

Maja Crnjac, prof.
Filozofski fakultet, Zagreb

Prikaz knjige

DANIELA ANGELINA JELINČIĆ,
ZAGREB, MEANDARMEDIA, 2008., 347 STR.

ABECEDA KULTURNOG TURIZMA

Daniela Angelina Jelinčić viša je znanstvena suradnica Instituta za međunarodne odnose, koja je magistrirala (2000.) i doktorirala (2004.) na Filozofskome fakultetu Sveučilišta u Zagrebu obrađujući teme koje se odnose na kulturni turizam. Njezina znanstvena karijera upravo je zanimljiva jer je doslovno prva predstavila hrvatskoj humanističkoj znanstvenoj zajednici novo područje istraživanja - kulturni turizam. Riječ je o sintagmi koja je u akademski život ušla u uporabu 80-ih godina 20. stoljeća u vrijeme kada je sve prisutniji trend prepuštanja kulture tržištu zbog nemogućnosti da se ona u potpunosti financira iz državnog proračuna. Kulturu se oduvijek smatralo prigodnim promidžbenim sredstvom u turizmu iako se nije izravno prodavala. To se mijenja tijekom 1980-ih kada kultura iz tržišne niše prerasta u osnovnu turističku ponudu, a sve to korespondira s promjenama trendova u turizmu i razvoju novog oblika turizma specijalnih interesa okrenutog pojedincu i njegovim posebnim interesima. Zbog toga danas govorimo o različitim turističkim podtipovima, primjerice o sportskom turizmu, vjerskom, kongresnom, avanturističkom, ekoturizmu, seoskom, urbanom i kulturnom.

Abeceda kulturnog turizma monografija je koja predstavlja i obrazlaže niz tema i pitanja vezanih uz pojam kulturnog turizma, a sugestivna je svima onima koji se zanimaju za kulturno-turističke programe kako na teorijskoj razini, tako i na komparativnoj perspektivi koju donosi uspoređujući stanje kulturnog turizma u raznim europskim zemljama. Sadržaj je knjige razvrstan u devet poglavlja, a u predgovornoj cjelini autorica je naznačila ciljeve i svrhu svoga istraživanja. Navodi kako se kulturni turizam kao tema u Hrvatskoj nije dosada obrađivao u dovoljnoj mjeri te da je potrebno stvoriti znanstvene osnove i izgraditi dovoljan korpus znanja za praktičnu primjenu kulturnog turizma u našoj zemlji, a ova je knjiga prilog tome.

Prvo je i drugo poglavlje, „Značenje kulturnog turizma u teoriji i praksi“ (str. 15.-23.) i „Od kulturnog i kreativnog, od opipljivog do neopipljivog“ (str. 25.-76.), posvećeno pregledu teorijskih osnova kulturnog turizma. Ističe se važnost turizma kao privredne djelatnosti i prema predviđanjima Svjetske turističke organizacije prihodi će se od svjetskog turizma do 2020. godine utrostručiti. Istodobno podaci govore da je kulturni turizam najbrži rastući od svih turističkih sektora. Gledajući povijesni kontekst, razvoj suvremenog turizma tekao je od masovnoga prema turizmu specifičnih interesa. Novi, segmentirani turizam ili turizam specijalnih interesa javlja se 1980-ih s promjenama koje su najuočljivije u turističkoj potrošnji i ponašanju samih turista. Povećava se broj, vrsta i važnost različitih aktivnosti turista kojemu odlazak iz mjesta boravka nije bitan samo radi odmora i zabave. Novi postmoderni putnik želi iskustvo i aktivniji odmor, obrazovaniji je, veće platežne moći i zasićen je jednostranošću turističke ponude. Motiv za putovanje postaje iskustvo, novost, aktivnost, edukacija, kultura te obilazak zemlje, regije ili mjesta drugačijega od vlastitog. U takvim promjenama kultura i kulturni turizam dobivaju sve veću ulogu i kao tržišna niša, ponuda koja upotpunjuje osnovnu ponudu, ali i kao osnovna ponuda destinacije. Zbog toga se, navodi autorica, i akademski počinje istraživati kulturni turizam tijekom 1980-ih godina. Problematika koja se istražuje jest kako optimalno iskoristiti kulturni resurs u turizmu a da se vodi računa i o zaštiti i o

očuvanju materijalne i duhovne baštine.

Autorica je predstavila različite definicije kulturnog turizma i naznačila kako je za razumijevanje ove problematike važno i poznavanje različitih tipova turista te njihove motivacije za putovanje. Ne postoji jedna prava definicija kulturnog turizma jer je riječ o krovnom terminu za širok raspon aktivnosti koje uključuju povijesni, etnički, umjetnički, muzejski i ostale vrste turizma. Pod tim pojmom podrazumijevaju se putovanja osoba izvan mjesta njihova stalnog boravka motivirana u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili stil života lokaliteta, regije i zemlje. Kultura pritom obuhvaća i materijalnu dimenziju - muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenike, povijesne lokalitete i nematerijalnu dimenziju - običaje, tradicije, obrte i vještine. Novi specijalizirani oblici kulturnog turizma pak jesu kreativni i hobi-turizam koji imaju veliki potencijal za daljnji razvoj, promiču iskustvenu aktivnost turista koji za vrijeme godišnjeg odmora razvija svoj kreativni potencijal sudjelujući primjerice u radionicama i izrađujući predmete karakteristične za kulturu destinacije gdje boravi na odmoru. Ono što istraživače kulturnog turizma zanima jesu strategije planiranja i menadžerska znanja koja od „mrtvog“ lokaliteta mogu učiniti turističku atrakciju, zatim sve negativne posljedice turizma kao što je komercijalizacija kulture i poticanje glumljene autentičnosti. Važna je u planiranju i provođenju kulturno-turističkih programa odgovorno upravljanje turističkim resursima budući da je interakcija kulture i turizma u modernim vremenima prouzročila niz negativnih pojava - uništavanje kulturne baštine i narušavanje tradicijskog života zajednice. Autorica naglašava da samo pažljivo turističko planiranje jamči uspjeh, što znači integritet kulturnog lokaliteta, kvalitetu posjeta, kvalitetu života lokalne populacije, zadovoljstvo turističkog iskustva i napokon zaradu.

Treće poglavlje, „Uloga međunarodnih organizacija u kulturnom turizmu“ (str. 77. - 166.) daje pregled djelatnosti međunarodnih organizacija koje su imale veliku ulogu u razvoju kulturnog turizma. Neizostavna je važnost UNESCO-a u očuvanju kulturne baštine, kreiranju i provođenju kulturno-turističkih politika i projekata, u edukacijskim

i istraživačkim aktivnostima. Dan je pregled niza važnih projekata ove organizacije, od strategije održivog razvoja turizma Sahare do UNESCO-ove liste ugrožene svjetske baštine. Konvencijama koje donosi UNESCO nastoji poduprijeti očuvanje i istraživanje usmene i neopipljive kulturne baštine. Vijeće Europe podupire mnoge projekte od kojih je sigurno najveći i najvažniji Kulturni itinerari. Taj program danas pokriva gotovo trideset tema, a to su primjerice hodočasnički putovi, europski putovi svile i tekstila, put baroka, putovi povijesnih i legendarnih osoba, putovi parkova i vrtova. Oni se označavaju zajedničkim oznakama i imaju zajedničke promidžbene aktivnosti s ciljem unapređivanja razvoja turizma i gospodarskog napretka europskih država. Teme moraju reprezentirati europske vrijednosti, povijest i baštinu. Europska Unija izbjegavala je diskusije o kulturi, ali se to promijenilo od uvođenja programa Culture 2000. koji se bavio ulogom kulturne baštine u gospodarskom i kulturnom razvoju.

„Uloga države u kulturnom turizmu“ (st. 169 - 181.) slijedeće je poglavlje u kojemu autorica objašnjava kako zakonskim okvirima i organizacijom ministarstava, turističkih zajednica i specijaliziranih centara država može utjecati na kulturni turizam. Ukazuje se kako vrlo često država nema povjerenja u ulaganja u kulturni turizam i zato se izravno financiranje pojedinih kulturnih ustanova radije shvaća kao ulaganje u identitet, baštinu, duhovnu nadogradnju, a ne kao poslovno ulaganje. Važna je stoga uloga stručnjaka koji će lobirati za pametna ulaganja što donose dobiti i sektoru kulture kojeg država financira izravnim subvencijama vrlo često ne percipirajući to financiranje kao ulaganje s mogućnošću povrata sredstava. Razvoj kulturnog turizma daje priliku kulturi za vlastitu tržišnu zaradu.

Peta cjelina knjige naslovljena „Analiza kulturno-turističkog sektora u Europi“ (str. 183. - 256.) pregled je djelovanja institucija iz različitih europskih zemalja koje su zadužene za vođenje kulturno-turističkih programa i problema s kojima se suočavaju. Svaka zemlja ima specifičan model upravljanja kulturno-turističkim resursima: britanski se oslanja na lokalnu i regionalnu vlast, dok nizozemska vlada još uvijek relativno malo sredstava izdvaja za

projekte kulturnog turizma pa su osim Amsterdama i nekoliko izleta izvan glavnoga grada prijedlozi za putovanja koja Nizozemska nudi turistima prilično ograničeni i blijedi. Država koja vidi veliki potencijal u kulturnom turizmu je Finska, a središnje teme ciparskoga strateškog plana za turizam jesu povijest, arheologija, tradicija, umjetnički i kulturni događaji sve sa ciljem očuvanja ciparskog identiteta. Kao najveći kamen spoticanja ciparskoga kulturnog turizma spominje se nedostatak suradnje između različitih institucija i podijeljenost otoka. Italija svoju turističku promidžbu zasniva na kulturi, a ondje su regije primarno odgovorne za razvoj turizma na svom teritoriju.

Kakvo je stanje u našoj zemlji odaje šesto poglavlje „Stanje kulturnog turizma u Hrvatskoj“ (str. 257. - 292.), gdje se navodi da Hrvatska iz godine u godinu bilježi uspješne sezone s porastom dolazaka i noćenja turista. Hrvatska je tradicionalno turistički orijentirana zemlja i turizam je bez daljnega aktivan generator razvoja gospodarstva. Problemi oko ostvaraja još boljih rezultata postoje, a to su prije svega, ograničeni smještajni kapacitet, nedostatak ponude koja bi mogla potaknuti veći broj dolazaka turista u predsezoni i posezoni, infrastrukturni nedostaci, a ponuda robe i usluga nije dosegla razinu njezine konkurencije. Česti se prigovori turista odnose na nedostatnu ponudu dodatnih sadržaja na destinaciji, što implicira i onu kulturne naravi. Najvažniji hrvatski turistički proizvod svakako je odmor na moru i suncu. Ipak, prema podatcima iz 2007. godine Istarska županija bilježi najveći broj dolazaka turista, što je indikativno jer je riječ o županiji koja nudi kombinaciju obalnog i sadržajnog turizma i čija se turistička politika usredotočuje na raznolikou ponudu. Kontinentalne županije bilježe mali porast turista, a upravo se one orijentiraju na kulturu kao osnovni resurs. Najveći potrošači kulturnog turizma ondje su obično domaći turisti. Istraživanja kazuju da su inozemni gosti nezadovoljni hrvatskom kulturnom ponudom i da su nedovoljno informirani o tome što pojedine destinacije nude. Autorica stoga ističe da je važno analizirati razloge takva stanja kao i hrvatske kulturne resurse. Ministarstvo kulture zaduženo je za održavanje baze podataka hrvatskih kultur-

nih dobara i ona broji sveukupno 8140 baštinskih objekata s time da je 6 upisano u UNESCO-ovu Listu svjetske baštine. Postoji niz drugih potencijalnih kulturno-turističkih resursa kao što su državni arhivi, muzeji, knjižnice, kazališta, a tu je i bogata ponuda nematerijalnih kulturnih dobara kao što su narodne svetkovine, legende i mitovi, kulturne manifestacije i festivali. Naglašava se u analizi stanja kako se svi ti kulturno-turistički potencijali susreću s mnogobrojnim problemima koji ih usporavaju ili im onemogućavaju prodor na turističko tržište. Većina projekata djeluje po načelu pokušaja i pogriješaka. Autorica je pojedinačno analizirala svaki od problema koje je identificirala: nedovoljno je razvijen sustav kulturnih statistika, što otežava razvoj strategije, nedovoljno je znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu, problemi se javljaju i zbog centraliziranosti i birokratizacije postupaka, a zabrinjava i manjak kreativnosti naših kulturnih djelatnika u prepoznavanju i promociji autentičnih kulturno-turističkih proizvoda. Čest je slučaj i da sama lokalna populacija ne osjeća svoju baštinu kao turistički resurs. Velike kritike idu na račun loše organizirane promidžbe te nedovoljne suradnje između sektora kulture i turizma pa se vapi za osnivanjem savjetodavne institucije kojoj bi se moglo obratiti s najrazličitijim pitanjima vezanim uz proces stvaranja i provođenja kulturno-turističkih projekata.

Sedmo i osmo poglavlje, „Europski kulturni turizam“ (str. 293. - 314.) i „Komparativna analiza europskih zemalja obuhvaćenih istraživanjem uloge države u kulturnom turizmu“ (str. 303. - 314.), ponavljaju već isticanu pojačanu potražnju za kulturnim turizmom i ondje se navodi kako je u Europi još uvijek mnogobrojna kulturna baština neistražena. Najveći problem zemljama istočne i srednje Europe u privlačenju turista je stvaranje identiteta, odnosno razvoj imidža destinacije. Zemlje južne Europe koje su prije svega razvijale masovni obalni turizam bilježe pad prihoda i turističkih dolazaka na obalne destinacije, a Skandinavija je s razvojem kulturnog turizma sve posjećenija. Autorica je analizom uloge države u razvoju kulturnog turizma pokušala odgovoriti na niz pitanja oko državnih poticaja, prepreka u planiranju te posebnosti kulturno-turističkog

sektora. Za većinu zemalja sektor kulturnog turizma prepoznat je kao strateško određenje države, ali brojni se problemi očituju pri planiranju kulturno-turističkih programa, primjerice fragmentacija odgovornosti, neorganizirana suradnja, nekreativnost u razvoju projekata i nesigurnost u njezinu financiranju.

Zaključno, deveto poglavlje, „Zaključci i preporuke“ (str. 315. - 330.) sažima najvažnije činjenice ranije iznesene o kulturnom turizmu i upućuje na sve elemente koje treba imati u vidu kako bi se kulturno-turistički proizvod mogao razvijati i probiti na turističko tržište. Daniela Angelina Jelinčić ističe da čak ni zapadnoeuropske zemlje koje imaju najdulju tradiciju i uspjeh u organiziranju kulturno-turističkih projekata nemaju sustavno organizirani resor, već dominiraju pojedinačne inicijative u provođenju kulturnog turizma. Nazire se trend da regionalne i lokalne vlasti preuzimaju vodstva u kreiranju i upravljanju projekata, a da se oni provode na osnovi slučaja. Nužno je poticati suradnju između različitih ustanova te privatnog i javnog sektora. Istraživanje je pokazalo kako kulturni turizam najbolje uspjehe pokazuje u Italiji i Velikoj Britaniji, zemljama koje nisu prioritetno razvijale oblike masovnog obalnog turizma. Prednost je Hrvatske to što posjeduje mnoštvo kulturnih resursa, ali samo njihovo postojanje ne jamči posjete velikog broja turista. Najveći nedostaci za razvoj hrvatskoga kulturnog turizma koje je ova znanstvenica uočila tiču se nerazvijenog kulturno-turističkog proizvoda, nepostojanja kulturnih menadžera i neznanja o vlastitoj baštini u lokalnog stanovništva. Stoga su nužni osposobljeni kulturni menadžeri koji će kvalitetno upravljati projektima i omogućiti razvoj prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda, a za to je posebno važna kreativnost. Autorica zagovora organizaciju kulturnog turizma u okviru decentraliziranog sustava, kroz jedinice lokalnih vlasti i uključivanjem lokalnog stanovništva koje najbolje poznaje svoju vlastitu kulturu i kulturnu povijest.

Ova monografija pruža mnogobrojne korisne podatke o kulturnom turizmu, razrađujući što sve čini područje kulturnog turizma i kojim načinima kulturne resurse oblikovati u turističke proizvode. Podosta je primjera praktičnih kulturno-turističkih

projekata opisano, a komparativno istraživanje koje je uključilo analizu uloge države u razvoju kulturnog turizma važan je indikator za sve one koji se i sami okušavaju u ovome području. Više je puta ponovljena poruka zašto je važno inicirati i stvarati kulturno-turističke programe: promijenio se profil današnjeg turista pa je zbog toga potrebna bogatija turistička ponuda. Istovremeno takvi programi promiču nacionalnu kulturnu baštinu, nacionalni identitet i donose gospodarske dobiti. Istraživanju možda nedostaju analize primjera uspješnih hrvatskih kulturno-turističkih projekata. Ipak, valja napomenuti kako je autorica serijom svojih članaka objavljenih u znanstvenim časopisima upućivala na primjere dobrog i uspješnog kulturno-turističkog planiranja. Budući da je riječ o istraživačkom polju koje je još relativno u povojima, ova knjiga nezaoobilazna je početnica za daljnji i teorijski i praktični angažman u razvoju hrvatskoga kulturnog turizma.