dostupnost i pristup -prepoznatljivost izvan struke i znanosti -zastupljenost u turističkim materijalima -opremljenost i postojanje usluga -trajanje sezone mogućeg korištenja -opasnost od degradacije

**Tablica 2.** Prijedlog kriterija za vrednovanje kulturnih dobara

Za utvrđivanje znanstvene vrijednosti kulturne baštine predlaže se pet kriterija (*stanje očuvanosti, rijetkost u području istraživanja, znanstveni radovi o kulturnom dobru, povezanost s drugim kulturnim dobrima te važnost za rekonstrukciju evaluacije prostora*) koji su bodovani u rasponu od 0 do najviše 2 odnosno 3 boda (tab.3).

Za utvrđivanje kulturne vrijednosti predlaže se također pet kriterija (*uloga u kulturnim događanjima, prisutnost u umjetničkim djelima, mitovima i legendama, povezanost s ljudima i događajima od povijesnog značenja, religijsko i metafizičko značenje, potencijalna kulturna vrijednost*) koji su bodovani u rasponu od 0 do najviše 2 odnosno 3 boda (tab.4).

<sup>42</sup> B. DUMBOVIĆ-BILUŠIĆ, *Krajolik kao kulturno nasljeđe*, 2015.

<sup>43</sup> Emanuel REYNARD, Georgia FONTANA Lenka KOZLIK, Cristian SCAPOZZ, A method for assessing »scientific«and »additional values« of geomorphosites, *Geographica Helvetica*, 62 (3), 2007, 148-158. Viola BRUSCHI, Antonio CENDRERO, Direct and parametric methods for the assessment of geosites and geomorphosites, *Geomorphosites*, Verlag Dr. Friedrich Pfeil, 2009, 73-88. B. DUMBOVIĆ-BILUŠIĆ, *Krajolik kao kulturno nasljeđe*, 2015. Mihaela MESARIĆ, *Zaštita i valorizacija rudarske geobaštine na primjeru Murškog Središća*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorski rad, Zagreb, 2015.

KRITERIJ	MAKSIMALNI BROJ BODOVA	SKALA
Stanje očuvanosti	3	0-znatna oštećenost i nepostojanje temeljnih obilježja 1-umjereni oštećenost i gubitak temeljnih obilježja 2-blaga oštećenost bez gubitaka temeljnih obilježja 3-nema vidljivih oštećenja
Rijetkost u području istraživanja	2	0-uobičajen lokalitet u području istraživanja 1-među tri najznačajnija lokaliteta u području istraživanja 2-jedini lokalitet u području istraživanja
Znanstveni radovi o kulturnom dobru	3	0-ne postoje 1-rijetki radovi 2-brojni radovi od nacionalnog značenja 3-radovi od međunarodnog značenja
Povezanost s drugim kulturnim dobrima	2	0-nema povezanosti 1-povezanost samo s jednim kulturnim dobrom 2-povezanost s više kulturnih dobara
Važnost za rekonstrukciju evolucije prostora	3	0-nema važnost 1-mala važnost (ukazuje na evoluciju okruženja) 2-srednja važnost (ukazuje na evoluciju šireg prostora) 3-velika važnost (ukazuje na evoluciju regije)

**Tablica 3.**  
Prijedlog kriterija za utvrđivanje znanstvene vrijednosti kulturne baštine

KRITERIJ	MAKSIMALNI BROJ BODOVA	SKALA
Uloga u kulturnim događanjima	3	0-nema veze s kulturnim događanjima 1-rijetko je dio kulturnih događanja 3-često je dio kulturnih događanja
Prisutnost u umjetničkim djelima, mitovima i legendama	3	0-nije prisutno 1-rijetko prisutno 3-često prisutno
Povezanost s ljudima i događajima od povijesnog značenja	3	0-nema povezanosti 1-slaba povezanost 3-česta povezanost
Religijsko i metafizičko značenje	2	0-nema religijsko ili metafizičko značenje 1-slabo izraženo religijsko ili metafizičko značenje 2-dobro izraženo religijsko ili metafizičko značenje
Potencijalna kulturna vrijednost	2	0-nema potencijalnu kulturnu vrijednost 1-ima malu potencijalnu kulturnu vrijednost 2-ima veliku potencijalnu kulturnu vrijednost

**Tablica 4.**  
Prijedlog kriterija za utvrđivanje kulturne vrijednosti kulturne baštine

KRITERIJ	MAKSIMALNI BROJ BODOVA	SKALA
Korištenje kulturne baštine u edukacijske svrhe	3	0-ne koristi se u edukacijske svrhe 1-koristi se u edukacijske svrhe na jednoj razini obrazovanja 3-koristi se u edukacijske svrhe na različitim razinama obrazovanja

**Tablica 5.**  
Prijedlog kriterija za utvrđivanje edukacijske vrijednosti kulturne baštine

KRITERIJ	MAKSIMALNI BROJ BODOVA	SKALA
Dostupnost i pristup	3	0-pristup preko neuređenog zemljišta 1-pristup stazama 2-pristup uređenim putem 3-pristup asfaltiranom cestom uz parkiralište
Prepoznatljivost izvan struke i znanosti	3	0-nije prepoznatljiv 1-prepoznatljiv u lokalnim razmjerima 2-prepoznatljiv u regionalnim razmjerima 3-prepoznatljiv u nacionalnim razmjerima
Zastupljenost u turističkim materijalima	3	0-nije zastupljen u turističkim materijalima 1- vrlo rijetko zastupljen u turističkim materijalima 2-zastupljen u turističkim materijalima 3-često zastupljen u turističkim materijalima
Opremljenost i postojanje usluga	3	0-ne postoje usluge 1-usluge su udaljene do 5 km 2-usluge su udaljene od 1 do 5 km 3-usluge su uz objekt kulturne baštine
Trajanje sezone mogućeg korištenja	3	1-korištenje je moguće samo ljeti 2-korištenje je moguće izvan zimskog perioda 3-korištenje je moguće cijele godine
Opasnost od degradacije	2	0-izvjesna degradacija 1-umjerena opasnost od degradacije 2-nema opasnosti od degradacije

**Tablica 6.**  
Prijedlog kriterija za utvrđivanje turističke vrijednosti kulturne baštine

Edukacijska vrijednost utvrđuje se na temelju samo jednog predloženog kriterija (*korištenja lokaliteta kulturne baštine u edukacijske svrhe*) pri čemu je najvažnije na koliko se razina obrazovanja koristi, a bodovanje je u rasponu od 0 do 3 boda (tab. 5).

Za utvrđivanje turističke vrijednosti kulturne baštine predlaže se najviše, i to šest kriterija (*dostupnost i pristup, prepoznatljivost izvan struke i znanosti, zastupljenost u turističkim materijalima, opremljenost i postojanje usluga, trajanje sezone korištenja te opasnost od degradacije*) koji su također bodovani u rasponu od 0 do najviše 2 odnosno 3 boda (tab. 6).

Ukupna vrijednost lokaliteta izračunava se zbrajanjem bodova, a skala omogućava laku interpretaciju i usporedbu vrijednosti različitih lokaliteta zahvaljujući korištenju istih kriterija. Predloženi kriteriji za određivanje znanstvene, kulturne, edukacijske i turističke vrijednosti kulturne baštine zajedno sa stavovima turista i stavovima voditelja turističkih zajednica o njezinoj turističkoj valorizaciji, uz analizu prezentacije kulturne baštine u turističkoj ponudi, mogu se upotrijebiti za njezinu turističkogeografsku valorizaciju.

## ZAKLJUČAK

Kulturno dobro živi tek kad ima svoju publiku.<sup>44</sup> Do sada se pokazalo da je najučinkovitiji način vođenja brige o kulturnoj baštini njezina gospodarska valorizacija pomoću turističke djelatnosti jer joj omogućava gospodarsku održivost i zaštitu. Kulturna baština u velikoj mjeri ovisi o proračunskim sredstvima. Iznos tih sredstava vrlo je često nedostatan te su kulturne ustanove primorane tražiti druge načine financiranja. Uspješni su primjeri dokazali da kulturna baština može biti profitabilna, naročito kada se udruži s turističkim sektorom čime prestaje biti pasivni kulturni resurs i počinje aktivno sudjelovati u vlastitom financiranju te gospodarskom razvoju zajednice.

Valoriziranjem kulturne baštine do prije tridesetak godina bavio se samo uzak krug stručnjaka (arheolozi, povjesničari umjetnosti i sl.) koji su odlučivali o njezinoj vrijednosti i načinu zaštite. Danas je u

<sup>44</sup> D. A. JELINČIĆ, *Kultura u izlogu*, 2010.



valoriziranje kulturne baštine uključen znatno veći broj ljudi (vlasnici kulturnog dobra, turisti, turistički djelatnici, lokalno stanovništvo te stručnjaci iz drugih područja) jer je njezino značenje postalo više-značno. Kriteriji za valoriziranje kulturne baštine nisu jedinstveni, već različiti autori i različite države koriste različite kriterije. U ovom radu predloženi kriteriji za određivanje znanstvene, kulturne, edukacijske i turističke vrijednosti kulturne baštine mogu se upotrijebiti kao jedan od važnih elemenata za njezino turističkogeografsko valoriziranje.

Osmišljena turistička valorizacija kulturne baštine potiče i optimizira njezinu zaštitu i očuvanje, oplemenjuje turističku ponudu, promovira baštinu kao identitetsko obilježje određenog područja te je pretvara u turistički proizvod - izvor prihoda za društvenu zajednicu.

## ABSTRACT

The paper deals with the topic of valorising cultural heritage in tourism and it is based on foreign and domestic research in the last thirty years and contains an overview of different scientific approaches in terms of analysing the previously mentioned problem. In the introduction of the paper cultural heritage and cultural tourism will be defined and the connection between the two will be explained. After that, the interpretation of cultural heritage as an important feature of its touristic valorisation will be presented. In the end approaches to valorisation of cultural heritage in tourism will be analysed and criteria for its scientific, cultural, educational and touristic valorisation will be proposed.

Cultural heritage bears the identity of a particular community and it is an important element in the presentation of a space. It has social, political, scientific, educational and economic significance. Research of cultural heritage in the context of cultural tourism are new concepts in Croatia because it began only twenty years ago. As one of the most important resources of cultural tourism, which has become a global phenomenon in recent decades, if valorised adequately, heritage can become a crucial factor in terms of preservation and economical sustainability and one of the generators of development of a certain area.

## LITERATURA

- ANTOLOVIĆ, Jadran (2009): *Menadžment u kulturi*, Hadrian d.o.o., Zagreb.
- BONIFACE, Priscilla (1998): Tourism Culture, *Annals of Tourism Research*, 25 (3), 743-749.
- BONIFACE, Priscilla ; MOULIN Claude (2001): Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development, *International Journal of Heritage Studies*, 7 (3), 237-248.
- BRUSCHI, Viola ; CENDRERO, Antonio (2009): Direct and parametric methods for the assessment of geosites and geomorphosites, *Geomorphosites*, Verlag Dr. Friedrich Pfeil, 73-88.
- CROSS, Susan (2012): *Sharing our stories- using interpretation to improve the visitors experience at heritage sites*, Failte Ireland, Dublin.
- CURIĆ, Zoran ; GLAMUZINA, Nikola ; OPAČIĆ, Vuk Tvrtko (2012): Suvremeni problemi regionalnog razvoja turizma u Hrvatskoj, *Hrvatski geografski glasnik*, 74 (1), 19-40.
- DU CROS, Hilary (2001): A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism, *International journal of tourism research*, 3 (2), 165-170.
- DUMBOVIĆ- BILUŠIĆ, Biserka (2015): *Krajolik kao kulturno nasljeđe- metode prepoznavanja, vrednovanja i zaštite kulturnih krajolika Hrvatske*, Printera grupa d.o.o., Zagreb.
- FYALL, Alan ; GARROD Brian (1998): » Heritage Tourism: At What Price? », *Managing Leisure*, 3, 213-228.
- GRAHAM, Brian (2002): Heritage as Knowledge: Capital or Culture ?, *Urban studies*, 39, 1003-1017.
- GREDIČAK, Tatjana (2008): Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta Turistica Nova*, 2, 196-218.
- Heritage Property Evaluation: A Guide to Listing, Researching and Evaluating Cultural Heritage Property in Ontario Communities*, Ministry of Culture, Toronto, 2006.
- HORVAT, Anđela (2010): *Spomenici arhitekture i likovne umjetnosti u Međimurju*, Matica hrvatska, Zagreb.
- HUGHES, Howard (1996): Redefining Cultural Tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (3), 702-709.
- JELINČIĆ, Danijela Angelina (2006): Turizam vs. identitet globalizacija i tradicija, *Etnološka istraživanja*, 11, 161-183.
- JELINČIĆ, Danijela Angelina (2008): *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb.

- JELINČIĆ, Danijela Angelina (2010): *Kultura u izlogu*, Meandarmedia, Zagreb.
- KREISEL, Werner (2004): Geography of Leisure and Tourism Research in the German-speaking World: Three Pillars to Progress, *Tourism Geographies* 6 (2), 163-185.
- KUŠEN, Eduard (2002): *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb.
- LEASK, Anna (2001): Scottish visitor attractions, *International Journal of Tourism Research*, 3, 211-228.
- LUKOVIĆ, Tihomir (2008): Selektivni turizam, hir ili znanstveno - istraživačka potreba, *Acta Turistica Nova*, 2, 96-113.
- MARKOVIĆ, Izidora ; FUERST-BJELIŠ, Borna (2015): Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca, *Hrvatski geografski glasnik*, 77 (1), 71-88.
- MCKERCHER, Bob ; DU CROS, Hilary (2002): *Cultural Tourism; The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, The Haworth Hospitality Press, New York.
- MESARIĆ, Mihaela (2015): *Zaštita i valorizacija rudarske geobaštine na primjeru Murskog Središća*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorski rad, Zagreb.
- MESARIĆ, Rebeka (2008): Ruralni turizam i poduzetništvo: primjer Međimurske Županije, *Acta Turistica Nova*, 2, 181-204.
- MILLAR, Sue (1989): Heritage Management for Heritage Tourism, *Tourism Management*, 10, 9-27.
- REYNARD, Emanuel, FONTANA, Georgia, KOZLIK, Lenka, SCAPOZZA, Cristian (2007): A method for assessing »scientific« and »additional values« of geomorphosites, *Geographica Helvetica*, 62 (3), 148-158.
- RICHARDS, Greg (1996): Production and consumption of European cultural tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 261-283.
- SMITH, Laurajane (2006): *Uses of Heritage*, London / Routledge, New York.
- SMITH, Melanie (2006): *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, London.
- ŠAKAJA, Laura (1998): Čimbenici prostorne organizacije kulturnih djelatnosti: primjer Hrvatske, *Društvena istraživanja*, 33/34, 239-273.
- TEO, Peggy ; YEOH, Brenda (1996): Remaking Local Heritage for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 192-213.
- TIMOTHY, Dallen J. ; BOYD, Stephen W. (2003): *Heritage Tourism*, Pearson Education Limited, Harlow.
- TIMOTHY, Dallen J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism*, Channel Wiew Publications, Bristol.
- TOMLJENOVIĆ, Renata ; MARUŠIĆ, Zrinka ; BORANIĆ, Snježana (2005): *Analiza proizvoda kulturnog turizma-kulturne atrakcije i događanja*, Institut za turizam, Zagreb.
- VRTIPRAH, Vesna (2006): Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću, *Ekonomski misao i praksa*, 2, 279-296.
- Zakon o upravljanju javnim ustanovama u kulturi*, Narodne novine 96 (2001)
- Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*, Narodne novine 69 (1999)
- ZEPPAL, Heather ; HALL, Michael C. (1991): Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism, *Tourism Studies*, 2, 29-45.
- ZUPANC, Ivan (2010): *Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine - primjer Istre*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorska disertacija, Zagreb.