

Iva Baburić

ivababuric75@gmail.com; HR – 53 000 Gospić

Stručni članak / Professional paper

(primljeno / received 9. 12. 2025)

(odobreno / accepted 29. 12. 2025.)

UDK 338.48:008(497.562)



Ovaj rad dostupan je za upotrebu pod međunarodnom licencom Creative Commons Attribution 4.0

Ivana Crljenko

icrljenko@unizd.hr; HR – 53 000 Gospić

Odjel za nastavničke studije u Gospiću Sveučilišta u Zadru /

Department of Teacher Education Studies in Gospić, University of Zadar

TURISTIČKA PREZENTACIJA BAŠTINE SREDNJE LIKE

The Presentation of Central Lika's Heritage in Tourism

Sažetak

U radu se tematizira odnos baštine Srednje Like i njezine turističke prezentacije. Srednja Lika obuhvaća jedinice lokalne samouprave Grad Gospić, Općinu Lovinac i Općinu Perušić. Pokrivenost više od trećine površine Srednje Like zaštićenim prirodnim područjima te vrlo mali udio ukupnih nacionalnih kulturnih dobara smještenih u Srednjoj Lici upućuje na znatno veću naglašenost zaštite prirodne baštine u odnosu na kulturnu, što se djelomično objašnjava općenito slabom izgrađenosti prostora, odnosno prostranim očuvanim prirodnim okolišem. Ciljevi rada su kvantitativnom i kvalitativnom analizom turističke prezentacije baštine istražiti kakav je odnos zastupljenosti prirodne i kulturne baštine predstavljene prevladavajućim motivima u turističkim promidžbenim publikacijama te otkriti je li taj odnos sukladan udjelima zaštićenih prirodnih područja i kulturnih dobara u Srednjoj Lici. U tu su svrhu kao reprezentativne vrste turističkih publikacija analizirane razglednice, tiskane brošure i mrežne stranice turističkih zajednica. Rezultati pokazuju da se stvarna veća zastupljenost zaštićene prirodne baštine u Srednjoj Lici najviše odražava u brošurama, dok mrežne stranice uravnoteženije predstavljaju prirodnu i kulturnu baštinu. Pokazalo se također da je odnos između prezentirane prirodne i kulturne baštine sukladan udjelima zaštićenih prirodnih područja i kulturnih dobara.

Cljučne riječi: prirodna i kulturna baština, turistička prezentacija, Srednja Lika

Summary

This paper examines the presentation of Central Lika's heritage in its tourism. Central Lika comprises the local self-government units of the City of Gospić, the Municipality of Lovinac, and the Municipality of Perušić. The fact that more than one-third of Central Lika is covered by protected natural areas, with only a small share of the total national cultural goods, suggests a stronger emphasis on the protection of natural heritage than on cultural heritage. This is partly due to the low level of urbanization and extensive preservation of natural environments. The paper investigates, using quantitative and qualitative analysis, the presentation of heritage in tourism, the relative presentation of natural and cultural heritage as reflected in the predominant motifs in promotional tourism publications, and determines whether this connection corresponds to the actual ratio of protected natural areas and cultural goods located in Central Lika. For this purpose, postcards, printed brochures, and tourist board websites were analyzed as typical forms of tourism publications. The results show that a greater presence of protected natural heritage in Central Lika is mostly found in tourism brochures, whereas websites offer a more balanced overview of both natural and cultural heritage. Moreover, the connection between the presented natural and cultural heritage corresponds to the actual ratio of protected natural areas and cultural goods in Central Lika.

Keywords: natural and cultural heritage, tourist presentation, Central Lika

Uvod

Među najistaknutijim identitetskim sastavnicama nekoga prostora svakako je njegova prirodna i kulturna baština. U područjima u kojima je važan pokretač gospodarskoga razvoja – osobito turističkoga, u kojem je često temeljna atrakcija za kreiranje specifičnih proizvoda i razlikovanje turističkoga odredišta – baština postaje sve ugroženija ako je taj razvoj neplanski, nekontroliran i neodrživ. Stihijski brzorastući masovni turizam često se navodi kao primjer upravo takva nepoželjnoga razvoja u kojem se odnos turizam – baština percipira kao isključivo negativan za baštinu. Istodobno, baština je upravo zbog različitih oblika prijetnji, tako i onih izazvanih turizmom, sve zaštićenija. Još od 19. st. se štiti, najprije pojedinačno na nacionalnoj razini, a potom i na međunarodnoj razini (osobito osnivanjem UNESCO-a 1945.). Ako je baština shvaćena kao temeljna turistička atrakcija kojom je za potrebe širega gospodarskog i društvenog razvoja nužno promišljeno, organizirano i odgovorno upravljati, održiva turistička valorizacija može oblikovati i razvijati kolektivnu svijest o potrebi njezina očuvanja te posljedično podržati konkretne aktivnosti u smjeru njezine zaštite.

S obzirom na iznimnu bioraznolikost, georaznolikost i pejzažnu raznolikost te određene kulturne različitosti unutar nacionalnoga prostora, u Hrvatskoj je različitim oblicima i razinama zaštite 2025. zaštićeno 410 prirodnih područja (URL 1) i 6944 kulturnih dobara (URL 2), što predstavlja veliki potencijal za turističku valorizaciju baštine. Primjerice, u najvećoj se hrvatskoj županiji, Ličko-senjskoj županiji, nalaze 32 zaštićena prirodna područja (ili 7,8 % svih zaštićenih prirodnih područja Hrvatske), koja zauzimaju visokih 32,5 % površine Županije, i 281 kulturno dobro (ili 4,0 % svih kulturnih dobara). Slični se udjeli mogu pretpostaviti i za pojedine subregije unutar Županije, osobito one u njezinu kontinentalnom području. Tako Srednja Lika, koja prema administrativnoj podjeli obuhvaća tri jedinice lokalne samouprave – Grad Gospić,

Općinu Perušić i Općinu Lovinac (Jovanić, 2017; Hamzić, Fuerst-Bjeliš, Pahernik, 2020), odnosno 1696,2 km² (Državna geodetska uprava, 2021.), zahvaća dijelove ili u potpunosti obuhvaća područja 11 zaštićenih prirodnih područja (ili 2,7 % u Hrvatskoj), koja zahvaćaju čak 607,72 km² ili 35,8 % površine Srednje Like, te 85 kulturnih dobara (ili 1,2 % u Hrvatskoj), većina kojih je nepokretno pojedinačno dobro uglavnom sakralne baštine. Izniman udio zaštićene prirode djelomično se može objasniti općenito slabom izgrađenosti prostora, odnosno prostranim očuvanim prirodnim okolišem. Zaštićena prirodna područja Srednje Like su park prirode Velebit (dijelovi kojega su nacionalni park Paklenica i spomenik prirode Velnačka glavica), značajni krajobraz Risovac-Grabovača (čiji su dijelovi spomenici prirode Amidžina pećina, Budina ledenica, Medina pećina, Petrićeva pećina i Samogradska pećina) te spomenici prirode Ostrovića i Pčelinja pećina (URL 1, URL 2).

Pokrivenost Srednje Like zaštićenim prirodnim područjima (oko trećine područja) i odnos udjela zaštićene prirodne i kulturne baštine upućuje na veću naglašenost zaštite prirodne baštine u odnosu na kulturnu, pa bi se moglo očekivati da isti uvid obilježava i turističku prezentaciju baštine Srednje Like. Upravo je cilj ovoga rada analizom turističke prezentacije baštine Srednje Like odgovoriti na pitanja: Kakav je odnos zastupljenosti prirodne i kulturne baštine predstavljene prevladavajućim motivima u turističkim promidžbenim publikacijama? Je li taj odnos sukladan udjelima zaštićenih prirodnih područja i kulturnih dobara u Srednjoj Lici?

Turistička prezentacija baštine, kojoj je osnovna namjera predstaviti, informirati i educirati posjetitelje, nedvojbeno je važna za uspješnu turističku valorizaciju nekog područja. Kako u svom radu o turističkoj prezentaciji kulturne baštine Međimurja na temelju spoznaja drugih autora sažima Robert Slunjski (2019.), a ovdje se prilagođava jer navedeno vrijedi i za prirodnu baštinu, turistička prezentacija podrazumijeva predstavljanje turističkih

Introduction

Some of the most prominent elements of a region's identity are its natural and cultural heritage. In areas where a key driver of economic development, especially tourism, is important, heritage becomes increasingly threatened if such development is unplanned, uncontrolled, and unsustainable, as local heritage is often the fundamental attraction for creating specific products and differentiating tourist destinations. Rapid and largely unregulated mass tourism is frequently cited as an example of this type of undesirable development, in which the connection between tourism and heritage is perceived as solely detrimental to heritage. On account of the various threats to which it is exposed, including those stemming from tourism, heritage is receiving greater protection. These efforts date back to the nineteenth century, first at the national level and then at the international level, particularly after the establishment of UNESCO in 1945. When heritage is understood as a fundamental tourism attraction that must be managed in a planned, organized, and responsible manner for broader economic and social development, the valorization of sustainable tourism helps shape and reinforce a collective awareness of the need for its preservation and, consequently, supports specific measures to protect it.

The biodiversity, geodiversity, and various landscapes, as well as different cultures in Croatia, account for the 410 natural areas (URL 1) and 6,944 cultural goods (URL 2) that are protected as of 2025. All this offers great potential for the valorization of heritage. For example, Lika-Senj County, Croatia's largest county, has 32 protected natural areas (7.8 % of all protected natural areas in Croatia), covering up to 32.5 % of the County's territory, including 281 cultural goods (4.0 % of all national cultural goods). Similar ratios apply to individual subregions in the County, particularly those in its hinterland. According to its administrative division, Central Lika comprises three local self-government units: the City of Gospić,

the Municipality of Perušić, and the Municipality of Lovinac (Jovanić, 2017; Hamzić, Fuerst-Bjeliš and Pahernik, 2020), covering an area of 1,696.2 km² (State Geodetic Administration, 2021). It also includes parts of, or entirely encompasses, 11 protected natural areas (or 2.7 % of the total in Croatia), which extend over as much as 607.72 km², or 35.8 % of the total area of Central Lika, as well as 85 cultural goods (or 1.2 % of the total in Croatia), the majority of which are immovable individual properties, predominantly of a sacral nature. The exceptionally high proportion of protected natural areas is partly attributable to the generally low level of urbanization, i.e., extensive preservation of natural areas. The protected natural areas of Central Lika include: Velebit Nature Park (parts of which comprise Paklenica National Park and the Velnačka glavica natural monument), the significant landscapes of Risovac–Grabovača (parts of which include natural monuments, such as Amidžina Cave, Budina Ice Cave, Medina Cave, Petrićeva Cave, and Samograd Cave), as well as the Ostrovica and Pčelinja Cave as natural monuments (URL 1; URL 2).

The extent to which Central Lika is covered by protected natural areas (approximately one-third of its territory), together with the ratio of protected natural to cultural heritage, suggests a greater emphasis on protecting natural heritage than cultural heritage. Therefore, it is expected that this imbalance is also evident in how Central Lika's heritage is presented to tourists. The aim of this paper is to analyze the tourism presentation (presentation to tourists) of Central Lika's heritage and answer the following questions: What is the connection between how natural and cultural heritage are represented through dominant motifs in tourism promotional materials? Does this connection reflect the proportion of protected natural areas and cultural goods in Central Lika?

The presentation of heritage in tourism, with the primary purpose of presenting, informing, and educating visitors, is crucial to the proper

atrakcija (u ovom slučaju prirodne i kulturne baštine) te informiranje posjetitelja o njima (o baštini). Kvalitetna prezentacija zasigurno povećava vrijednost same baštine.

Kada je glavna namjera privlačenje turista i izgradnja imidža odredišta utemeljenoga na baštini te postavljanje baštine na turističko tržište, riječ je o njezinoj turističkoj promociji, tj. o skupu aktivnosti lokalne zajednice kojima se potiču interesi i „prodaja“ baštine kao turističkoga proizvoda usmjerenog ponajviše na privlačenje turista koji svoju odluku o boravku u nekom odredištu temelje na baštini. Turistička se promocija baštine nekoga mjesta može shvatiti i kao komunikacijski proces između lokalne zajednice s jedne strane, koja predstavlja, promovira i za potrebe turističkoga tržišta komodificira (pretvara u robu) svoju baštinu, i s druge strane možebitnih posjetitelja, koji je posjećuju, upoznavaju, odnosno „konzumiraju“. U tom je procesu turistička promocija baštine mjesta jedan od ključnih čimbenika stvaranja imidža mjesta i oblikovanja identiteta mjesta. Slijedeći ideje koje je Ivan Zupanc (2010) istaknuo u svojoj doktorskoj disertaciji *Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine – primjer Istre*, mjesta, odnosno lokalne zajednice, služe se imidžima koje stvaraju (potencijalni) turisti i ikonama („slikama“) koji su s tim mjestom povezane kako bi istaknule svoju jedinstvenost te osnažile vlastiti imidž, pri čemu su te ikone i imidži izrazi njihova identiteta. Ovome se može dodati kako promoviranjem odabranih ikona (primjerice onih prirodne i/ili kulturne baštine) zajednica zapravo izravno ili neizravno upućuje na vlastitu percepciju o lokalnom ili regionalnom prostoru i samoj sebi, što posjetitelji također mogu prepoznati kao dio turističke ponude. Slično tomu Zupanc (2010: 45) naglašava da „turistička promocija ne prezentira samo turistički proizvod, atrakcije, suvenire i dr. nego kroz njih i čitavo društvo ili zajednicu i kulturu u kojoj su stečeni“.

Prilikom donošenja odluke o odabiru turističkoga odredišta, turistički promidžbeni materijali

najčešće su prvi formalni nositelji informacija o odredištu. Pomoću njih lokalne zajednice predstavljaju turističku ponudu svojega okoliša i zajednice tako što odabiru sadržaje iz prirode i društva koje smatraju vrijednima isticanja, pri čemu je gotovo uvijek riječ o dijelovima baštine, dajući im tako moć odlučujućega čimbenika pri odabiru destinacije i/ili važnoga, katkad i nezaobilaznoga informativnog medija. Osim toga, bogatim fotografskim sadržajem turističke publikacije nerijetko doprinose stvaranju prepoznatljivoga vizualnog identiteta područja. U širem smislu potiču njegovanje lokalne tradicije, zaštitu baštine i stvaranje specifičnoga identiteta vlastitoga prostora.

Suvremeni trendovi upućuju na sve češću uporabu digitalnih oblika turističke promidžbe, najčešće putem mrežnih stranica, a odnedavno i profila turističkih zajednica na društvenim mrežama (o istraživanju prezentacije kulturne baštine Istre i Kvarnera na društvenim mrežama: Dabo, Jakopović, Gluvačević, 2025). Unatoč tomu, tiskane publikacije poput brošura, plakata, razglednica ili novinskih oglasa i dalje imaju određenu ulogu u turističkom marketingu. Za potrebe ovoga rada kvantitativno i kvalitativno se analiziraju najrašireniji oblici turističkih publikacija – tiskane brošure, razglednice i mrežne stranice turističkih zajednica. Kriterij odabira tiskanih brošura i razglednica je da su izrađene i/ili trenutno dostupne u turističkim zajednicama jedinica lokalne i regionalne samouprave s područja Srednje Like, tj. u ustanovama kojima je osnovna svrha razvoj turizma i turistička promocija toga kraja. Pretpostavlja se, naime, da se „prosječni“ turisti o željenoj destinaciji još uvijek u većoj mjeri informiraju putem službenih komunikacijskih kanala koje nude turističke zajednice. Stoga su izostavljene razglednice koje se pronalaze na drugim mjestima, kao što su knjižare, poštanski uredi, trgovine i dr. U obzir su uzete samo tiskane brošure jer je izvorna namjena takvih publikacija informiranje putem tiskanih (fizičkih), a ne digitalnih medija. Stoga se nisu analizirale brošure koje

valorization of local tourism. As Robert Slunjski (2019) summarizes in his study on presenting Međimurje's cultural heritage in tourism, and drawing on the insights of other authors, and as adapted here to include natural heritage, respective presentations in tourism include tourist attractions (in this specific case, natural and cultural heritage) and provide relevant information to visitors. A high-quality presentation undoubtedly improves the value of the heritage in question.

When the main goal is to attract tourists, build a destination image founded in heritage, and position heritage within the tourism market, it comes down to tourism promotion, in other words, local community activities to stimulate interest in and the "sale" of heritage as a tourism product, primarily targeting visitors whose decision to visit a destination is based on its heritage. The promotion of a place's heritage in tourism is also a communicative process between the local community, responsible for presenting, promoting, and commodifying its heritage (transforming heritage into a marketable product) for the purposes of the tourism market, and potential visitors, who visit, experience, and effectively "consume" it. In this process, promoting heritage in tourism is key to creating the image of the local place and shaping its identity. Following the ideas advanced by Ivan Zupanc (2010) in his doctoral dissertation *Approach to Analyzing the Presentation and Evaluation of Heritage – The Case of Istria*, places and local communities utilize images created by tourists and icons (images) associated with those places to emphasize the uniqueness and strengthen their own image, where these icons and images are expressions of the local identity. Moreover, by promoting selected icons, such as those related to natural or cultural heritage, a community directly or indirectly conveys its own perception of the local or regional space and itself, which visitors identify as belonging to the tourism offer. Similarly, Zupanc (2010, p. 45) points out that "tourism promotion does not present only the

tourism product, attractions, and souvenirs, but also, through them, the entire society or community and the culture in which they were created."

When selecting a tourist destination, tourism promotional materials are most often the first formal sources of information. Local communities present the tourism offered in their environment and community by selecting elements of nature and society they consider important, while almost always incorporating elements of heritage. In doing so, they empower these elements as decisive factors in choosing the destination or serving as an important, sometimes unavoidable, informational medium. Moreover, their rich photographic content often helps tourism publications create a recognizable visual identity for a locality. In a broader sense, they also encourage the preservation of local traditions, the protection of heritage, and the formation of a distinctive local identity.

Modern trends suggest an increasing use of digital tourism promotion, most often through websites and, more recently, the social media profiles of tourist boards (for research on the presentation of the cultural heritage of Istria and the Kvarner region on social media, see Dabo, Jakopović, and Gluvačević, 2025). Nevertheless, printed publications such as brochures, posters, postcards, and newspaper advertisements continue to play a role in tourism marketing. For this study, the most widely used tourism publications, such as printed brochures, postcards, and tourist board websites, are analyzed both quantitatively and qualitatively. The selection criterion for printed brochures and postcards was that they were produced by or currently available from the tourist boards of local and regional self-government units in the area of Central Lika, i.e., in institutions with the primary role of developing tourism and promoting tourist regions. The assumption is that "average" tourists continue to obtain information about their planned destination primarily through official communication channels provided by tourist boards. Postcards

se kao digitalizirane publikacije tiskanih formata mogu, poput ostalih digitalnih sadržaja, preuzeti i/ili pregledavati na mrežnim stranicama turističkih zajednica.

Istraživanje koje se predstavlja u ovom radu oslanja se na neke slične analize provedene za područje cijele Hrvatske (mrežne stranice; Lah, 2016), Istre (razglednice, tiskane brošure, mrežne stranice; Zupanc, 2010) i Međimurja (razglednice, tiskane brošure, mrežne stranice; Slunjski, 2019). Ono počiva na kvantitativnoj obradi prikupljenih brošura prema više kriterija (format i vrsta preklopa, motivi u vizualnom dijelu publikacije) te kvalitativnoj analizi razglednica (izgled i motivi) i mrežnih stranica (izgled, struktura i motivi). Istraživanje je provedeno u razdoblju od svibnja do listopada 2025.

Kako je već napomenuto, područje istraživanja je Srednja Lika, odabrano ponajprije zbog boljšega poznavanja prostora i želje za nadgradnjom spoznaja o tom prostoru. To je položajno i društvenim značenjem središnji dio Ličko-senjske županije. Iako ne obuhvaća potpuno isto područje, prostor se u znanstvenoj i stručnoj literaturi najčešće imenuje dvama sličnim toponimima – Srednja Lika i Središnja Lika. Toponim Srednja Lika upotrebljavao je Dane Pejnović u knjizi *Srednja Lika: socijalnogeografska transformacija* (1985) pišući o području koje se prostorno u najvećoj mjeri podudara s teritorijem današnjih triju jedinica lokalne samouprave. Isti toponim za zajedničko područje navedenih jedinica lokalne samouprave u svojim doktorskim disertacijama upotrebljavaju Anita Bušljeta Tonković (2014) i Marta Jovanić (2017). Analizirajući tipove krajolika Srednje Like, Marta Hamzić, Borna Fuerst-Bjeliš i Mladen Pahernik (2020) također se služe toponimom Srednja Lika. U svojoj *Geografiji Hrvatske* (2013) Damir Magaš širi lički prostor dijeli u tri subregionalne cjeline (Gacka, Središnja Lika, Južna Lika). Pritom za okvirno područje Srednje Like rabi pojam Središnja Lika, naglašavajući središnjost toga dijela Like, koja proizlazi iz činjenice da je na tom prostoru smješteno

najveće i najvažnije ličko središte – Gospić. U knjizi *Održivi razvoj Središnje Like: prinosi analizi ljudskog i socijalnog kapitala* Anita Bušljeta Tonković (2015) upotrebljava isti toponim. Kako se uočava, postoji opravdanje za uporabu oba pojma jer se ona obuhvatom i značenjem uglavnom podudaraju. Ovdje se dosljedno upotrebljava toponim Srednja Lika jer je prostorno blizak trima jedinicama lokalne samouprave te očito ima dugu tradiciju uporabe. Osim toga, implicira geografski položaj regije u odnosu na ostatak Like (sredina).

Razglednice

S obzirom na sve manju potrebu kupovanja razglednica zbog sve veće dostupnosti fotografija, osobito na različitim mrežnim stranicama i društvenim mrežama, te lakoće snimanja pomoću sveprisutnih mobitela (Zupanc, 2010; Slunjski, 2019), ne čudi činjenica da se u turističkim zajednicama jedinica lokalne samouprave turistički slabije razvijenih područja poput Srednje Like pronalazi tek nekoliko razglednica. Tako se u gradu Gospiću u listopadu 2025. moglo dobiti tek njih pet, a u općinama Srednje Like niti jedna.

Svih pet razglednica ukupno prikazuje devet fotografija, pri čemu samo jedna sadrži pet fotografija – jednu veću i četiri manje, a ostale imaju po jednu veliku fotografiju. Sve sadrže i tekstualni dio: „Pozdrav iz Gospića“, „Grad Gospić“, „Jesen u Gospiću“ i „lički sir škripavac“. Dvije sadrže isključivo poznatu ličku gastronomsku ponudu (ličke pole, slanina, sirevi, kolači, jabuke, dunje, zelje) postavljenu na ukrašenim stolovima pa svojim motivima nisu ograničene isključivo na Gospić već predstavljaju cijelu Liku. Dvije prikazuju panorame Gospića – dnevnu zimi i noćnu ukrašenoga grada također zimi, vjerojatno uslikanu tijekom božićnih blagdana. Sadržajno je najbogatija kolaž-razglednica „Pozdrav iz Gospića“ podijeljene prednje strane na kojoj se uz veću fotografiju katedrale Navještenja Blažene Djevice Marije i dijela obližnjega trga nalaze četiri manje fotografije s gradskim motivima

available in other locations, such as bookstores, post offices, shops, and similar outlets, were excluded from the analysis. Only printed brochures were analyzed, as the primary goal of these publications is to inform through printed (physical) rather than digital media. Brochures in digitalized form available on tourist board websites, like other digital content that can be downloaded or viewed online, were not included in the analysis.

The research presented in this paper conducts several comparable analyses for the territory of Croatia (websites; Lah, 2016), Istria (postcards, printed brochures, websites; Zupanc, 2010), and Međimurje (postcards, printed brochures, websites; Slunjski, 2019). It involves the quantitative processing of the collected brochures based on multiple criteria (format and type of fold, motifs of the publication visuals), and also includes a qualitative analysis of postcards (layout and motifs) and websites (layout, structure, and motifs). The research was carried out from May to October 2025.

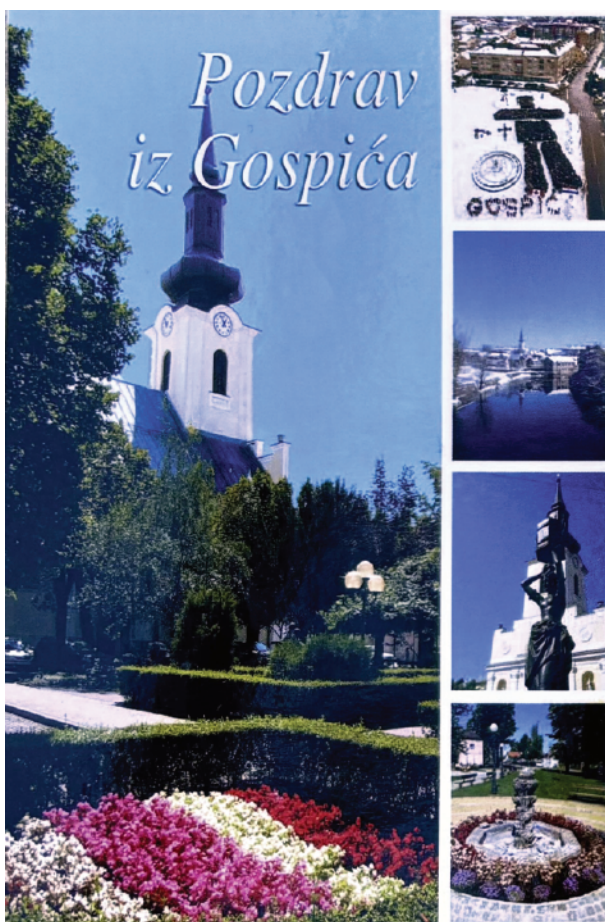
The area in question in this research is Central Lika, chosen in part due to the author's familiarity with the region and intention to gain a deeper insight into it. The region's geographical position and social significance make it the center of the Lika-Senj County. Although it does not entirely coincide with the area, this region is commonly referred to in scholarly and professional literature by two similar toponyms, Srednja Lika and Središnja Lika (both Central Lika). The toponym Srednja Lika was used by Dane Pejnović in his book *Srednja Lika: socijalnogeografska transformacija* (Central Lika: socio-geographical transformation) (1985), referring to an area approximately corresponding to the territory of today's three local self-government units. The same toponym for the common area of these self-government units is also found in the doctoral dissertations of Anita Bušljeta Tonković (2014) and Marta Jovanić (2017). In analyzing the types of landscapes in Central Lika, Marta Hamzić, Borna Fuerst-Bjeliš, and Mladen Pahernik (2020) also

used the toponym Srednja Lika. In his *Geografija Hrvatske* (Geography of Croatia) (2013), Damir Magaš divides the wider Lika region into three sub-regional units: Gacka, Središnja Lika, and Južna Lika (Southern Lika). He uses the term Središnja Lika to refer to the proximate area of Central Lika, emphasizing its centrality in Lika because Gospić, as the largest and most important urban center of Lika, is located there. In the book *Održivi razvoj Središnje Like: prinosi analizi ljudskog i socijalnog kapitala* (Sustainable development of Central Lika: contributions to the analysis of human and social capital), Anita Bušljeta Tonković (2015) utilizes the same toponym. The justification for using both terms is obvious, as they coincide in scope and meaning. In this paper, however, the toponym Srednja Lika will be used, as it is closely tied to the territory of the three local self-government units and has a long-standing tradition of usage. It also reflects the geographical position relative to the rest of Lika, indicating its central position.

Postcards

Postcards are less common due to widespread availability of photographs, especially those shown on websites and in social media, and the ability to take photographs on mobile devices (Zupanc, 2010; Slunjski, 2019). Consequently, only some postcards are available at the Tourist Boards, especially in areas with less developed tourism, as is the case in Central Lika. In all, only five postcards were available in the City of Gospić in October 2025, and none in the Central Lika municipalities.

All five postcards display a total of nine different photographs. Only one contains five photographs, a larger one and four smaller ones, whereas the others each feature a single large photograph. All include a caption: "Greetings from Gospić," "City of Gospić," "Autumn in Gospić," and "Lika škripavac Cheese". Two postcards depict only the well-known Lika gastronomy: ličke pole, bacon, cheeses, cakes, apples, quinces, and cabbage, all



Slika 1. Kolaž-razglednica Gospića. Turistička zajednica Grada Gospića

Figure 1. Postcard collage of Gospić. City of Gospić Tourist Board

(Sl. 1.). Osobito je zanimljiva fotografija u gornjem desnom kutu koja je zapravo zračna milenijska fotografija Šime Strikomana „Gospić šalje snijeg Vancouveru“ snimljena u veljači 2010. tijekom 21. Zimskih olimpijskih igara u Vancouveru koja prikazuje oblik Ilanaaqa, službenoga logotipa te olimpijade (URL 3). Ispod nje su prema dolje poredane: panorama Gospića, fontana „Marta vodarica“ s katedralom u pozadini te cvijećem okružena fontana u parku Kolakovcu. Budući da tri gospićke razglednice na sedam fotografija prezentiraju samo naselje Gospić, ne iznenađuje izostanak motiva prirodne baštine. Čak pet fotografija prikazuje njegova zaštićena kulturna dobra (kulturno-povijesna

cjelina grada, fontana „Marta vodarica“, katedrala Navještenja Blažene Djevice Marije; URL 2). Ostale dvije fotografije predstavljaju nezaštićenu kulturnu baštinu (park Kolakovac) i kulturni događaj (milenijska fotografija).

Tiskane brošure

Kao tiskani promidžbeni materijal, brošure pružaju uvid u turistički potencijal regije i, ako su dobro strukturirane i dizajnirane, informativne i vizualno privlačne, ostavljaju pamtljiv prvi dojam na potencijalnoga posjetitelja, koji može biti presudan u procesu odabira turističkoga odredišta. Prema Zupancu (2010), osnovna je svrha turističkih brošura informativna. Stoga brošure, osim fotografija, uglavnom sadrže informacijama bogat tekstualni dio. Njihova namjena može biti i naglašenije promotivna. U tom slučaju mogu sadržavati više fotografija jer se njima lakše stvara imidž odredišta. Poseban su tip edukativne brošure kojima je osnovna zadaća poučiti posjetitelje o destinaciji. Ipak, često brošure imaju više namjena. U turističkim zajednicama Grada Gospića i Općine Perušić dostupno je 12 tiskanih brošura različitih formata i vrsta preklopa, opsega, dizajna i područja koje predstavlja brošura (Sl. 2). Najviše brošura obuhvaća područje Ličko-senjske županije, a tek dvije, odnosno tri Grad Gospić i Općinu Perušić. Namjena većine brošura je informativna i promotivna.

Analiza tiskanih brošura prema formatu, vrsti preklopa i opsegu (Tabl. 1.) ukazuje na to da se najčešće tiskaju preklopne brošure, i to klasične, *leparello* preklopne i kombinirane s turističkom kartom. Preklopne brošure čine više od polovice prikupljenih brošura (7). Knjižice su zastupljene u nešto manjoj mjeri (5). Preklopne brošure tiskane su na dvije stranice, a knjižice su znatno dulje (26 – 48 stranica). Najopsežnija je knjižica koja predstavlja prirodnu i kulturnu baštinu Grada Gospića (48 str.), što je očekivano ne samo zbog prostrane površine Grada koja zahvaća velike dijelove prirodnoga okoliša, nego i duge povijesti Gospića,

arranged on decorated tables. Their motifs are not limited only to Gospić but represent the entire Lika region. Two postcards show panoramic views of Gospić: a daytime winter scene and a nighttime view of the decorated town, also in winter, likely photographed during the Christmas holidays. The most content-rich postcard is the collage type with “Greetings from Gospić,” with an allocated front side, alongside a larger photograph of the Cathedral of the Annunciation of the Blessed Virgin Mary and part of the adjacent square, including four smaller photographs depicting urban motifs (Fig. 1). Particularly interesting is the photograph in the upper right corner, an aerial “Millennium” series photograph taken by Šime Strikoman and titled “Gospić Sends Snow to Vancouver,” taken in February 2010 during the 21st Winter Olympic Games in Vancouver, showing the shape of Ilanaaq, the official logo of those Games (URL 3). Below it, arranged vertically, are: a panorama of Gospić, the “Marta Vodarica” fountain with the cathedral in the background, and the fountain in Kolakovac Park surrounded with flowers. As three Gospić postcards, comprising seven photographs, depict

only the settlement of Gospić, the absence of natural-heritage motifs is not surprising. As many as five photographs show the town’s protected cultural goods: the historic urban ensemble, the “Marta Vodarica” fountain, and the Cathedral of the Annunciation of the Blessed Virgin Mary (URL 2). The remaining two photographs show the unprotected cultural heritage (Kolakovac Park) and a cultural event (the “Millennium” series photograph).

Printed brochures

Brochures, as printed promotional materials, offer insight into a region’s tourism potential and, with a good layout and design, are informative and visually appealing, making a memorable first impression on potential visitors that can be decisive when selecting a tourist destination. According to Zupanc (2010), the primary function of tourist brochures is informational. Consequently, in addition to photographs, brochures generally contain text rich in information. The purpose of brochures can also be promotional in nature, when incorporating a larger number of photographs, which more effectively contribute to creating the destination’s image. A



Slika 2. Primjeri brošura Turističke zajednice Grada Gospića i Općine Perušić

Figure 2. Examples of brochures Tourist Boards of the City of Gospić and Municipality of Perušić

Tablica 1. Formati, vrste preklopa i opseg tiskanih brošura turističkih zajednica

Naziv publikacije	Format i vrsta preklopa	Broj stranica
Turistička karta 10+1 – Ličko-senjska županija	Preklopna brošura, turistička karta	2
10+1 razlog za skretanje s autoceste i upoznavanje regije	Knjižica	28
Planinarenje, pješaćenje, trekking – Ličko-senjska županija	Knjižica	36
Biciklističke staze Ličko-senjske regije	Knjižica	30
Gospić – toliko blizu, toliko raznoliko	Knjižica	48
Biciklističke staze Grada Gospića	Preklopna brošura	2
Premužičeva staza	Preklopna brošura (<i>leporello</i>)	2
Uvala Zavratica	Preklopna brošura (<i>leporello</i>)	2
Povijesno interpretacijska ruta	Preklopna brošura	2
Pećinski park Grabovača (Cave park)	Knjižica	26
Općina Perušić – turistička karta (Perušić Municipality Tourist Map)	Preklopna brošura, turistička karta	2
Otkrij neočekivano – Perušić (Discover undiscovered)	Preklopna brošura	2

Izvor: Turistička zajednica Grada Gospića, Turistička zajednica Općine Perušić, Javna ustanova Park prirode Velebit, Javna ustanova Pećinski park Grabovača

njegova urbanoga karaktera i dugotrajne središnje uloge koju ima u širem području.

Analiza vizualnih dijelova brošura, najčešće fotografija, pokazala je da su u 12 brošura ukupno prikazana 363 motiva (ili sadržaja) s područja Ličko-senjske županije; najveći se dio odnosi na njezin lički dio (Plitvička jezera, Velebit, Srednja Lika). Motivi prirodne baštine zastupljeni su u dvije trećine (66,4 %) svih prikazanih sadržaja (Tabl. 2.). Među njima najviše je onih koji se svrstavaju u kategoriju prirodnih pejzaža (32,0 %). Očito se u zajednici, ali i među turistima, prirodni pejzaži percipiraju kao najprivlačniji elementi turističke atrakcijske osnove Like, pa se najviše promoviraju. S područja Srednje Like to su, primjerice, pejzaži Velebita, jezera Kruščice, brda Zira, Ličkoga polja, šume Dulibe. Rjeđe su zastupljene fotografije speleoloških objekata (najčešće iz Pećinskog parka Grabovače), rijeka i izvora vode (npr. Gacka, Lika) i životinja (npr. medvjed, konj, ovce); najrjeđe se pojavljuju sadržaji iz biljnoga svijeta (npr. jela Car).

U kategoriji *Ostalo* nalaze se sadržaji koji se dominantno povezuju s boravkom u prirodi pa su svrstani u kategoriju motiva prirodne baštine. Prikazuju različite aktivnosti u prirodi (planinarenje, biciklizam, kajakarenje i sl.), čime doprinose stvaranju raznovrsne i aktivne turističke ponude utemeljene ponajprije na prirodnoj baštini.

Kulturna se baština kao prevladavajući motiv pojavljuje u trećini svih analiziranih sadržaja (Tabl. 3.). Najčešći kulturni motivi prikazuju muzejske, arheološke i povijesne lokalitete (11,8 %), poput Memorijalnoga centra „Nikola Tesla“, Muzeja Like, fontane „Marta Vodarica“, Staroga grada Perušića, Kosinjskoga mosta, Spomen doma dr. Ante Starčevića. Slijede sakralni motivi (katedrala Navještenja Blažene Djevice Marije u Gospiću i druge mjesne crkve) te fotografije gastronomskih delicija (npr. slanina, pole, domaća pogača, kupus s rebarcima, krumpir, rakija), koje se očito smatraju važnim identitetskim obilježjima ličkoga kraja. Najrjeđe su zastupljeni etnografski sadržaji (npr.

Table 1. Formats, fold types and length of printed brochures from the Tourist boards

Title of Publication	Format and Fold Type	Number of Pages
Tourist Map 10+1 – Lika-Senj County	Folded brochure, tourist map	2
10+1 Reasons to Exit the Motorway and Explore the Region	Booklet	28
Hiking, Walking, Trekking – Lika-Senj County	Booklet	36
Cycling Routes of the Lika-Senj Region	Booklet	30
Gospić – So Close, So Diverse	Booklet	48
Cycling Routes of the City of Gospić	Folded brochure	2
Premužić Trail	Folded brochure (Leporello)	2
Zavratnica Cove	Folded brochure (Leporello)	2
Historical Interpretation Trail	Folded brochure	2
Grabovača Cave Park (Cave Park)	Booklet	26
Perušić Municipality Tourist Map	Folded brochure, tourist map	2
Discover undiscovered – Perušić	Folded brochure	2

Source: Tourist Board of the City of Gospić; Tourist Board of the Municipality of Perušić; Public Institution Velebit Nature Park; Public Institution Grabovača Cave Park

distinct category is educational brochures, with the primary goal of informing and instructing visitors about the destination. Brochures often have a number of uses. In the tourist boards of the City of Gospić and the Municipality of Perušić, a total of 12 printed brochures are available, varying in format and type of fold, length, design, and the area they present (Fig. 2). The majority of brochures cover the wider area of Lika-Senj County, while only two or three specifically cover the City of Gospić and the Municipality of Perušić. Most of the brochures are both informational and promotional.

An analysis of printed brochures by format, fold type, and length (Table 1) indicates that folded brochures are the most common, including standard folded formats, Leporello folds, and those including a tourist map. Folded brochures account for more than half of the sample (7). Booklets are somewhat less common (5). Folded brochures are printed on two pages, whereas booklets are considerably longer (26–48 pages). The most extensive publication is the booklet presenting the natural

and cultural heritage of the City of Gospić (48 pages), as expected, given the City's large territory, encompassing significant portions of the natural environment, but also its long history, urban character, and its long-standing central role across the wider region.

An analysis of the visual elements of the brochures, ordinarily photographs, shows that a total of 363 motifs (or items) from the area of Lika-Senj County are presented in one way or another in the 12 brochures. Most of the photographs relate to the Lika region (Plitvice Lakes, Velebit, Central Lika). Natural heritage motifs account for two-thirds (66.4 %) of all depicted content (Table 2). The most prevalent among these are the natural landscapes (32.0 %). Evidently, both the local community and tourists perceive natural landscapes as the most attractive elements of Lika's tourism, which explains their prevalence in promotional content. Within Central Lika, these include, for example, the landscapes of Velebit, Lake Kruščica, Zira Hill, Lika Field, and the Duliba forests. Less often shown

Tablica 2. Motivi prirodne baštine u tiskanim brošurama

Prirodna baština	Broj motiva	Udio u ukupnom broju motiva (%)
Prirodni pejzaž	116	32,0
Speleološki objekti	21	5,8
Rijeke i izvori vode	19	5,3
Životinje	18	5,0
Biljni svijet	8	2,2
Ostalo	59	16,3
UKUPNO	241	66,4

Izvor: Turistička zajednica Grada Gospića, Turistička zajednica Općine Perušić, Javna ustanova Park prirode Velebit, Javna ustanova Pećinski park Grabovača

Tablica 3. Motivi kulturne baštine u tiskanim brošurama

Kulturna baština	Broj motiva	Udio u ukupnom broju motiva (%)
Arheološki, povijesni i muzejski lokaliteti	43	11,8
Sakralni motivi	27	7,4
Gastronomija	26	7,2
Etnografski motivi	11	3,0
Manifestacije	3	0,8
Ostalo	12	3,3
UKUPNO	122	33,6

Izvor: Turistička zajednica Grada Gospića, Turistička zajednica Općine Perušić, Javna ustanova Park prirode Velebit, Javna ustanova Pećinski park Grabovača

lička kapa, narodna nošnja, pletene košare, glineni vrčevi) i manifestacije (npr. Jesen u Lici). U kategoriju *Ostalo* uvrštene su primjerice zaštićene zgrade i kuće (npr. mlinovi), znameniti ljudi i sl.

Analiza motiva prikazanih u brošurama upućuje na to da se, slično kao i cijela Lika, i Srednja Lika želi prikazati ponajprije kao regija velike bioraznolikosti, atraktivnih prirodnih pejzaža, krških oblika, rijeka, šuma i životinjskoga svijeta. Priroda se ističe kao glavna prednost područja, tj. ono što je razlikuje od drugih turističkih odredišta. Slika regije gradi se oko ideje mira, bijega od gradske svakodnevice i povezanosti s okolišem. S druge strane, kulturni motivi i dalje imaju važnu ulogu u promociji područja. Znatno su rjeđe zastupljeni pa se stječe

dojam da se smatraju dopunskim atrakcijama koje, uz prirodne ljepote, turistima nude iskustvo lokalne kulture, osobitoga (ponajprije ruralnoga) načina života i povijesne baštine. Najčešće uključuju prikaze povijesnih lokaliteta, žive muzejske aktivnosti, sakralnih objekata, lokalne hrane, običaja i tradicijskih elemenata.

Osam od dvanaest analiziranih tiskanih brošura ima samo inačicu na hrvatskom jeziku, tri su dostupne na hrvatskom i engleskom, dok je samo jedna višejezična (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i francuski), što upućuje na zaključak da je većina brošura namijenjena domaćim posjetiteljima. Nepristupačnost informacija stranim turistima zasigurno umanjuje promotivni potencijal i doseg

Table 2. Natural heritage motifs in printed brochures

Natural heritage	Number of motifs	Share of total number of motifs (%)
Natural landscapes	116	32.0
Speleological features	21	5.8
Rivers and water sources	19	5.3
Animals	18	5.0
Plant life	8	2.2
Other	59	16.3
TOTAL	241	66.4

Source: Tourist Board of the City of Gospić; Tourist Board of the Municipality of Perušić; Public Institution Velebit Nature Park; Public Institution Grabovača Cave Park

Table 3. Cultural heritage motifs in printed brochures

Cultural heritage	Number of motifs	Share of total number of motifs (%)
Archaeological, historical, and museum sites	43	11,8
Sacral motifs	27	7,4
Gastronomy	26	7,2
Ethnographic motifs	11	3,0
Events	3	0,8
Other	12	3,3
TOTAL	122	33,6

Source: Tourist Board of the City of Gospić; Tourist Board of the Municipality of Perušić; Public Institution Velebit Nature Park; Public Institution Grabovača Cave Park

are photographs depicting speleological features (mostly from the Grabovača Cave Park), rivers and water sources (the Gacka and Lika rivers), and animals (bears, horses, and sheep), while content related to plant life (the fir tree “Car”) appears rarely. The category “Other” includes content associated with activities in nature and, therefore, classified under natural heritage motifs. They depict various outdoor activities, such as hiking, cycling, kayaking, and similar, portraying a diverse and active tourism based on natural heritage.

Cultural heritage is the dominant motif in one-third of all analyzed content (Table 3). The most frequent cultural motifs depict museum, archaeological, and historical sites (11.8 %), such as the

Nikola Tesla Memorial Center, the Lika Museum, the Marta Vodarica fountain, the Old Town of Perušić, the Kosinj Bridge, and the Dr. Ante Starčević Memorial House. Next are sacral motifs, such as the Cathedral of the Annunciation of the Blessed Virgin Mary in Gospić and other local churches, as well as photographs of gastronomic specialties (bacon, pole, homemade flatbread, cabbage with ribs, potatoes, rakija), regarded as important to the regional identity of Lika. Ethnographic content (Lika cap, traditional costumes, woven baskets, clay jugs) and seasonal events (Autumn in Lika) are less prevalent. The Other section presents protected buildings and houses (mills), renowned persons, and similar content.

na inozemnim tržištima. U smislu povezanosti s digitalnim kanalima, gotovo sve brošure, njih 11, sadrže QR kôd ili mrežnu poveznicu koja korisnika upućuje na dodatne internetske izvore informacija.

Dizajnom, strukturom i vizualnošću sve su brošure promišljeno koncipirane i estetski privlačne. Tekst je kratak i jasan, a raspored sadržaja prilagođen korisnicima, tj. osmišljen tako da se informacije lako pronađu. U nekim je brošurama tekst podijeljen u manje cjeline, uz oznake ili simbole koji olakšavaju snalaženje. Bogate su mnogim fotografijama koje često zauzimaju cijele stranice. Stoga ih se može smatrati vizualno i sadržajno usklađenim prikazom prostora Like (i Srednje Like), u kojem se prirodni i kulturni elementi nadopunjuju u stvaranju identiteta ličke regije.

Mrežne stranice

Mrežne stranice vezane uz turističke sadržaje ne samo da informiraju i promoviraju određeno turističko odredište, nego i stvaraju želju za napuštanjem monitora i fizičkim posjetom destinaciji te omogućuju uspoređivanje turističkih atrakcija (Zupanc, 2010). Za razliku od tiskanih publikacija koje su u svojoj biti ograničene nakladom i brojem stranica te statične, mrežne stranice imaju neograničenu nakladu, rentabilnije su, nude gotovo neograničen prostor za prezentaciju informacija te imaju znatno veće mogućnosti, odnosno oblike prezentacije sadržaja (npr. podržavaju postavljanje više teksta i fotografija, imaju interaktivna sučelja i karte) te omogućavaju stalna osvježavanja i dopune sadržaja, pa su naširoko prihvaćen medij turističke promidžbe. Budući da ovise o broju posjetitelja stranice, moraju biti strukturirane tako da su intuitivne i prilagođene korisnicima, tj. da olakšavaju pretraživanje i potiču posjetitelje na dulje zadržavanje. Međutim, one imaju i nedostatke koji se uglavnom tiču tehničkih preduvjeta potrebnih za njihovo posjećivanje (zahtijevaju kompatibilne internetske preglednike, ovise o dostupnosti poslužitelja te brzini mrežne povezanosti s poslužiteljem).

Osim toga, može biti upitna vjerodostojnost i relevantnost prezentiranih podataka (Slunjski, 2019). Stoga se u potrazi za pouzdanim informacijama korisnici najčešće služe službenim mrežnim stranicama turističkih zajednica. Za potrebe ovoga istraživanja opisno su analizirani izgled, struktura i motivi mrežnih stranica turističkih zajednica Ličko-senjske županije, Grada Gospića i Općine Perušić te udruge Općine Lovinac.

Mrežna stranica Turističke zajednice Ličko-senjske županije

Turistička zajednica Ličko-senjske županije koristi jednu primarnu mrežnu stranicu (URL 4) i dvije specijalizirane stranice – Lika Active (URL 5) i Lika Gastro (URL 6). Specijaliziranim se stranicama pristupa izravno ili putem primarne mrežne stranice; koncipirane su na sličan način s pojednostavljenim pretraživanjem; sadržaji su informativno-promotivnoga karaktera; na njima su funkcionalni linkovi kao dio teksta i sadržaja. Sve navedene stranice imaju hrvatsku i englesku inačicu (Turistička zajednica Ličko-senjske županije i Institut za turizam, 2025).

Primarna mrežna stranica strukturirana je prema logičnim i korisnički pristupačnim tematskim kategorijama *Što raditi*, *Planiranje putovanja*, *Upoznajte regiju* te *Kontakt*, koje imaju svoje podizbornike. *Administrativni izbornik* na dnu stranice služi za transparentno informiranje o aktualnim događajima, natjecajima i relevantnim dokumentima. Hijerarhijski jasna organizacija sadržaja osigurava preglednost i jednostavnu uporabu.

U kategoriji *Što raditi* naglasak je stavljen na ponudu aktivnosti usmjerenih na aktivni turizam i iskustvene doživljaje (biciklizam, pješčačenje, planinarenje, lov i ribolov, speleo-turizam, adrenalinski i zimski sportovi te sportovi na vodi). Od pojedinih mjesta s područja Srednje Like navode se Pećinski park Grabovača, rijeka Lika i jezero Kruščica te Kosinjski most. Sadržaj kategorije *Planiranje putovanja* čine praktične informacije vezane uz dolazak

An analysis of the motifs in the brochures suggests that, just like Lika in general, Central Lika is portrayed as a region of great biodiversity, attractive natural landscapes, karst features, rivers, forests, and wildlife. Nature is presented as the regional feature that distinguishes it from other tourist destinations. The image of the region is based on tranquility, the opportunity to escape everyday urban life, and to establish a connection with nature. Also, cultural motifs play an important role in promoting the region. Given that they are less represented, they appear as supplementary attractions which, alongside natural beauty, allow visitors to experience the local culture, a distinctive and predominantly rural way of life, imbued with historical heritage. They most commonly include depictions of historical sites, live museum activities, sacral buildings, local cuisine, customs, and traditional content.

Eight of the twelve printed brochures are available only in the Croatian language, three are available in both Croatian and English, and only one brochure is published in a multilingual version in Croatian, English, German, Italian, and French, suggesting that most of the brochures are intended for domestic visitors. The fact that foreign tourists are unable to get information lessens the promotional potential and reach of the brochures in international markets. Regarding integration of information with digital channels, almost all brochures (11) include a QR code or a website link directing users to additional online sources.

The design, structure, and visuals of all the brochures have been carefully planned and are aesthetically appealing. The textual content is concise and clear, while the layout is user-friendly for easy access to information. In some brochures, the text is divided into smaller sections, accompanied by markers or symbols that make navigation easier. The brochures are rich in photographs, often taking up full pages. These presentations are visually and conceptually well thought-out presentations

of the Lika region (and Central Lika), where the natural and cultural content complement one another in creating the regional identity.

Websites

Websites on tourism inform and promote a destination, creating the desire to leave the screen and visit it in person, while also providing an opportunity to compare tourist attractions (Zupanc, 2010). Unlike printed publications, constrained by print runs, page numbers and being static, websites have an unlimited reach, are more cost-effective, offer virtually unlimited space for presenting information and provide significantly greater possibilities and formats for presenting content, by providing larger amounts of text and images, as well as interactive interfaces and maps. The ability to continuously update and expand content is why websites have become a widely adopted medium for promoting tourism. As success is measured by the number of website visitors, they must be structured to be intuitive and user-friendly, providing easy navigation and encouraging users to remain engaged longer. However, there are also certain drawbacks, primarily the technical requirements for providing access, such as compatible web browsers, server availability and network connection speed. In addition, the reliability and relevance of the information presented at times are questionable (Slunjski, 2019). Users most often rely on the official websites of Tourism Boards when seeking trustworthy information. For the purposes of this study, the layout, structure, and motifs of the websites of the Tourist Boards of Lika-Senj County, the City of Gospić, and the Municipality of Perušić, as well as the Municipality of Lovinac association, were analyzed descriptively.

Website of the Lika-Senj County Tourist Board

The Lika-Senj County Tourist Board has one main website (URL 4) and two specialized websites called Lika Active (URL 5) and Lika Gastro (URL 6). The

i boravak u Županiji (prijevoz i smještaj). Osobita je vrijednost ove kategorije mogućnost preuzimanja višejezičnih brošura i vodiča. U kategoriji *Upoznajte regiju*, uz opće i geografske podatke o Županiji, predstavljene su izdvojene turističke atrakcije, od kojih se u Srednjoj Lici nalaze dio Parka prirode Velebit, Pećinski park Grabovača, Gospić, Perušić, Lovinac, Memorijalni centar „Nikola Tesla“, Spomen dom dr. Ante Starčevića i Muzej Like. *Kontakt* nudi adrese i brojeve telefona turističkih zajednica korisne kako lokalnim djelatnicima, tako i turistima koji žele pratiti događanja i planirati svoj posjet u skladu s njima.

Sve su turističke atrakcije predstavljene fotografijama i kratkim popratnim tekstom. Od prikazanih motiva prirodne baštine Županije najviše se ističu: Plitvička jezera, Park prirode Velebit, Nacionalni park Sjeverni Velebit, Pećinski park Grabovača, rijeka Lika, jezero Kruščica, uvala Zavrtnica i rijeka Gacka. Među najvažnijim kulturno-povijesnim motivima Županije ističe se rodna kuća Nikole Tesle. Unatoč razmjerno bogatoj ponudi događanja, koji su popisani u podizborniku *Kultura*, uočava se da su tradicionalne manifestacije, folklor, lokalni način života i sportski kulturni događaji slabije prezentirani sadržaji turističke ponude u odnosu na ostale atrakcije, osobito prirodne. S obiljem fotografija, u vizualnom smislu stranica je privlačna.

Mrežna stranica Turističke zajednice Grada Gospića

Mrežna stranica Turističke zajednice Grada Gospića (URL 7) ima hrvatsku i englesku inačicu. Funkcionalnost stranice vrlo je visoka; struktura je jasna, bez suvišnih navigacijskih alata; kategorije su logično posložene; sadržaj je pregledan. Na naslovnici je dinamičan gornji okvir; izdvojeno je sedam tematskih kategorija (*Doživite*, *Novosti*, *Gastronomija*, *Sport i rekreacija*, *Smještaj*, *Istražite*, *Dokumenti*), od kojih neke sadrže podizbornike. Kategorija *Doživite* vizualno je i sadržajno najupečatljivija. U njoj su opisani i fotografijama

prikazani ključni lokaliteti kulturne i prirodne baštine (Memorijalni centar „Nikola Tesla“, Spomen dom dr. Ante Starčevića, Muzej Like, povijesni lokaliteti, uključujući trgove i spomenike, Park prirode Velebit); nudi mogućnost preuzimanja višejezičnih brošura. Kategorija *Novosti* pruža ažurirane informacije o kulturnim i sportskim događajima, izložbama, koncertima, festivalima i manifestacijama (npr. Dan Grada Gospića, Advent u srcu Like, Jesen u Lici). U kategoriji *Gastronomija* promoviraju se lokalni restorani, konobe i obiteljska poljoprivredna gospodarstva, uz detaljan opis tradicionalnih ličkih jela i pića. *Sport i rekreacija* prezentira mogućnosti planinarenja, biciklizma, jahanja, ribolova, lova, parajedrilicarstva i drugih adrenalinskih aktivnosti. *Smještaj* donosi pregled dostupnih smještajnih kapaciteta po vrstama. U kategoriji *Istražite* nude se praktične informacije, uključujući osnovne informacije o Gradu Gospiću, kontakte turističke zajednice, turističko-informativnoga centra, turističkih agencija i ostalih s turizmom povezanih institucija, te informacije o poznatim Gospićanima. Postavljene su i višejezične brošure. *Dokumenti* nude izbor ključnih službenih dokumenata turističke zajednice poput statuta, plana upravljanja destinacijom, programa rada i izvješća te natječaja.

Prezentacija prirodne i kulturne baštine temelji se na vizualnom doživljaju pa su postavljene mnoge profesionalne fotografije i multimedijski sadržaji, a tekstovi služe kao informativna dopuna. Najzastupljeniji su motivi kulturne i prirodne baštine. Nematerijalna baština, poput folklor, narodnih običaja i zanata, čini se zadovoljavajuće prisutnom. Uglavnom se prezentira putem informacija o manifestacijama i gastronomiji.

Mrežna stranica Turističke zajednice Općine Perušić

Mrežna stranica Turističke zajednice Općine Perušić (URL 8), koja ima hrvatsku i englesku inačicu, otvara se uvodnom fotografijom s porukom „Dobrodošli u zemlju špilja i bogate prošlosti!“.

specialized websites are accessed either directly on the web or from links from the main website. They have common web design approaches: simplified navigation with informative and promotional content. Functional links can be found in the text and other sections of content. The websites are available in Croatian and translated into English (Lika-Senj County Tourist Board and the Institute for Tourism, 2025).

The structure of the main website incorporates logical and user-friendly thematic sections: Things to Do, Plan Your Trip, Explore the Region (About Lika), and Contact, each with the option of submenus. An admin menu in the page footer contains transparent information on current events, tenders, and relevant documents. The hierarchically structured content ensures both clarity and ease of use.

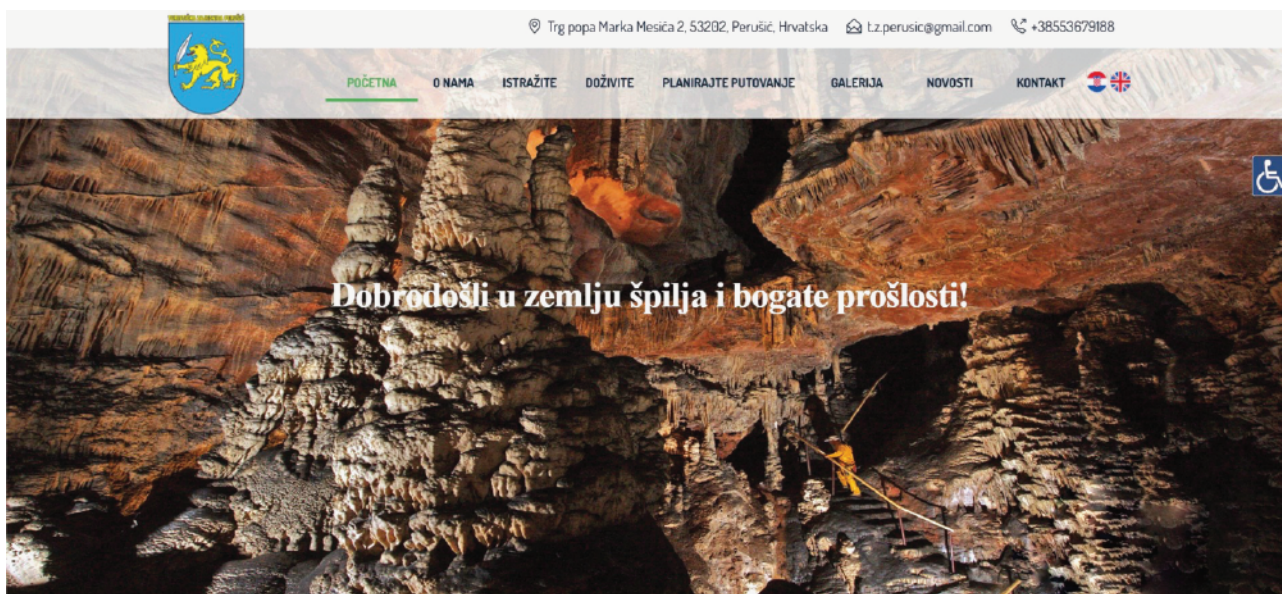
In the Things to Do section, activities related to active tourism and outdoor recreational activities, such as cycling, walking, hiking, hunting and fishing, speleotourism, adrenaline and winter sports, and water-based activities. The highlighted locations in Central Lika are the Grabovača Cave Park, the Lika River and Lake Kruščica, and the Kosinj Bridge. The Plan Your Trip section has practical information on traveling and staying in the County (transport and accommodation), in particular, the ability to download multilingual brochures and guides. The Explore the Region (About Lika) section presents tourist attractions, including general and geographical information about the County, as well as special tourist attractions: the Velebit Nature Park, the Grabovača Cave Park, Gospić, Perušić, Lovinac, the Nikola Tesla Memorial Center, the Dr Ante Starčević Memorial House, and the Lika Museum. The Contact section provides the addresses and telephone numbers of Tourist Boards, which are useful for local workers and visitors who want to follow events and plan their stay.

All tourist attractions are presented in photographs, each accompanied by a caption. The most

prominent of the motifs depicting the County's natural heritage are the Plitvice Lakes, Velebit Nature Park, Northern Velebit National Park, Grabovača Cave Park, the Lika River, Lake Kruščica, Zavrtnica Cove, and the Gacka River. Regarding the County's most significant cultural and historical motifs, particular emphasis is placed on Nikola Tesla's birthplace. Despite a relatively long list of events under the Culture submenu, traditional manifestations, folklore, local ways of life, and sports-cultural events are less prominently represented in the tourism offer compared to other attractions, particularly those related to natural heritage. The website is visually appealing because it has a lot of photographic content.

Website of the Gospić Tourist Board

The Gospić Tourist Board website (URL 7) is in both Croatian and English. It is very functional: a clear structure, logically organized sections, well-structured content, and easy navigation. The homepage features a dynamic header and highlights seven thematic sections, such as Experience, News, Gastronomy, Sport and Recreation, Accommodation, Explore, and Documents, with some submenus. The Experience section is the most prominent both visually and content-wise. It presents key cultural and natural heritage sites with descriptive text and photographs, such as the Nikola Tesla Memorial Center, the Dr Ante Starčević Memorial House, the Lika Museum, historical sites including squares and monuments and Velebit Nature Park, while also offering the ability to download multilingual brochures. The News section provides recent information on cultural and sporting events, exhibitions, concerts, festivals, and other events, such as Gospić City Day, Advent in the Heart of Lika, and Autumn in Lika. The section on Gastronomy provides information on restaurants, taverns, and family-run farms, and includes traditional Lika dishes and beverages. The section on Sports and Recreation outlines



Slika 3. Mrežna stranica Turističke zajednice Općine Perušić (URL 8)

Figure 3. Website of the Perušić Tourist Board (URL 8)

Time je istaknut ključni sadržaj turističke ponude općine, a to su špilje, odnosno Pećinski park Grabovača (Sl. 3.). Fotografija je dio dinamičnoga gornjeg okvira. Stranica sadrži kombinaciju kratkih tekstova i fotografija ključnih motiva.

Na naslovnici su sljedeće kategorije: *Početna*, *O nama*, *Istražite*, *Doživite*, *Planirajte putovanje*, *Galerija*, *Novosti*, *Kontakt*, od kojih neke sadrže podizbornike. Kategorija *Početna* donosi nekoliko ključnih informacija o Perušiću. *O nama* sadrži osnovne podatke, dokumente, izvješća i kontakt informacije. Treća kategorija, *Istražite*, nudi fotografski i opisni prikaz najistaknutijih dijelova prirodne i kulturne baštine Općine Perušić. Također, dostupne su osnovne informacije o naselju Perušić, kulturi i običajima, Pećinskom parku Grabovača, povijesti Perušića, rijeci Lici, jezeru Kruščici i Kosinju. U kategoriji *Doživite* nude se raznoliki sadržaji namijenjeni posjetiteljima koji žele aktivno upoznati kraj (obiteljski odmor s poučnim stazama, kajakarenje i splavarenje na rijeci Lici, lov i ribolov, biciklizam i planinarenje). U kategoriji *Planirajte putovanje* pruža se pregled smještajnih kapaciteta, restorana i obiteljskih poljoprivrednih

gospodarstava koji olakšavaju organizaciju boravka. Sadrži i interaktivnu kartu općine te brošure na tri jezika. U *Galeriji* je prikazano 19 fotografija, od čega se samo četiri odnose na dominantno kulturnu baštinu, dok je ostatak posvećen motivima prirodne baštine. Kategorija *Novosti* sadrži pregled aktualnih događanja koja se redovito osvježavaju. *Kontakt* omogućuje turistima jednostavno slanje poruke ili upita putem obrasca te pruža ključne podatke za komunikaciju.

Sudeći prema mrežnoj stranici, promocija Općine osim prirodne i kulturne baštine obuhvaća životni stil i tradiciju, gastroturizam, folklorne i sezonske manifestacije (npr. Advent u Perušiću, Perušićki sunčani dani, Zeleni sajam), što se smatra njezinom dodanom vrijednošću.

Mrežna stranica Lovinačkoga turističkog foruma

Mrežna stranica Lovinačkoga turističkog foruma (LTF) (URL 9) ima hrvatsku i englesku inačicu. Otvara se uvodnom fotografijom s porukom „Istražite ljepote Velebita“, čime se naglašava ključni sadržaj turističke ponude općine, Velebit.

opportunities for hiking, cycling, horseback riding, fishing, hunting, paragliding, and other adrenaline activities. The Accommodation section shows a brief overview of available accommodation by type. The Explore section provides practical information, including basic information about the City of Gospić, contact details for the Tourist Board, the tourist information center, travel agencies, and other tourism institutions, as well as information on notable individuals from Gospić. Multilingual brochures are also available. The Documents section includes important official documents of the Tourist Board, such as statutes, destination management plans, work programs and reports, as well as public tenders.

The presentation of natural and cultural heritage is primarily a visual experience, which includes many professional photographs and multimedia content, while the accompanying texts serve as additional information. Cultural and natural heritage motifs are strongly presented. Intangible heritage, such as folklore, traditional customs, and crafts, also follows a satisfactory format, mainly with information on events and gastronomy.

Website of the Perušić Tourist Board

The website of the Perušić Tourist Board (URL 8), available in both Croatian and English, opens on the homepage with an image bearing the message “#The Land Of The Caves”. It highlights the key element of the municipality’s tourism offer, namely the caves, specifically the Grabovača Cave Park (Fig. 3). The image is part of the dynamic header. The website combines brief textual content with photographs illustrating key motifs.

The homepage features the following sections: Home, About Us, Explore, Experience, Plan A Trip, Gallery, News, and Contact, some of which have submenus. The Home section provides several key pieces of information about Perušić. The About Us section contains basic information, documents, reports, and contact details. The Explore section

is a photographic and descriptive presentation of the most important natural and cultural heritage of the Municipality of Perušić. It also provides basic information about the settlement, culture and customs of Perušić, the Grabovača Cave Park, the history of Perušić, the Lika River, Lake Kruščica and Kosinj. The Experience section presents a variety of activities for visitors who want to get actively engaged with the area, such as family holidays with educational trails, kayaking and rafting on the Lika River, hunting and fishing, cycling, and hiking.

The Plan Your Trip section gives an overview of accommodations, restaurants, and family-run farms to help visitors organize their stay. There is also an interactive map showing the municipality and brochures in three languages. The gallery section displays 19 photographs: four depict cultural heritage and the remainder natural heritage motifs. The News section outlines current events taking place and is regularly updated. The Contact section gives visitors the opportunity to submit inquiries via an online form and provides contact details.

Based on the overall website, the promotion of the Municipality extends beyond natural and cultural heritage to include lifestyle and tradition, gastronomic tourism, as well as folklore and seasonal events, such as Advent in Perušić, Perušić Sunny Days, and the Green Fair, which are deemed added value to the tourism offer.

Website of the Lovinac Tourist Forum

The Lovinac Tourist Forum (LTF) website (URL 9) is available in both Croatian and English. It opens with a hero image bearing the message “Explore the beauty of Velebit,” highlighting the key element of the municipality’s tourism offer—Velebit. The image is part of the dynamic header. The website has a clear structure, concise (perhaps overly concise) text, and a logical navigation menu with the following sections: LTF, Accommodation, Gastro, Local Attractions, Manifestations, Surroundings and

Fotografija je dio dinamičnoga gornjeg okvira. Stranica ima preglednu strukturu, kratke (možda i prekratke) tekstove, logično organiziran navigacijski izbornik s kategorijama: *LTF, Smještaj, Gastro, Lokalni sadržaji, Manifestacije, Ponuda u okruženju, Novosti, Kako do Lovinca?, Kontakt*; većina njih sadrži podizbornike. U kategoriji *LTF* donose se osnovne informacije o udruzi. *Smještaj* posjetiteljima nudi informacije o različitim vrstama smještaja. Kategorija *Gastro* predstavljena je podizbornicima koji donose informacije o ugostiteljskim objektima i proizvođačima lokalnih proizvoda. U kategoriji *Lokalni sadržaji* nalaze se fotografije i vrlo kratki opisi mnogih atraktivnih lokaliteta, kao što su poučne staze Lovinca, LikaBike, sanjkalište Cvituša, biciklističke staze južnog Velebita, Park prirode Velebit, Tulove grede, rimska cesta, mlin Travić, jezero Sv. Rok, izvor Bakovac, Vrilo mudrosti, Majstorska cesta. *Manifestacije* sadrže pregled brojnih događanja (npr. Velebike Maraton, koncert Oxygene na Majstorskoj cesti, Lovinački Advent, Dani sira i ličkog krumpira, MTB festival Srce Velebita i dr.), koji se stalno osvježava i mijenja. U kategoriji *Ponuda u okruženju* na sličan je način izdvojeno desetak atraktivnih izleta i destinacija u neposrednoj blizini (npr. *Truffle hunting*, staza Nikole Tesle, Pećinski park Grabovača, kanjon rijeke Zrmanje, nacionalni parkovi Sjeverni Velebit, Krka, Kornati i Paklenica te Plitvička jezera).

Što se prezentacije prirodne i kulturne baštine tiče, stranica jasno promovira oba tipa baštine. Motive prirodne baštine čine staze, parkovi, vodeni izvori, sanjkalište i jezero, dok motive kulturne baštine čine Majstorska cesta, mlin Travić i dr. Primjećuje se da osim baštinskih motiva, stranica snažno promiče festivale i događanja, gastronomsku ponudu, proizvođače lokalnih proizvoda, sportske aktivnosti, edukativne sadržaje i način života kroz ruralni turizam i domaće proizvode. Time je u segmentu manifestacija i događanja ova mrežna stranica u odnosu na druge najinformativnija.

Sve analizirane mrežne stranice imaju sličnu strukturu, donekle i izgled. Vizualno su vrlo privlačne i korisnicima pristupačne, jasne su i pregledne, s mnogo korisnih turističkih i drugih informacija. U svojem ključnom dijelu, a to je prezentacija lokalnoga prostora i zajednice, ističu prirodnu i kulturnu baštinu, gastronomsku ponudu te sportsko-rekreacijske aktivnosti koje se na njihovom području mogu odvijati (osobito u prirodi).

Zaključak

U uvodnom je dijelu istaknuto kako 35,8 % površine Srednje Like pripada nekoj kategoriji zaštićenih prirodnih područja Hrvatske. U njoj je, s druge strane, smješteno svega 1,2 % svih kulturnih dobara u Hrvatskoj. Dakle, zaštićena prirodna baština u odnosu na kulturnu uvelike ide u prilog prirodne baštine. U analizi odnosa prirodne i kulturne baštine predstavljene prevladavajućim motivima u turističkim publikacijama (razglednicama, tiskanim brošurama i mrežnim stranicama turističkih zajednica) motivima prirodne baštine se uz opise i dojmpljive vizualne prikaze prirode pribrojila većina sportsko-rekreacijskih aktivnosti jer se uglavnom odnose na boravak u prirodi, a motivima kulturne baštine dodala se prezentacija gastronomske ponude i većina manifestacija i događaja.

Analiza je pokazala da se stvarna veća zastupljenost zaštićene prirodne baštine u Srednjoj Lici najviše odražava u brošurama, u kojima je odnos između prezentirane prirodne i kulturne baštine sukladan udjelima zaštićenih prirodnih područja i kulturnih dobara. Mrežne stranice uravnoteženije predstavljaju prirodnu i kulturnu baštinu. Upravo se ovi zaključci smatraju glavnim doprinosom rada. Vodeći se njima, glavni dionici razvoja turizma ovoga područja, a to su turističke zajednice, mogli bi ubuduće usmjeravati prezentaciju baštine svoga kraja.

Prema dominantnim motivima, Srednja Lika ponajprije se prikazuje kao regija raznolike i očuvane prirode, atraktivnih prirodnih pejzaža,

Offers, News, How to Reach Lovinac? and Contact, most of which have submenus. The LTF section provides basic information about the association. The Accommodation section offers visitors information about types of accommodation. The Gastro category is organized into submenus with information on catering establishments and producers of local products. The Local Attractions section features photographs and brief descriptions of numerous attractions, such as the Educational Trails of Lovinac, LikaBike, the Cvituša sledding area, bicycle paths of South Velebit, Velebit Nature Park, Tulove grede, the Roman road, Travić mill, Lake Sv. Rok, Bakovac spring, Source of Wisdom, and the Majstorska cesta (Master Road). The Manifestations section gives an overview of numerous events, such as the Velebike Marathon, the Oxygene concert on the Majstorska cesta, Lovinac Advent, Days of Cheese and Lika Potatoes, MTB Heart of Velebit Festival, which is continuously updated and modified. The Surroundings and Offers section also highlights ten or so attractive excursions and destinations in the immediate vicinity, such as truffle hunting, the Nikola Tesla path, Grabovača Cave Park, the Zrmanja river canyon, the national parks of Northern Velebit, Krka, Kornati, and Paklenica, as well as the Plitvice Lakes.

The website clearly promotes both natural and cultural heritage. Natural heritage motifs include trails, parks, water sources, the sledding area, and the lake, while cultural heritage motifs depict the Majstorska cesta, Travić mill, and similar sites. Also evident is that, in addition to heritage content, the website promotes festivals and events, gastronomic offerings, producers of local products, sporting activities, educational content, and forms of lifestyle linked to rural tourism and domestic products. This website is the most informative in the section on events and manifestations compared to other websites.

All analyzed websites have a similar structure and visual design: visually appealing, user-friendly,

clear, and well organized, offering a substantial amount of useful tourism-related and other information. The key purpose of the websites, which is to present the local area and community, places emphasis on natural and cultural heritage, gastronomic offerings, as well as sporting and recreational activities, particularly those that can take place in the natural environment.

Conclusion

The introductory section noted that 35.8 % of the territory of Central Lika falls within the protected natural areas of Croatia, while only 1.2 % of all cultural goods in Croatia are located in the region. So, when comparing protected natural heritage to cultural heritage, natural heritage largely prevails. In analyzing the relationship between natural and cultural heritage as represented in the dominant motifs of tourism publications (postcards, printed brochures, and tourist board websites), most sporting and recreational activities are classified under natural heritage motifs, given that they are activities in nature, whereas gastronomic offerings and the majority of events and manifestations fall under cultural heritage motifs.

The analysis demonstrates that the greater representation of protected natural heritage in Central Lika is mostly evident in brochures, where the ratio between promoted natural and cultural heritage aligns with the ratio of protected natural areas and cultural goods. In comparison, websites showcase natural and cultural heritage more evenly. These findings reveal the principal contribution of this study, and guided by them, the key stakeholders in the development of local tourism, the Tourist Boards, should, in the future, perhaps direct more effort to present the local heritage in tourism.

Based on dominant motifs, Central Lika is primarily portrayed as a region of diverse and preserved natural environments, attractive landscapes, speleological attractions, rivers, lakes, and

speleoloških objekata, rijeka, jezera i životinja. Priroda je temelj razvoja ekoturizma, cikloturizma, gastronomskoga i ruralnoga turizma te avanturističkih oblika odmora – oblika turizma koji su u znatnoj mjeri već prisutni u Srednjoj Lici i koji se umnogome promoviraju na mrežnim stranicama turističkih zajednica. Kulturni motivi poput povijesnih lokaliteta, muzeja, sakralnih objekata, memorijalnih mjesta, lokalne gastronomije i tradicijskih elemenata, uglavnom su rjeđe zastupljeni motivi

pa se stječe dojam da kulturna baština dodatno obogaćuje turističku ponudu regije utemeljenu na prirodnoj baštini, unatoč brojnim dokazima duge ljudske prisutnosti i slojevite povijesti tog dijela Like. Možebitna daljnja istraživanja turističke prezentacije baštine Srednje Like mogla bi se usredotočiti na otkrivanje dodatnih razloga slabije zastupljenosti kulturne baštine u odnosu na prirodnu ako takvi, osim prostranijeg prirodnog zaštićenog područja, postoje.

wildlife. Nature is the foundation for the ongoing development of ecotourism, cycling tourism, gastronomic and rural tourism, as well as adventure tourism; all in all, these types of tourism are already well represented in Central Lika and widely promoted on the Tourist Board websites. Historical sites, museums, sacral buildings, memorial locations, local gastronomy, and traditional content as cultural motifs are generally underrepresented, giving the impression that cultural heritage only

complements a predominantly natural-heritage tourism, despite substantial evidence of long-term human presence and the layered historical development of this part of Lika. Future research on the presentation of Central Lika's heritage in tourism should focus on identifying additional reasons for the underrepresentation of cultural heritage relative to natural heritage, if such reasons, apart from the larger extent of protected natural areas, actually exist.

Literatura / Literature

- BUŠLJETA TONKOVIĆ, ANITA. 2014. *Mogućnosti održivog razvoja srednje Like*. Doktorski rad / Doctoral Thesis. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- BUŠLJETA TONKOVIĆ, ANITA. 2015. *Održivi razvoj Središnje Like: prinosi analizi ljudskog i socijalnog kapitala*. Zagreb – Gospić: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar – Državni arhiv u Gospiću.
- DABO, KREŠIMIR; JAKOPOVIĆ, HRVOJE; GLUVAČEVIĆ, DEJAN. 2025. Reprezentativnost kulturne baštine Istre i Kvarnera na najčitanijim hrvatskim portalima i društvenim mrežama turističkih zajednica. *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 1 (25), 176–194. <https://doi.org/10.7251/EMC2501176D> (1. 11. 2025.).
- DRŽAVNA GEODETSKA UPRAVA. 2021. Posebno obrađeni podaci o površini općina.
- HAMZIĆ, MARTA; FUERST-BJELIŠ, BORNA; PAHERNIK, MLADEN. 2020. Strukturna obilježja uzoraka krajolika Srednje Like: primjena prostorne i regresijske analize. *Kartografija i geoinformacije*, 19 (34), 15–39. <https://doi.org/10.32909/kg.19.34.2> (15. 4. 2025.).
- JOVANIĆ, MARTA. 2017. *GIS analiza i razvojna tipologija krajolika Srednje Like*. Doktorski rad / Doctoral Thesis. Zagreb: Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:217:100421> (17. 4. 2025.).
- LAH, JOSIP. 2016. Reprezentacija kulturne baštine na hrvatskim turističkim internetskim stranicama. Doktorski rad / Doctoral Thesis. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. <https://files.core.ac.uk/download/pdf/299371614.pdf> (1. 11. 2025.).
- MAGAŠ, DAMIR. 2013. *Geografija Hrvatske*. Zadar: Sveučilište u Zadru.
- PEJNOVIĆ, DANE. 1985. *Srednja Lika: socijalnogeografska transformacija*. Gospić: Centar za kulturu – Muzej Like.
- SLUNJSKI, ROBERT. 2019. Turistička prezentacija kulturne baštine Međimurja. *Podravina*, 18 (36), 167–174. <https://hrcak.srce.hr/en/file/336932> (25. 10. 2025.).
- TURISTIČKA ZAJEDNICA LIČKO-SENJSKE ŽUPANIJE I INSTITUT ZA TURIZAM (2025). *Plan upravljanja destinacijom Ličko-senjske županije za razdoblje 2025.–2028*. https://licko-senjska.hr/images/uploads/Nacrt_27_6.pdf (1. 7. 2025.).
- ZUPANC, IVAN. Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine – primjer Istre. Doktorski rad / Doctoral Thesis. Zagreb: Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Tiskani izvori / Printed sources

- *Turistička karta 10+1 – Ličko-senjska regija*. Gospić: Turistička zajednica Ličko-senjske županije.
- *10+1 razlog za skretanje s autoceste i upoznavanje regije*. Gospić: Turistička zajednica Ličko-senjske županije.
- *Planinarenje, pješaćenje, trekning – Ličko-senjska županija*. 2017. Gospić: Turistička zajednica Ličko-senjske županije.
- *Biciklističke staze Ličko-senjske regije*. Gospić: Turistička zajednica Ličko-senjske županije.
- *Gospić: Toliko blizu – toliko raznoliko!* 2016. Gospić: Turistička zajednica Grada Gospića.
- *Biciklističke staze Grada Gospića*. Gospić: Turistička zajednica Grada Gospića.
- *Premužičeva staza*. Gospić: Javna ustanova Park prirode Velebit.
- *Uvala Zavratnica*. Gospić: Javna ustanova Park prirode Velebit.
- *Povijesno interpretacijska ruta*. Perušić: Turistička zajednica Općine Perušić.
- *Pećinski park Grabovača (cave park)*. Perušić: Javna ustanova Pećinski park Grabovača.
- *Općina Perušić – turistička karta (Perušić municipality tourist map)*. Perušić: Turistička zajednica Općine Perušić.
- *Otkrij neočekivano – Perušić (Discover undiscovered)*. 2019. Perušić: Turistička zajednica Općine Perušić.

Mrežni izvori / Online sources

- URL 1: Biportal – GIS preglednik. <https://biportal.hr/gis/> (7. 5. 2025.)
- URL 2: Pretraživanje Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske. <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (10. 5. 2025.)
- URL 3: Nacional. Gospić poslao snijeg Vancouveru. <https://arhiva.nacional.hr/clanak/77959/gospic-poslao-snijeg-vancouveru> (30. 10. 2025.).
- URL 4: Turistička zajednica Ličko-senjske županije. <https://visit-lika.com/> (23. 8. 2025.)
- URL 5: Lika Active. <http://lika-active.com/> (23. 8. 2025.)
- URL 6: Lika Gastro. <http://lika-gastro.com/> (23. 8. 2025.)
- URL 7: Turistička zajednica Grada Gospića. <https://visitgospic.com/hr/> (23. 8. 2025.)
- URL 8: Turistička zajednica Općine Perušić. <https://tz-perusic.hr/> (23. 8. 2025.)
- URL 9: Lovinački turistički forum. <https://lovinac-lika.hr/> (23. 8. 2025.)