

Prijedlog modela turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja na ruralnom području Zadarske županije

Proposal for a model of tourist valuation of *gusle* and singing to the accompaniment of the *gusle* in the rural area of the Zadar County

Dario Vištica
Odjel za ekonomiju
Sveučilište u Zadru
Splitska 1
Hrvatska
dario.vistica@gmail.com

Pregledni rad / *Review*

UDK / UDC: 338.48:784.4(497.5-35 Zadar)

Primljeno / Received: 18. svibnja 2020. / May 18th, 2020.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 16. lipnja 2020. / June 16th, 2020.

Sažetak: U Zadarskoj županiji postoji velika razlika razvijenosti između obalnih i ruralnih područja. Područja na obali Jadranskog mora znatno su razvijenija od ruralnih područja. Razvijenost različitih oblika turizma itekako utječe na. Rad se bavi turističkom valorizacijom gusala i guslarskog pjevanja, tradicionalnoga glazbala i načina pjevanja bogate kulturne osnove. Turističkom valorizacijom gusala i guslarskog pjevanja mogu se kreirati različiti tipovi turističkih proizvoda, pri čemu se također daje doprinos očuvanju nematerijalne kulturne baštine Zadarske županije. Gusle i guslarsko pjevanje važan su, a pri tome neiskorišten oblik turističke ponude Zadarske županije te je potrebna inicijativa ključnih dionika u turizmu za bolju i efikasniju turističku valorizaciju gusala i guslarskog pjevanja. U radu se iznosi model turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja na razini ruralnog područja Zadarske županije.

Ključne riječi: gusle, guslarsko pjevanje, turistička valorizacija, model, Zadarska županija

Abstract: In Zadar County, there is a large difference in development between coastal and rural areas. Those areas located on the Adriatic coast are much more developed than the rural ones. The development of various forms of tourism has a significant impact on the above, given that the scientific and professional literature states that tourism development affects significantly the development of the area itself. The paper deals with the tourist valuation of *gusle* and *guslar* performance, traditional musical instruments and the ways of singing a rich cultural heritage. Through the tourist valuation of *gusle* and *guslar* performance, different types of tourist products can be created, while also contributing to the preservation of the intangible cultural heritage of Zadar County. *Gusle* and *guslar* performance are important, and at the same time they represent an unexploited form

of the tourist offer of Zadar County, therefore an initiative is required by key stakeholders in tourism for better and more efficient tourist valuation of *gusle* and *guslar* performance. The paper presents a model of tourist valuation of *gusle* and *guslar* performance at the level of the rural area of Zadar County.

Key words: *gusle*, *guslar* performance, tourist valuation, model, Zadar County.

1 Uvod

Bogata kulturna baština Zadarske županije velik je nedovoljno iskorišten turistički potencijal. Dok je materijalna baština u većoj mjeri prepoznata i iskorištena te prihvaćena kao dio identiteta lokalnog i šireg stanovništva, nematerijalna kulturna baština značajno zaostaje. Temeljni problem je što lokalno stanovništvo kao dio vlastita identiteta ne prihvaća pojedine sastavnice nematerijalne kulturne baštine poput primjerice gusala i guslarskog pjevanja. Stoga nije dovoljno prepoznat ni turistički potencijal nematerijalne kulturne baštine, a osnovni „zahtjev“ takve vrste turističke ponude je prihvaćanje od lokalnog stanovništva kao dijela vlastita identiteta. U suprotnom, uspješnost turističkog proizvoda koji se temelji na nematerijalnoj baštini je kratkotrajna jer turisti u konačnici prepoznaju istinsku vrijednost ili ne. Dakle, ruralno područje Zadarske županije ima potencijal razvoja različitih oblika kulturnog turizma i njegovih fragmenata poput kreativnog turizma jer obiluje materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom koja je u posljednje vrijeme turistima sve atraktivnija.

U ovome radu naglasak je na guslama i guslarskom pjevanju koji su još uvijek minimalno zastupljen element nematerijalne kulturne baštine na području Zadarske županije. Svjesnost o povijesnoj ulozi i važnosti guslarstva također je na niskoj razini što je vrlo zabrinjavajuće zbog duge povijesti guslarstva na ovome području. Prema dostupnim rezultatima recentnih istraživanja, najveći problem je neprepoznavanje turističkog potencijala guslarstva, odnosno smatra se kako takva vrsta ponude nije dovoljno atraktivna za turiste posebice ako se izvodi samostalno, već je potrebno nuditi je u paketu. Nedostatak raspoloživih guslara u Zadarskoj županiji također pridonosi dubini problema. S vremenom se taj problem sve više produbljuje te je sve manje guslara i u širem okruženju koje bi se moglo aktivirati za prenošenje znanja na buduće generacije. Trenutačna situacija može se promijeniti isključivo radikalnim i harmoniziranim potezima svih dionika jer male korekcije, povremene izolirane aktivnosti ili pak veće, ali jednokratne intervencije ništa značajno ne mijenjaju. Problem je korijenski i jedino takvim pristupom stvari se mogu pokrenuti s mjesta s obzirom na to da postoji izniman potencijal za koji je potreban precizan, sustavan i dugoročan pristup. Sve manje od toga bilo bi uzaludno trošenje sredstava.

Cilj rada je iznijeti prijedlog turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja kao dijela nematerijalne kulturne baštine. Svrha rada je uputiti na ulogu i važnost nematerijalne kulturne baštine Zadarske županije s posebnim naglaskom na gusle i guslarsko pjevanje te njihove mogućnosti turističke valorizacije.

U prvom poglavlju rada prikazuje se kulturni (kreativni) turizam na ruralnom području, a drugo se poglavlje bavi guslama i guslarskim pjevanjem. Treće poglavlje govori o zastupljenosti guslarskog pjevanja u turizmu, dok posljednje poglavlje iznosi prijedlog modela razvoja turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja.

2 Kulturni (kreativni) turizam na ruralnom području

Zadarska županija nalazi se u središnjem dijelu Srednje Dalmacije koju karakterizira mediteranska klima i blizina mora, što je čini vrlo privlačnom za turiste. Ruralna područja Zadarske županije u socio-ekonomskom smislu zaostaju za obalnim i urbanim dijelovima Županije. Treba naglasiti kako ruralna područja i otoci bilježe pad ili stagnaciju broja stanovništva, sve veću starost stanovništva, niži stupanj obrazovanja, veću nezaposlenost, niži dohodak i deagrarizaciju. Kako bi se izjednačilo stupanj i dinamiku razvoja ruralnog dijela (zaleđe i otoci) s obalnim dijelom Županije, potrebno je ruralnu turističku ponudu obogatiti dodatnim turističkim sadržajima. Dakle, potrebno je snažnije aktivirati turističke sadržaje koji bi se temeljili na tradiciji radi povećanja dolazaka turista u ljetnoj sezoni, a u konačnici i produljenja sezone na što veći dio godine (Erstić et al., 2011). Zadarska županija ima veliki turistički potencijal koji se temelji na bogatoj povijesti, prirodnim ljepotama, tradiciji i gastronomiji. Najveći je problem nedovoljno ulaganje u ruralni turizam kako bi se kreirala cjelovita i prepoznatljiva turistička destinacija, odnosno kako bi se definirala bit destinacije i njezina ponuda, tj. brend zadarskog zaleđa. Jedino se tako može se stvoriti pozitivno razvojno okruženje. Za uspješnost toga, vrlo je važna podrška na svim razinama od lokalne i regionalne samouprave, poduzetništva, stanovništva, neprofitnih organizacija i turističkih zajednica (Krajnović et al., 2014).

Ruralni turizam podrazumijeva turističke aktivnosti koje se provode na seoskim područjima kako bi se turiste upoznalo sa seoskim načinom života. Privlačnost ruralnih područja temelji se na osjećaju slobode, povezanosti s prirodom, tradicijom te na odmaku od stvarnosti urbanog načina života kako bi se umanjio stres. Ruralna područja su i u prošlosti bila privlačan oblik odmora za različite skupine stanovništva, a zbog sve veće urbanizacije i užurbanog načina života dobivaju sve veći značaj te se razvijaju mnogobrojni oblici turističke ponude. S vremenom se ruralni turizam fragmentirao na različite vrste turističke ponude poput sportsko-rekreacijskog, avanturističkog, kulturnog, vjerskog, lovnog, ribolovnog, gastronomskog, vinskog, kamping turizma te mnogobrojnih drugih oblika ruralne turističke ponude. Karakteristike seoskog turizma uključuju izravni kontakt s domaćinom i njegovim načinom života uz upoznavanje lokalne gastronomije, enologije i bogate kulturne baštine, a ključni moment je revitalizacija lokalnih kulturnih specifičnosti kako bi se turistima pružilo iskustvo koje se ne može zamijeniti iskustvom na drugom mjestu zbog vlastite povezanosti s točno tom lokacijom (Rajko, 2013). Kultura očuvanja tradicije doživljava stalnu transformaciju i usklađuje se kao globalni trend sa zahtjevima turističkog sektora kako bi se u konačnici ostvarilo povećanje ekonomskog profita za domaće stanovništvo. Kulturni turizam je nositelj ponude u koju se mogu svrstati glazbene i kulturne manifestacije, tradicija, folklor, spomenici kulture, rukotvorstvo, enološka i gastronomska ponuda, pučko stvaralaštvo i igre te mnoga druga obilježja destinacije (Gortan-Carlin i Orlić, 2014). Prihvaćanje bilo kojeg oblika turističkog proizvoda u kontekstu kulturnog turizma znatno ovisi o prihvaćanju lokalnog stanovništva koje je ujedno temelj i prepreka ostvarenju turističkog potencijala predmeta komercijalizacije jer ako se naruši kvaliteta života lokalne zajednice, zbog porasta nezadovoljstva može doći i do propasti određene turističke ponude (Rudan, 2012).

Kako bi se zadovoljile potrebe suvremenog turista više nije dovoljno temeljiti ponudu isključivo na specifičnosti određene kulture već je potrebno razvijati diferencirani turistički proizvod kojim će se ponuditi nešto novo odnosno proizvod kojemu će se pridodati komponenta kreativnosti (Krajnović i Gortan-Carlin, 2007). Da bi se povećala zainteresiranost turista, nije potrebno izmišljati nove oblike turističke ponude već je dovoljno turistički proizvod ponuditi na neuobičajen način. Također, atraktivnost turističkog proizvoda može se znatno poboljšati i ako se proizvod ponudi na nekom drugom mjestu ili vremenu. Sve veća potrošnja proizvoda potrošača dovodi do zasićenja pa je potrebno periodično osvežavanje ponude. Isto tako suvremeni turisti su sve iskusniji. Posjetili su velik broj destinacija te ih je sve teže zadovoljiti. Kako je turist iskusniji, sve teže mu je pružiti efekt

oduševljenja jer su njegova očekivanja sve veća (Stasiak, 2013). Većina posjetitelja, neovisno o tome radi li se o domaćim ili stranim turistima, žele naučiti, doživjeti, čuti ili osjetiti nešto karakteristično za određenu destinaciju, odnosno nešto što se može osjetiti ili naučiti jedino na tom određenom mjestu i nigdje drugdje. Primjerice, posjetitelji glazbenih događanja žele naučiti svirati, plesati ili pjevati (Gortan-Carlin i Orlić, 2014). Kreativni turizam stvara i isporučuje znatno veću vrijednost jer turisti imaju priliku iskusiti autentičnost destinacije, što je korak naprijed u odnosu na isporučeno iskustvo kulturnog turizma. Kreativni turizam omogućuje prenošenje specifičnih znanja koje za turista predstavlja neprocjenjivo iskustvo i zauvijek ostaje utisnuto u sjećanje, a može imati i veliki utjecaj na svakodnevni život turista, utjecati na stavove ili pak imati ulogu u izgradnji vlastitog identiteta (Krajnović i Gortan-Carlin, 2007).

Kreativni turizam uključuje velik broj aktivnosti poput sporta, duhovnih aktivnosti, jezika, glazbe i brojnih drugih aktivnosti, a manjim zajednicama nudi zanimljive razvojne mogućnosti. Međutim, vrlo je važno izbjeći zamku kreativnosti kopiranja modela većih mjesta. Umjesto da oponašaju veća mjesta, mali gradovi i ruralna područja trebaju razviti vlastite kreativne načine i postupke koji će više odgovarati njihovoj razmjeri i ritmu života. Kreativni turizam nije oblik masovnog turizma. Privlačenje malog broja vrlo motiviranih posjetitelja može na kraju stvoriti daleko značajnije ekonomske, socijalne i kulturne učinke od pokušaja privlačenja turističkih masa (Richards i Raymond, 2000). Iako svaka definicija naglašava različitu točku, sve one imaju zajednički element, a to je autentičnost iskustva koje posjetiteljima omogućuje razvoj kreativnosti i specifičnih vještina pomoću kontakata s lokalnim stanovništvom i njihovom kulturom. Kao oblik turizma preferira aktivnu potrošnju u odnosu na pasivnu potrošnju. Naglašava životnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, a ne statičnu opipljivu baštinu. Kreativni turizam temelji se na aktivnosti i iskustvu koje nudi samoostvarenje i samoizražavanje. Turisti tako postaju sukreatori i razvijaju svoje kreativne sposobnosti. Kreativni turizam donosi mnogobrojne prednosti ruralnim područjima poput oživljavanja lokalnih zanata i tradicija, obnove i očuvanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, otvaranje novih radnih mjesta, povećanje prihoda u tim sektorima, prelijevajući efekti kreativnosti, povećanje konkurentnosti destinacije itd. Europska komisija također naglašava važnost razvoja kreativnog turizma. U novim europskim turističkim politikama Komisija je predložila da se konkurentnost europskog turizma može potaknuti jedinstvenom i raznolikom ponudom pojedine države i regije, a to se može postići koristeći svoju kulturnu baštinu (Jarábková i Hamada, 2012).

Kreativni turizam može se vidjeti u brojnim situacijama gdje posjetitelji, pružatelji usluga i lokalna zajednica razmjenjuju ideje i vještine te sinergijski utječu jedni na druge. U tom smislu kreativni turizam može biti:

- Način uključivanja turista u kreativni život destinacije
- Kreativno sredstvo korištenja postojećih resursa
- Sredstvo jačanja identiteta i prepoznatljivosti
- Oblik samoizražavanja/otkrivanje
- Oblik obrazovanja – samoostvarenje i učenje
- Izvor „atmosfere“ za destinaciju
- Izvor za rekreaciju i oživljavanje mjesta (Richards i Marques, 2012).

Prednosti kreativnog turizma su što omogućuje bržu transformaciju u turistički proizvod u odnosu na tradicionalni kulturni turizam, omogućava veću mobilnost kreativnosti jer nije vezan isključivo uz mjesto nego se može izvoditi bilo gdje poput primjerice performansa ili predstava te niski troškovi uspostavljanja aktivnosti jer ne zahtijevaju posebnu infrastrukturu (Richards, 2002).

U konačnici, najuspješnije destinacije su one koje turistima pruže neponovljivo iskustvo temeljeno na vrijednostima: autentičnost, tradicija, kulturne vrijednosti i baština (Krajnović et al., 2008). U budućnosti, pretpostavlja se kako će se sve više tražiti visoko precizno iskustvo, a zašto će biti potrebno također precizno planiranje iskustva te prilikom dizajniranja poznavanje svih nijansi i dimenzija željenih aktivnosti i samog upravljanja tim aktivnostima. Uza sve to, konstantno treba voditi računa o autentičnost destinacije (Getz i Page, 2016).

3 Gusle i guslarsko pjevanje

Glazbenim stvaralaštvom, narodi šalju poruku vlastitog identiteta. Glazbom se odgovara na pitanje o tome tko smo. Glazba objedinjuje čovječanstvo jer ne postoje narodi koji ne stvaraju glazbu, dok s druge strane razdvaja jer je važan način definiranja identiteta skupina odnosno razlikovanja od ostalih skupina (Maybury-Lewis, 1996). Uključivanjem glazbene baštine u turističku ponudu, mogu se ostvariti značajne prednosti bilo gdje, a posebice na ruralnom području zbog specifičnog ambijenta. Naime, na taj način bi se osigurala ponajprije bogatija turistička ponuda, promocija kulturne baštine, razvijanje svijesti o vlastitom identitetu, povećanje broja radnih mjesta, kreiranje destinacijskog imidža kojim bi se dao svojevrsni pečat autentičnosti destinaciji te brojne druge prednosti. Osim turističke vrijednosti, bitno je naglasiti kako se putem tradicionalna glazbe prenose estetske, duhovne i kulturne vrijednosti na nove generacije. Karakteristika glazbe je da je dostupna svima, neovisno o sloju društva ili bilo kojoj drugoj kategoriji, a posebice je važna u ključnim trenucima života pojedinca ili društva u cjelini (Krajnović i Gortan-Carlin, 2007).

Guslarstvo je općenito povezano s epskim pjevanjem u Srbiji, Crnoj Gori i Republici Hrvatskoj gdje se najčešće veže uz dinarski kraj (Tate, 2015). Dinarsko područje odnosno kulturni areal karakterizira izrazito patrijarhalni odgoj, tradicija i seoska kultura, velike obitelji te slaba razvijenost. Danas je to uglavnom samo dio folklora koji njeguju kulturno-umjetnička društva (Crljenko, 2012). Zapisi o nastupima guslara iz cijele regije čuvaju se na Sveučilištu Harvard što govori o važnosti očuvanja guslarske tradicije na ovim prostorima (Tate, 2015). Tradicija guslarstva u Zadarskoj županiji seže daleko u prošlost, a s vremenom je sve manje zastupljena i prepoznata kao dio identiteta. Danas se nastup guslara može vidjeti u rijetkim prigodama poput povremenog nastupa na Benkovačkom sajmu ili tijekom ljetne sezone u obalnim područjima. Prema tome, potrebna je brza intervencija kako bi se tradicija guslarstva barem djelomično očuvala. Za nešto više od toga potrebno je ipak puno više vremena, truda i resursa.

Gusle se izrađuju od jednog komada drveta koje se posebno ukrašava duborezom. Glava vrata najčešće se izrađuje u obliku orla, sokola, divojarca ili konja. Sviraju se zaglavljene između noga ili na krilu. Gusle su žičani instrument koji može imati jednu ili dvije žice koje se izrađuju od konjskih dlaka. Zatezanjem ili otpuštanjem struna mijenja visinu osnovnog tona. Gudalo se izrađuje od prikladne grane drveta na koju se napinje 40 – 60 dlaka konjskog repa, a pri sviranju se ne dodiruje vrat. Ugađaju se prema glasovnim mogućnostima ili ograničenjima guslara te uključuju pet osnovnih tonova. Način pjevanja ovisi o stilu guslara koji pjeva unisono s melodijskom linijom, ali dramatično i recitativno (Jeić Baguzej, 2016).

Guslar je usmeni pjesnik koji se koristi guslama za pratnju pripovijedanja, a stihove sastavlja na licu mjesta odnosno improvizira. Kao dokaz sposobnosti guslarskog improviziranja postoji audiozapis guslara na kojem pjeva 12 389 stihova. Audiozapis je 1935. godine snimio M. Perry koji je guslare nazivao pjevačima priča zbog pripovjednog načina pjevanja (Ćušić, 2015). Guslarske pjesme pišu se isključivo u desetercu, a tematika je odraz patrijarhalnog mentaliteta jer se naglašavaju i slave pljačkaški pohodi, junačke otmice, grubi odnosi prema ženama, pogranični sukobi i sl. (Bošković-

Stulli, 2003). Guslar je pri izvođenju zanimljiv zato što svoje slušatelje uvijek iznenađuje doskočicama ili komentarima jer tako prenosi vijesti o ljudima i vremenu (Alić, 2009). U Republici Hrvatskoj lokacije koje u svojim pjesmama najčešće spominju su Krbava, Lika, Senj, Cetinska krajina te Ravni kotari, a od gradova Zadar, Knin, Karlovac i ostali (Mimica, 2008).

U prošlosti se bez gusala nije moglo zamisliti nikakvu svečanost ili zabavu, a smatrane su svojevrsnom tješiteljicom naroda koji je zahvaljujući njima podnio sve nevolje i sačuvao svoju narodnost. Guslama se iskazivao otpor kršćana prema drugoj vjeri, prenosile su se moralne poruke i bitne informacije. U onim krajevima gdje je opasnost od turskih napada bila veća, guslarska tradicija je snažnije izražena. Također, postoje zapisi kako se guslarska tradicija proširila na obalu i otoke dok su izbjeglice iz poturčenih krajeva tražile utočište (Jeić Baguzej, 2016).

4 Gusle i guslarsko pjevanje u kulturnom (kreativnom) turizmu

Dalmacija ima golem potencijal za razvoj raznovrsne turističku ponude, a glavni nositelji njezine turističke ponude su sunce i more te je potreban veliki angažman za pokretanje inicijative od lokalne zajednice pa nadalje kako bi se postigla održivost i konzistentnost turističke ponude (Bosna i Krajnović, 2015). Zadarsko zaleđe treba se pozicionirati kao turističko odredište koje je sposobno domaćim i stranim gostima pružiti ugodan i siguran boravak uz potpuni doživljaj i raznolike kulturne sadržaje. Vrlo je važno istaknuti kako cjelokupni doživljaj mjesta odnosno odabrane destinacije za gosta predstavlja svojevrsni paket aranžman koji treba biti ujednačen, u kontekstu fokusiranja gostiju i isporučene kvalitete, kako bi se mogao usmjeriti prema ciljnom tržištu. Odstupanje od postavljenih standarda u pojedinim segmentima može se negativno odraziti na ostale dijelove ponude i dovesti do nezadovoljstva gostiju. Nadalje, istina je najvažniji element ponude za modernoga gosta jer je privlačnost destinacije uvjetovana povijesnim aspektom, vremenski neovisnom posebnosću ili pak vjerovanjima koja su usko vezana za određeni geografski prostor. Integracija s lokalnim stanovništvom uvelike pridonosi istinitosti destinacije jer ako domaćini vjeruju u ono što nude, zasigurno će vjerovati i gosti. Visoko značajan čimbenik uspjeha je naglašavanje povezanosti između domaćega čovjeka i destinacije te je u skladu s tim potrebno osmisliti manifestacije koje bi bile posvećene istaknutim elementima identiteta kako bi turisti istinski osjetili specifičan ugođaj dalmatinskoga podneblja. Krajnović et al. (2017), prema rezultatima istraživanja, navode kako gusle i guslarsko pjevanje treba ponuditi u paketu s ostalim turističkim proizvodima poput tradicionalnih plesova, autohtone prehrane, sudjelovanja turista na seljačkim gospodarstvima, ostalom tradicionalnom glazbom i vještinama. Također, navode kako je većina ispitanika potvrdila kako bi se uključili u kreiranje i izvođenje ovakvog oblika turističke ponude jer smatraju kako su gusle dio hrvatske tradicije te kako bi tako obogatili trenutačnu turističku ponudu Dalmatinskog zaleđa.

Komparativne prednosti mogu se pretvoriti u konkurentske isključivo kroz element doživljaja koji proizlazi iz zabave, edukacije, divljenja i estetike (Sudarić et al., 2013). Dakle, potrebno je prenijeti snažnu poruku vlastite vrijednosti koja se temelji na težini opstanka u zahtjevnom, ali plodnom podneblju te poruku izvornosti i neupitne kvalitete. Turističko odredište treba predstavljati osjećaj koji lokalno stanovništvo ima za tu destinaciju kako bi isti taj osjećaj utjecao na percepciju gosta, odnosno na njegovu doživljenu kvalitetu. Ruralni dio Zadarske županije usko je vezan uz obalu te je potrebno iskoristiti sinergijski učinak kako bi se turiste koji posjećuju obalu privuklo da posjete ruralni dio. Kratkotrajni posjet turista trebalo bi maksimalno iskoristiti kako bi se doživljaj destinacije snažno utisnuo u memoriju gosta te stvorila želja za ponovnim dolaskom i to kao u ciljanu, a ne kao usputnu destinaciju.

Prema Krajnović et al. (2017), za uspješnu implementaciju gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu ipak je potrebno uložiti određena sredstva kako bi se stvorilo atraktivno okruženje, tj. „guslarski storytelling“ kojim bi se privuklo turiste. Efikasnija valorizacija može se postići organiziranjem folklornih večeri u sklopu kojih (ili samostalno) će se prezentirati guslarsko umijeće. Također, naglašavaju kako je u program događanja, zbog atraktivnosti ponude, poželjno uključiti edukativno predstavljanje guslarskog pjevanja i sviranja te prezentaciju izrade gusala. Iako su ispitanici svjesni važnosti turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja, s tim u vezi ne čine ništa. U svojem radu Krajnović et al. (2011) navode kako su „turistički nomadi današnjice“ u stalnom traganju za nekim novim lokacijama i specifičnim načinima gdje i kako najbolje iskoristiti godišnji odmor radi upoznavanja autentičnih i autohtonih vrijednosti domicilnih sredina s naglaskom na zaboravljene vještine ili načine života. Gortan-Carlin i Orlić (2014) u svojem radu navode kako može doći do konflikata i napetosti unutar domaćeg stanovništva ako se njegova povijest i kultura neprimjereno prezentira odnosno interpretacija tradicije može biti falsificirana kako bi se atraktiviziralo destinaciju. Lokalno stanovništvo mora biti uključeno u ponudu kako bi se potvrdila vjerodostojnost ponude na temelju neposrednog kontakta domaćina i turista. Tako turisti mogu osjetiti autentičnost i autohtonost određene ponude na temelju priča, dosjetki ili načina života. Ipak, tradicijski aspekt, priča, izvornost i sve ostale prednosti nisu dovoljne za uspješnost destinacije, a Bosna i Krajnović (2015) u svojem radu ističu kako su ključni problemi Zadarske županije neujednačenost razvijenosti turizma pojedinih lokalnih jedinica kako kontinentalnog tako i obalnog dijela županije. Krajnović et al. (2017) su u nedostatku živućih guslara na prostoru Zadarske županije intervjuirali skradinskoga guslara Danu Jurića (kazivač) koji je rekao kako je jedan od najvećih problema zapravo nedostatak guslara koji proizlazi iz nezainteresiranosti dionika u turizmu za ovakvom vrstom ponude. Također, naglasio je kako ne postoji nikakav oblik edukacije kojom bi se mlađim naraštajima približila guslarska vještina. Turističke zajednice, kao nositelji turističke ponude ruralnog dijela Zadarske županije, svjesni su uloge i važnosti turističkih manifestacija temeljenih na lokalnim autohtonim običajima te unatoč shvaćanju uloge i važnosti, najviše ispitanika turističkoj valorizaciji gusala i guslarskog pjevanja pridodaje nisku i vrlo nisku važnost jer guslarstvo nije tradicija primorskog dijela Županije kao ni otoka. Zabrinjavajuća je činjenica kako su pojedine turističke zajednice s ruralnih područja odgovorile kako guslarstvo nije dio njihove tradicije te smatraju kako ni domaći stanovnici, ni turisti gusle ne doživljavaju kao nešto autohtono. Prema iskustvu kazivača, guslarska vještina najlakše je razumljiva i prenosiva turistima s hrvatskoga govornog područja, kod stranih turista postoji određena jezična barijera koju je potrebno premostiti dodatnim angažmanom dionika poput npr. edukacijom turističkih vodiča koji bi simultano prevodili stihove tijekom izvedbe te bili sposobni objasniti guslarsku vještinu i njezin značaj s tehničkog i povijesnog aspekta. Dakle, to dokazuje kako postoji zabrinjavajuća neinformiranost ključnih dionika u turizmu te naglašava potrebu za dodatnom edukacijom djelatnika tih institucija kako bi se ne samo utjecalo na povećanje znanja već kako bi se u budućnosti promijenila percepcija prema manje poznatim segmentima hrvatske tradicije.

5 Prijedlog modela uvođenja gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu

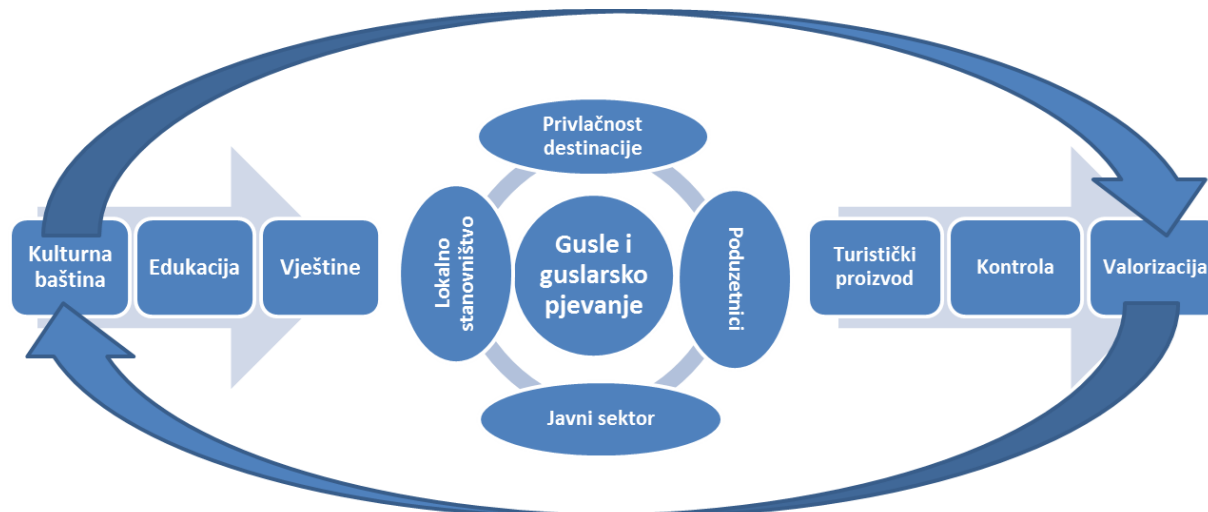
Kako bi se ostvario temeljni cilj ovoga rada, a to je uključivanje gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu Zadarske županije, potrebno je ukratko sažeti saznanja koja su obrađena u prethodnim poglavljima te predložiti takav model koji će uključivanjem svih ključnih dionika pridonijeti dugoročnom razvoju i održivosti turističkog proizvoda – gusle i guslarsko pjevanje. Kako bi se odredilo smjer i dinamiku razvoja turističke ponude gusala i guslarskog pjevanja, potrebno je uključiti sve dionike koji izravno ili posredno mogu pridonijeti valorizaciji kulturne baštine, a time i

oblikovanju konačnoga turističkog proizvoda. Dakle, potrebno je uspostaviti ciljne modele edukacije za lokalno stanovništvo, poduzetnike, djelatnike lokalnih institucija te neprofitnih organizacija. Tako bi se osigurale relevantne kompetencije budućih turističkih djelatnika koji bi se specijalizirali u području guslarstva te kompetencije ostalih dionika uključenih u proces turističke ponude. Edukacije bi trebalo organizirati na nekoliko razina, od temeljnog stjecanja guslarskih vještina do širenja spoznaje o važnosti guslara na području Zadarske županije. Stjecanje guslarskih vještina vrlo je specifično jer uključuje nekoliko talenata, sposobnosti i znanja (glazbeni talent – sviranje i pjevanje, talent sricanja stihova, pamćenje velikog broja stihova, poznavanje povijesti, tradicije itd.) koje polaznik edukacije treba imati kako bi uopće mogao pokušati u cjelini svladati navedenu vještinu. Zbog toga je potreban sustavan i dugoročan pristup koji zahtijeva potporu svih dionika kako bi se u ostvario temeljni cilj, a to je uvođenje gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu.

Polaznicima edukacija bi se na temelju stečenih vještina poboljšala konkurentnost na tržištu rada, institucionalnim djelatnicima kao i institucijama povećala ugled i stručnost, neprofitnom sektoru priznala veća društvena uloga i važnost te bi se općenito promijenila percepcija javnosti o guslama i guslarskom pjevanju. Također, smanjilo bi se iseljavanje stanovništva s ruralnih područja te povećali prihodi stanovništva i lokalnih poduzetnika. Prijedlog modela uvođenja gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu Zadarske županije temelji se na edukaciji svih uključenih u proces osnaživanja turističke ponude kako bi se pomoću stečenih kompetencija pridonijelo društveno-ekonomskoj održivosti kulturnih turističkih proizvoda, a kako je prikazano na slici ispod.

Slika 2. Model turističke valorizacije gusala i guslarskog pjevanja

Izvor: izrada autora (2020)



Predstavljeni model uvjetovan je edukacijom kao temeljnim pokretačem razvoja turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje, ali to je tek početak procesa. Na daljnji razvoj utječe niz čimbenika koje je potrebno sustavno prilagođavati kako bi se osigurala ujednačenost provođenja aktivnosti. Primjerice, stav lokalnog stanovništva vrlo je važan element uspjeha. Ako se stanovništvo poistovjećuje s turističkim proizvodom, uspjeh zasigurno neće izostati, dok je u suprotnom uspjeh vrlo neizvjestan jer se poruka vrijednosti, priča, vjerovanje itd. neće na ispravan način prenijeti. Privlačnost destinacije, poput društvene ili prirodne privlačnosti, određuje vrijeme, napor i resurse potrebne za razvoj

određenoga turističkog proizvoda, odnosno definira početnu točku razvoja. Ako je privlačnost destinacije minimalna, potreban je veliki trud i uključivanje znatno više dodatnih sadržaja u kontekstu kreativno-kulturnog turističkog proizvoda kako bi destinacija u konačnici postala privlačna. Prema tome, dinamika razvoja guslarskog turizma uvelike ovisi o mnogobrojnim čimbenicima iz okruženja.

Uključenost javnog sektora također je vrlo važan čimbenik razvoja jer podrazumijeva komunikaciju s ministarstvima, strateško planiranje, izgradnju infrastrukture, osiguravanje poticaja za poduzetnike te financiranje neprofitnog sektora u svrhu osnaživanja lokalnih ciljeva. Osim toga, potrebna je edukacija javnih službenika jer, kako je navedeno u radu, anketirani djelatnici TZ-a Zadarske županije nisu pokazali dovoljan interes za uključivanjem gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu.

Također, pokazalo se kako je razina znanja djelatnika TZ-a o ulozi i važnosti guslarstva vrlo niska što je vrlo zabrinjavajuće. Dakle, vrlo je važno provesti edukaciju na razini TZ-a i na ostalim razinama javnog sektora kako bi se izgradila viša razina svjesnosti o ulozi i važnosti guslarstva posebno u ruralnom dijelu županije te u konačnici ujednačenost postavljenih ciljeva. Nadalje, u školama ruralnog područja Zadarske županije trebalo bi uvesti izbornu aktivnost gusle i guslarsko pjevanje kako bi se djeci od najranije dobi omogućilo upoznavanje s tom vještinom.

Valja naglasiti da je potrebno i dodatno financiranje relevantnih neprofitnih organizacija kako bi se nabavilo dovoljno instrumenata za sve zainteresirane, a koji bi bili izloženi u prostorijama udruge te bi ih svatko mogao doći isprobati. Zsigurno bi jedan dio posjetitelja razvio veći interes te bi se u konačnici oformila skupina polaznika.

Osim svladavanja umijeća guslanja potrebno je provoditi i ostale aktivnosti povezane s guslarstvom kako bi se kod lokalnog stanovništva razvila svijest o ulozi i važnosti guslarstva, a isto tako prepoznao i turistički potencijal guslarstva. „Uključivanjem znanosti i struke, lokalnih dionika, javnosti te sredstava iz razvojnih fondova povećala bi se perspektiva i kvaliteta života stanovnika ruralnih krajeva“ (Russo et al., 2012, 94). Kako bi se osvijestilo, osnažilo i uskladilo čimbenike koji utječu na uspješnost turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje potrebno je uspostaviti ciljne edukacije, radionice ili aktivnosti poput primjerice: uloga i važnost guslarstva u Zadarskoj županiji, marketing i brendiranje turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje, gusle i guslarsko pjevanje u turizmu, radionica sviranja gusala, radionica guslarskog pjevanja, radionica guslarskog deseterca, komunikacijske vještine i guslarstvo, informacijske tehnologije i guslarstvo, edukacija o procesu zaštite nematerijalne kulturne baštine, gusle i guslarsko pjevanje u kontekstu EU fondova, poduzetništva i lokalnog razvoja te mnoge druge edukacije kojima bi se pridonijelo uspješnosti navedenog turističkog proizvoda.

Izrazito je važno uključiti lokalne poduzetnike u proces razvoja turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje. Naime, poduzetnici izravno ili posredno sudjeluju u isporuci turističkog proizvoda, odnosno u stalnoj su interakciji s krajnjim kupcem pa je zbog toga ključno osigurati visok stupanj educiranosti kako djelatnika tako i upravljačkih funkcija, radi izjednačavanja kvalitete isporučene vrijednosti s doživljenom kvalitetom u konačnici. Lokalni poduzetnici su ključan element razvoja turističkog proizvoda jer svojom podrškom utječu na dinamiku razvoja. Potpunim ili djelomičnim prihvaćanjem navedenoga turističkog proizvoda, u smislu uključivanja u vlastitu ponudu, osigurala bi se njegova perspektiva. Dakle, pojedini bi poduzetnici trebali izraziti spremnost da će primjerice prodajne objekte urediti u guslarskom stilu ili se barem djelomično koristiti guslarskim motivima.

Ugostiteljski objekti bi u svoju ponudu mogli uvrstiti guslarski jelovnik, organizirati večeri gusala, ili organizirati edukativne susrete guslara s posjetiteljima. U trgovinama bi se moglo kupiti suvenire s motivima guslarstva, primjerci gusala, literatura vezana uz gusle na različitim jezicima, guslarske priče, slikovnice, audiozapisi gusala itd. Turističkom valorizacijom gusala i guslarskog pjevanja mogu se kreirati i različiti tipovi turističkih proizvoda koji uključuju gusle i guslarsko pjevanje. Primjerice, gusle i guslarsko pjevanje kao glavna atrakcija Benkovačkog sajma mogu znatno povećati vrijednost

samog događaja, a mogu se uspostaviti turistički paketi pod nazivom „putevi okusa i zvučnog tradicije“ ili „rutama tradicije“. Turistička ruta sadržavala bi cjelodnevni obilazak i sudjelovanje u radu obiteljskih gospodarstava čija je proizvodnja karakteristična za područje Ravnih kotara poput tradicionalnog načina pravljenja sira, pršuta, vina, načina berbe, obilaska maslinika, načina proizvodnje meda i sl. Nakon upoznavanja sa svim vrstama autohtone ponude, završna točka turističke rute bila bi večera u konobi gdje bi se degustirali svi proizvodi koji su proizvedeni na gospodarstvima koje su turisti posjetili. Tijekom večeri goste bi zabavljao guslar na svoj specifičan način, koji osim sviranja i pjevanja podrazumijeva upoznavanje i druženje s gostima.

Dakle, znanja je potrebno pažljivo alocirati kako bi se osigurale relevantne kompetencije sudionika u isporuci turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje pomoću kojih bi se postiglo zadovoljstvo posjetitelja te ostvarilo ponovno vraćanje u destinaciju. Prema tome, potreban je vrlo visoki stupanj koordinacije provođenja edukacijskih aktivnosti kao i sustavnost procesa razvoja turističkog proizvoda u cjelini. U skladu s rastom svjesnosti i kompetentnosti institucija i ostalih dionika, koristi bi se prelijevale na sve ostale segmente turističke ponude.

Na izlaznoj strani modela nalazi se uobličeni turistički proizvod koji predstavlja skup svih aktivnosti kojima se kreirala isporučena vrijednost. Može se promatrati kao biće koje se u skladu s povratnim informacijama prilagođava i poboljšava kako bi se postigla konstantnost isporuke očekivanih vrijednosti. Na taj se način osigurava tek zadovoljstvo krajnjih kupaca. Kako bi se postignuo visok stupanj lojalnosti, ipak je potrebno izazvati efekt oduševljenja posjetitelja. To se pak može postići dubokim promatranjem i razumijevanjem potreba gosta te stvaranjem i isporukom turističkog proizvoda gusle i guslarsko pjevanje na neočekivan način. Vrijednost isporučena na takav način puno se dublje utisne u memoriju kupca, što se odražava na svaku sljedeću odluku pri odabiru destinacije. U kontekstu kvalitete isporuke vrijednosti pretvara je u referentnu destinaciju, a vjerojatnost ponovnog posjeta je vrlo visoka. Dakle, potrebno je razviti sustav kontrole pomoću kojeg bi se provodila procjena efikasnosti i efektivnosti provedenih aktivnosti te sustavan i planiran razvoj identiteta destinacije. To se može ostvariti multidisciplinarnim pristupom, odnosno zapošljavanjem stručnjaka iz turizma i kulture koji bi imali samostalnost u svojem radu uz podršku ministarstva, lokalne uprave/samouprave, relevantnih institucija, poduzetnika i domaćeg stanovništva.

Na taj način bi se relevantne kompetencije preusmjeravale tamo gdje su stvarno potrebne kako bi se ostvarila suradnja sa svim ključnim dionicima destinacije. U konačnici treba vidjeti je li subjekt valorizacije opravdao pretpostavljeni turistički potencijal ili ne, odnosno je li potencijal bio precijenjen ili podcijenjen. Valorizacija se može podijeliti na dvije razine. Prva je stvaranje vrijednosti radi očuvanja kulture lokalne zajednice, a druga je stvaranje turističkog proizvoda kako bi se ostvarile društveno-ekonomske koristi. Uvijek treba imati na umu da se pretjeranom komercijalizacijom ne dovede u pitanje kulturna autentičnost predmeta valorizacije. Nakon provedene valorizacije i stvaranja turističkog proizvoda potrebno je saznati postoje li određeni nedostaci koji se mogu poboljšati te se treba vratiti na početak kako bi se provelo novo promatranje subjekta valorizacije i daljnjeg procesa. Na taj se način može doći do neke nove dimenzije turističkog potencijala temeljnog subjekta valorizacije pomoću kojeg bi se mogao kreirati sasvim novi oblik turističke ponude gusala i guslarskog pjevanja. Nadalje, potrebno je sagledati cijeli proces kako bi se utvrdili nedostaci te primijenila određena poboljšanja poput utjecaja na okoliš, utjecaja na lokalnu zajednicu, stavova lokalnog stanovništva, propusta u edukaciji, infrastrukturnih nedostataka, komunalnih preopterećenja i sl. Proces valorizacije nikada ne smije završiti, već se konstantno treba poboljšavati kako bi se osigurala održivost kreiranog koncepta odnosno turistički proizvod treba konstantno evoluirati kako bi u istoj mjeri zadovoljio sve dionike procesa valorizacije.

6 Zaključak

Radom se došlo do zaključka kako postoji potencijal za uvrštavanje gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu Zadarske županije kao važnog, ali zaboravljenog i neopravdano zapostavljenog elementa tradicije ovih krajeva. Naime, uvrštavanjem gusala i guslarskog pjevanja u turističku ponudu u kontekstu kreativnog turizma značajno bi se povećala atraktivnost destinacije što bi rezultiralo povećanim brojem dolazaka gostiju te povećanim prihodima lokalnog stanovništva. Koristi bi se zasigurno prelijevale i na ostale dijelove turističke ponude. Prema rezultatima istraživanja korištenih izvora, ustanovilo se kako djelomično postoji svjesnost o važnosti guslarstva, ali zabrinjavajuća je činjenica kako je nekolicina ispitanika s ruralnog područja Zadarske županije ipak odgovorila kako gusle i guslarsko pjevanje nisu dio njihove tradicije. Taj moment je ključna točka početka procesa valorizacije odnosno proces treba započeti razvijanjem svjesnosti o ulozi i važnosti guslarstva. Kako bi se stvorio temelj za kvalitetnu provedbu procesa razvoja turističkog potencijala guslarstva, potrebno je aktivirati one dionike koji su ključni za početnu fazu, a vrlo je važno da se uključe svi ključni dionici jer u suprotnom početna faza ne može prijeći u sljedeću višu fazu i sav trud je uzaludan. Primjerice, ako se u proces ne uključi lokalno stanovništvo ili neki drugi ključni dionik, ne može se završiti temeljnu fazu procesa. Isto vrijedi i za svaku sljedeću fazu. Isključivo sinergijom svih dionika može se postići uspjeh jer guslarska tradicija zahtijeva temeljnu i radikalnu preobrazbu svjesnosti stanovništva, a ne samo fine korekcije. Problem je duboko ukorijenjen te mu je tako potrebno i pristupiti.

Gusle i guslarsko pjevanje vrlo su vrijedan element nematerijalne baštine koji je potrebno transformirati u turistički proizvod iz dva osnovna razloga. Prvi razlog je očuvanje tradicije guslarstva jer s vremenom je sve manje živućih guslara i u budućnosti neće tko imati prenijeti tu specifičnu vještinu na nove generacije, a to je ono što se svakako treba izbjeći. Drugi razlog je veliki potencijal guslarstva u turizmu. Suvremeni turisti žele osjetiti nešto jedinstveno, nešto što će zauvijek ostati utisnuto u pamćenju, a guslarstvo je upravo to.

Literatura

Alić, S. (2009). Oral Transmission and Written Word in Mediterranean Culture. In: Mediteranski korijeni filozofije, str. 371-384, <http://seadalic.com/index.php/sead-alic-usmeno-i-pismeno-mediteranske-kulture> [pristupljeno 20.07.2019.]

Bosna, J., Krajnović, A. (2016). Prijedlog modela izgradnje i upravljanja regionalnim turističkim brendom Dalmacije, *Tranzicija*, 17 (36), str. 91-101, <https://hrcak.srce.hr/158310> [pristupljeno 23.03.2020.]

Bošković-Stulli, M. (2003). Narodne pjesme iz Dalmacije-priobalje i zaleđe, *Narodna umjetnost: hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku*, 40 (2), str. 41-59, <https://hrcak.srce.hr/27792> [pristupljeno 10.03.2020.]

Črljenko, I. (2012). Cultural-Geographic Characteristics Of The Dinaric Karst Region Of Croatia, *Acta Geographica Croatica*, 39 (1), str. 15-44, <https://hrcak.srce.hr/140974> [pristupljeno 08.03.2020.]

Ćušić, T. (2015). Epska formula kao instrument čuvanja orijentalizama u bosanskome jeziku, str. 7-25, www.izj.unsa.ba/files/2015-26-1-2/1-TarikCusic.pdf. [pristupljeno 15.04.2020.]

Erstić, M., Mikuš, O., Mesić, Ž. (2011). Uloga agroturizma u socioekonomskom razvoju zadarske županije – opažanja dionika ruralnih područja, *Agronomski glasnik*, 73 (4-5), str. 245-262, <https://hrcak.srce.hr/79942>. [pristupljeno 15.03.2020.]

Getz, D., Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research, *Tourism Management*, 52, str. 593-631, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>. [pristupljeno 07.04.2020.]

Gortan-Carlin, I. P., Orlić, I. (2014). Ponuda i potražnja autentičnosti u glazbeno-turističkom doživljaju Istre: Ceste glazbeno-tradicijskih manifestacija, *Problemi sjevernog Jadrana* 13, str. 117-140, <http://bib.irb.hr/prikazi-rad?rad=751680>. [pristupljeno 18.03.2020.]

Jeić, B. J. (2016). Gusle u Žuljani, *Hrvatska revija*, 3, str. 50-58, <http://www.matica.hr/hr/492/sadržaj-26073/> [pristupljeno 14.02.2020.]

Jelinčić, D. A. (2006). Turizam vs. Identitet, *Etnološka istraživanja* 11, str. 161-208.

Jarábková, J., Hamada, M. (2012). Creativity and rural tourism. *Creative and Knowledge Society*, 2 (2), str. 5-15, <https://doi.org/10.2478/v10212-011-0022-4> [pristupljeno 14.04.2020.]

Krajnović, A., Gortan-Carlin, I. P. (2007). Possibilities of music heritage tourist valorization – an example of Istria, *Tourism and hospitality management*, 13 (2), str. 469-482, <https://hrcak.srce.hr/181127> [pristupljeno 27.12.2019.]

Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011). Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma–problemi i smjernice, *Oeconomica Jadertina*, 1 (1), str. 30-45, <https://hrcak.srce.hr/68201> [pristupljeno 14.10.2019.]

Krajnović, A., Gortan-Carlin, I. P., Rajko, M. (2008). Cultural Manifestation Based on Rural Tourism Development: Istrian Example, *In: International Conference of the School of Economics and Business in Sarajevo, Traditional Challenges of EU Integration and Globalisation*, str. 1-12, http://bib.irb.hr/datoteka/404633.Krajnovic_Gortan_Rajko.pdf. [pristupljeno 20.12.2019.]

Krajnović, A., Gortan-Carlin, I. P. (2007). Possibilities of music heritage tourist valorization—an example of Istria. *Tourism and hospitality management*, 13 (2), 469-482, <https://hrcak.srce.hr/181127> [pristupljeno 20.11.2019.]

Krajnović, A., Bosna, J., Vištica, D. (2017). Tourist Valorization of Fiddles and Fiddle Singing, *In: 2nd International Symposium in Zadar, Digital humanities: Empowering Visibility of Croatian Cultural Heritage*.

Krajnović, A., Rajko, M., Matković, M. (2014, January). Possibilities for Development of Rural Tourism Brand-Example of Zadar County. In *Peta interkatedarska znanstvena konferencija „Konkurentnost, ekonomski rast i blagostanje”*, str. 127-145, <https://www.bib.irb.hr/729442?rad=729442>. [pristupljeno 20.04.2020.]

Kunić, M. (2012). Usmeno pamćenje i zaborav: krajiška epika i njeni junaci, Centar za kulturu i obrazovanje Tešanj.

- Maybury-Lewis, D. (1996). Traditional Music in Community Life, *Cultural Survival Quarterly Magazine*, <https://www.culturalsurvival.org/publications/cultural-survival-quarterly/traditional-music-community-life> [pristupljeno 19.04.2020.]
- Mimica, I. (2009). Lokalitet Otres u povijesti i hrvatskoj usmenoj poeziji, *Godišnjak Titius: godišnjak za interdisciplinarna istraživanja porječja Krke*, 1 (1), str. 53-70, <https://hrcak.srce.hr/111972> [pristupljeno 25.03.2019.]
- Rajko, M. (2013). Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, *Oeconomica Jadertina*, 3 (2), str. 50-62, <https://hrcak.srce.hr/114927> [pristupljeno 21.03.2020.]
- Richards, G. (2002). From Cultural Tourism to Creative Tourism: European Perspectives, *Turizam*, 50 (3), str. 225-234, https://www.researchgate.net/publication/254817127_From_Cultural_Tourism_to_Creative_Tourism_European_Perspectives [pristupljeno 07.11.2019.]
- Richards, G., Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 23 (8), str. 16-20.
- Richards, G., Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction, <http://hdl.handle.net/10026.1/11443> [pristupljeno 17.03.2019.]
- Rudan, E. (2012). Razvojne perspektive kreativnoga turizma Hrvatske, *Ekonomika misao i praksa*, 2, str. 713-730, <https://hrcak.srce.hr/94173> [pristupljeno 10.03.2019.]
- Russo, A., Peronja, I., Milić, R. (2012). Dalmatinska zagora–neotkriveni potencijali razvoja zdravstvenog i sportsko-rekreacijskog turizma u Dalmatinskom zaleđu Dalmatinska zagora-the undiscovered potential for health and recreational tourism in Dalmatia’s hinterland, *Stanje i mogućnosti zdravstvenog i sportsko-rekreacijskog turizma*, str. 86-96, https://konferencija.mev.hr/dokumenti/zbornik_konferencija_tisak.pdf. [pristupljeno 10.09.2019.]
- Stasiak, A. (2013). Tourist product in experience economy, *Tourism*, 23 (1), str. 27-36, <https://doi.org/10.2478/tour-2013-0003> [pristupljeno 27.04.2020.]
- Sudarić, T., Zmaić, K., Lončarić, R. (2013). Ekonomija doživljaja u ruralnom turizmu, *48.hrvatski i 8.međunarodni simpozij agronoma u Dubrovniku*, str. 215-219, https://scholar.google.hr/scholar?lookup=0&q=Ekonomija+do%20C5%BEivljaja+u+ruralnom+turizmu+&hl=hr&as_sdt=0,5 [pristupljeno 20.03.2020.]
- Tate, A. P. (2015). Guslar, *Encyclopaedia Britannica*, <https://www.britannica.com/art/guslar> [pristupljeno 23.09.2019.]