

# Nematerijalna i materijalna kulturna baština općine Ližnjan kao resursna osnova za razvoj turističkih proizvoda

---

**Palko Zirdum, Natali**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:366337>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-05**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije  
Diplomski studij Kulture i turizma

Natali Palko Zirdum

Nematerijalna i materijalna kulturna baština Općine Ližnjan kao resursna osnova za razvoj  
turističkih proizvoda

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Nematerijalna kulturna baština

Mentor: prof. dr. sc. Slaven Bertoša

Broj indeksa autora: 43-D-OITKS

Pula, veljača 2020.

Rad posvećujem mojim roditeljima koji su me otpratili na studij, a nisu tu kada ga konačno završavam.

Veliku zahvalnost dugujem svom mentoru prof. dr. sc. Slavenu Bertoši, na svim savjetima i pomoći pri izradi diplomskog rada i što je uvijek našao vremena i imao strpljenja za sva moja pitanja.

Posebnu zahvalnost iskazujem izv. prof. dr. sc. Kristini Afrić Rakitovac, čija je vjera u mene utjecala na moju odluku upisa na studij.

Zahvaljujem i mojim prijateljima na strpljenju i pretrpljenim „traumama“ dugogodišnjeg studiranja. Nadam se da ću vam se svima moći odužiti.

I na kraju, najveću zaslugu za ono što sam postigla pripisujem mojem suprugu i mojoj kćeri koji su uvijek vjerovali u mene i moj uspjeh, čak i kad ni sama nisam, i bez čije podrške i ljubavi nijedan moj uspjeh, pa tako ni ovaj, ne bi bio moguć ni potpun.

## Sadržaj

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| UVOD.....                                              | 7  |
| 1. RESURSNA OSNOVA RAZVOJA TURIZMA.....                | 9  |
| 1.1. Struktura turističkih resursa .....               | 9  |
| 1.2. Atrakcijska osnova .....                          | 10 |
| 1.3. Ostali izravni turistički resursi .....           | 11 |
| 1.4. Neizravni turistički resursi.....                 | 11 |
| 2. KULTURNA BAŠTINA.....                               | 13 |
| 2.1. Nematerijalna kulturna baština .....              | 13 |
| 2.1.1. Narodni običaji.....                            | 14 |
| 2.1.2. Životni običaji.....                            | 14 |
| 2.1.3. Godišnji običaji.....                           | 18 |
| 2.1.4. Radni ili gospodarski običaji .....             | 19 |
| 2.2. Materijalna kulturna baština .....                | 19 |
| 3. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA OPĆINE LIŽNJAN ..... | 21 |
| 3.1. Martinja.....                                     | 21 |
| 3.2. Pust .....                                        | 24 |
| 3.3. Procesije.....                                    | 25 |
| 3.4. Istrioto.....                                     | 27 |
| 3.5. Mantinjade .....                                  | 28 |
| 3.6. Tradicionalni recepti.....                        | 28 |
| 4. MATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA OPĆINE LIŽNJAN .....   | 30 |
| 4.1. Spilja Šandalja.....                              | 30 |
| 4.2. Karigadur .....                                   | 31 |
| 4.3. Nezakcij .....                                    | 31 |
| 4.4. Ostaci brodoloma kraj rta Uljeva .....            | 32 |
| 4.5. Utvrda Monte Madonna.....                         | 33 |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.6. Sakralni objekti .....                                                 | 35 |
| 5. PRIJEDLOG RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA NA PRIMJERU OPĆINE LIŽNJAN ..... | 42 |
| 5.1. Swot analiza kulturne baštine Općine Ližnjan.....                      | 43 |
| 5.2. Prijedlozi proizvoda kulturnog turizma .....                           | 45 |
| 6. ZAKLJUČAK .....                                                          | 53 |
| LITERATURA.....                                                             | 54 |
| POPIS TABLICA.....                                                          | 58 |
| POPIS SLIKA.....                                                            | 59 |

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Natali Palko Zirdum, kandidatkinja za magistru Kulture i turizma, izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju bilješke i bibliografija. Izjavljujem da ni jedan dio Završnoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, te ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad na bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

---

U Puli 19. veljače 2020.

## IZJAVA

o korištenju autorskoga djela

Ja, Natali Palko Zirdum, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, nositelju prava korištenja, da moj diplomski rad pod nazivom „Nematerijalna i materijalna kulturna baština Općine Ližnjan kao resursna osnova za razvoj turističkih proizvoda“ upotrijebi da tako navedeno autorsko djelo objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te preslika u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis

---

U Puli 19. veljače 2020.

## UVOD

Diplomski rad se bavi nematerijalnom i materijalnom kulturnom baštinom Općine Ližnjan koja je promatrana kao resursna osnova za razvoj turističkih proizvoda.

*Problem i predmet istraživanja* je dokumentiranje nematerijalne i materijalne kulturne baštine na području Općine Ližnjan te prijedlozi turističkih proizvoda kao rezultat raspoloživih resursa u obliku proizvoda kulturnog turizma. Ližnjanština je bogata materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom koja je odlična podloga za razvoj turističkih proizvoda. Materijalna i nematerijalna baština stavljanjem u funkciju turizma, naravno na održiv način i poštujući primarnu svrhu dobra, zapravo osigurava svoju dugotrajnost i sačuvanost jer kada se nešto stavlja u funkciju tada se i mora održavati i njegovati pod određenim uvjetima. Pitanje je kada će lokalna zajednica na čelu s dionicima u turizmu osvijestiti to bogatstvo baštine i započeti s podizanjem kvalitete i uključivanjem u turističku ponudu za sada samo lokalnih događaja koji njeguju tradiciju i baštinu.

Rad polazi od *hipoteze* da se dokumentiranjem resursne osnove mogu razviti proizvodi kulturnog turizma koji mogu smanjiti sezonalnost te direktno utjecati na gospodarski razvoj i očuvanje tradicije koja se na ovaj način prenosi, ali i jača te ističe posebnosti koje mogu predstavljati identitet koji može razvijati brend i imidž. Radom će se pokušati dokazati radna hipoteza i prikazati važnost dokumentiranja resursa, njihovo očuvanje i prenošenje znanja o njima, s ciljem kreiranja kvalitetnih jedinstvenih proizvoda koji će pridonijeti prepoznatljivosti kraja.

*Svrha* diplomskog rada je istražiti, popisati i prikazati resurse uz pomoć prikupljenih informacija terenskim istraživanjem i razgovorom s kazivačicom te materijala prikupljenih iz stručne literature i Akcijskih i strateških planova. Prikupljeno i dokumentirano temelj je za razvoj proizvoda kulturnog turizma koji može destinaciju Ližnjan sa svojim okolnim mjestima usmjeriti u razvoj održivog turizma temeljenog na resursima materijalne i nematerijalne baštine te biti dodatna vrijednost mještanima i motiv dolaska turistima.

*Cilj* rada je utvrditi resurse te mogućnosti razvoja turističkog proizvoda i dokazati postavljenu hipotezu.

*Znanstvene metode* koje se koriste u radu jesu metoda deskripcije, analize i sinteze, metoda kompilacije, komparacije, indukcije i metoda intervjuiranja.



Diplomski rad sastoji se od pet poglavlja. Prvo poglavlje definira resursnu osnovu razvoja turizma te zasebno obrađuje teorijski strukturu turističkih resursa, atrakcijsku osnovu, ostale izravne turističke resurse te neizravne turističke resurse te se u sklopu poglavlja izdvaja i situacija na području Općine Ližnjan. Drugo poglavlje prikazuje kulturnu baštinu i to posebno nematerijalnu kulturnu baštinu gdje se obrađuju običaji i to narodni, životni, godišnji i radni ili gospodarski s primjerima iz Ližnjana. Treće poglavlje obrađuje elemente nematerijalne kulturne baštine Općine Ližnjan s osvrtima na Martinju, pust, procesije, istrioto, mantinjade i tradicionalne recepte. Četvrto poglavlje obrađuje materijalnu kulturnu baštinu Općine Ližnjan i to spilju Šandalja, Karigadur, Nezakcij, ostatke brodoloma kraj rta Uljeva, utvrdu Monte Madonna i čitavo područje oko utvrde te sakralne objekte. U petom poglavlju izrađena je swot analiza te su napravljeni prijedlozi proizvoda kulturnog proizvoda proizašli kao rezultat istraživanja za potrebe rada.

Rad završava zaključkom, popisom korištene literature i popisom ilustracija.

## 1. RESURSNA OSNOVA RAZVOJA TURIZMA

Resursi su osnova svega, ono s čime raspolažemo, no oni nisu garancija da ćemo znati raspolagati s njima i da ćemo ostvariti korist od njih, kao niti da ćemo biti održivi. „Resursi – sve materijalne i energetske vrijednosti uzete iz živoga i neživog okoliša kako bi se zadovoljile ljudske potrebe i želje. Resursi su prirodne proizvedene stvari, kao i ljudska znanja i sposobnosti kojima se može koristiti kao sredstvima za zadovoljenje potreba neposredno (u potrošnji) ili posredno (u proizvodnji). To su sva sredstva, koja se koriste u nekom procesu i mogu privesti korisnoj svrsi.“<sup>1</sup>

Nekoliko je definicija za turističke resurse, a slijede u nastavku. „Turistički resurs – *osnovica turističkoga gospodarstva*, skupni naziv za turističke atraktivnosti i atrakcije, turističku suprastrukturu, turističke agencije, turističku organiziranost destinacije, turističke kadrove i dr. To su one vrijednosti koje uzrokuju veću posjećenost nekog prostora i pridonose njegovu znatnijem turističkom razvoju.“<sup>2</sup> Čavlek i Vukonić su u Rječniku turizma dali sljedeće objašnjenje: „prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti (valorizirati). Dio su cjeline razvoja određenog geografskog područja, odnosno regije ili zemlje, a bogatstvo resursima komparativna je prednost u gospodarskom razvoju.“<sup>3</sup>

Da bi se znalo kojim resursima raspolaže određeno geografsko područje potrebno je dokumentirati resurse, u ovom slučaju turističke atrakcije i resurse koji su preduvjet za njih. Na području Općine Ližnjan ne postoji posebna služba ili odjel koji je zadužen za dokumentaciju atrakcija. Najbliže takvom obliku dokumentiranja od strane odjela ili službe je lokalna Turistička zajednica koja redovito ažurira prikupljene podatke koje je sama prikupila.

### 1.1. Struktura turističkih resursa

„Destinacijske resurse treba sagledati unutar konceptualnog okvira koji predstavlja najznačajnije sektore koji su u vezi s turizmom. Komparacija destinacijskih resursa s konkurencijom može pridonijeti utvrđivanju glavnih snaga i slabosti destinacije u odnosu na konkurenciju i pomoći destinaciji da definira strategiju pozicioniranja.“<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Galičić, V. (2014.): *Leksikon ugostiteljstva i turizma*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 822.

<sup>2</sup> Isto, str. 977.

<sup>3</sup> ur. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001.): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb.

<sup>4</sup> Petrić, L. (2011.): *Upravljanje turističkom destinacijom, Načela i praksa*; Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 147.

Prema WTO, turistički resursi se dijele na:

- prirodno turističke resurse,
- kulturno povijesnu baštinu,
- klimatske uvjete,
- infrastrukturu,
- turističke usluge i sadržaje.

## **1.2. Atrakcijska osnova**

„Na globalnom turističkom tržištu, destinacije možemo prikazati kao dijelove goleme turističke slagalice, u kojoj je svaki dio zaseban element, a istovremeno svi čine dio globalne ponude i konkuriraju jedna drugoj temeljem konkurentskih prednosti koje su razvile, zahvaljujući prirodnim i/ili društvenim atrakcijama (stoga će neke biti prepoznatljive po svojim kulturnim znamenitostima, druge po vodenim sportovima, treće po golf terenima, itd.).“<sup>5</sup>

Prirodna atrakcijska osnova sadrži prirodne elemente tipične za geografsku cjelinu, a koji su vrlo visokog stupnja privlačnosti te se mogu turistički valorizirati. Atrakcije imaju međunarodni, nacionalni ili lokalni značaj te se uz to veže i njihova udaljenost od emitivnog tržišta, što opet utječe na to da što je atraktivnija udaljenost je manja smetnja. Dokumentiranje atrakcija pokazuje nam realnu sliku mogućnosti turističkog razvoja određenog područja jer upravo te atrakcije predstavljaju osnovni resurs za razvoj turističkih proizvoda, što upućuje ka tome da je za kvalitetan proizvod i u konačnici kvalitetnu strategiju potrebno dobro poznavanje atrakcijske osnove. Dobro poznavanje atrakcijske osnove usmjerava na koji način će se kreirati ponuda te na čemu će se davati naglasak, da li će se okrenuti prirodnoj atrakcijskoj osnovi ili antropogenoj. „Kultura izravno utječe na turizam, a turizam sve više utječe na kulturu koja postaje važan motiv turističkih putovanja. U novije se vrijeme neke turističke destinacije u Europi više orijentiraju na kulturni turizam jer se u tom turizmu radi o manjem tržišnom segmentu pa nema velikih dolazaka, turisti više troše i pristupaju s više simpatija i nastojanja za upoznavanjem lokalnog stanovništva u njihove kulture od drugih turista.“<sup>6</sup> Svaka destinacija ili geografsko područje temeljnim predradnjama mogu realno donijeti zaključke u kojem smjeru se razvijati te na taj način postati održiv.

---

<sup>5</sup> Isto, str. 21.

<sup>6</sup> Pančić Kombol, T. (2006.): Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, Varaždin, str. 212.

### **1.3. Ostali izravni turistički resursi**

U ostale izravne turističke resurse spadaju prateći turistički sadržaji, ugostiteljski objekti, turistički kadar, agencije, sustav informiranja, promidžbeni materijali. Na ostale izravne turističke resurse možemo direktno utjecati jer u njih spada i turistička educiranost lokalnog stanovništva koji jesu najbolji i najrelevantniji promotori svojega kraja. Gledamo li šire na ovu vrstu resursa, možemo reći da tu spadaju i turistička mjesta, destinacije, kao i kompletna organiziranost. Utjecaj na ove resurse više nego na ostale ima i atraktivnost susjednih destinacija.

S ciljem promoviranja destinacije lokalna Turistička zajednica izradila je i distribuirala brošuru mjesta na četiri jezika, promotivne letke i plakate za promociju raznih manifestacija, biciklističku kartu južne Istre, turističku kartu svakog mjesta, postavila informativne turističke ploče u svim mjestima općine te obilježila biciklističke staze Nezakcij i dio staze 333 koja prolazi kroz Šišan, Jadreške, Valturu i Muntić. U suradnji s klasterom i županijskom turističkom zajednicom ugošćeni su agenti i strani novinari koji su posjetili lokalitete i spomenike kulturno-povijesne baštine te su organizirana predstavljanja i promocija destinacije u Zagrebu, Italiji, Austriji i Sloveniji.

Prema dostupnim podacima iz nacionalnog sustava za prijavu i odjavu gostiju E-visitor, na području Općine Ližnjan nalazi se 5092 kreveta, od čega 26 otpada na privatni hotel „Vela nera“ u Šišanu, 36 na hostel „Šišan“ u Šišanu, 46 na hotel „Livadić“ u Ližnjanu te 18 postelja na pansion „Cherry Blossom“ u Ližnjanu koji također spada u kategoriju hotela. Ostale postelje se nalaze u smještajnim objektima u domaćinstvu.

Mjesta Općine Ližnjan mogu se pohvaliti kvalitetnom ugostiteljskom ponudom, tako se u Ližnjanu nalaze konobe „Galiola“, „Kaminada“ i gostionica „Stari ribar“, u Valturi konobe „Stari cok“ i „Megi“, dok u Šišanu rade bistro-pizzeria „La Piazza“, konoba „Baladur“, „Food & wine station Trapan“ i restoran „Bodulka“ u sklopu hotela „Vela nera“. Na području Općine Ližnjan tijekom zadnjih nekoliko godina s radom su započeli i kvalitetni OPG-ovi koji proizvode maslinovo ulje te na smotrama dobivaju visoke ocjene, poput maslinovog ulja Traulin, OPG „Ivetac“ i OPG „Grubissa“.

### **1.4. Neizravni turistički resursi**

Neizravne turističke resurse čine geoprometni položaj, prometna povezanost, komunalna infrastruktura i objekti ili sadržaji društvenog standarda, kvaliteta prostorne organizacije, oblikovanje eksterijera, sigurnost i politička stabilnost i ostali resursi.

Neizravni resursi su poveznica između ponude i potražnje, oni zapravo odlučuju kada će se i hoće li se te kojim kanalima distribuirati proizvodi jer ukoliko je loša prometna povezanost ili je slaba sigurnost i politički nestabilno okruženje, bez obzira na atraktivnost ponude i ostalih resursa, potražnja će neizbježno pasti.

Turizam je važan čimbenik u razvoju određenog područja i može direktno utjecati na blagostanje žitelja te utječe i na neizravne resurse na način da se prihod ostvaren od turizma ulaže u razvoj komunalne infrastrukture, prometnu povezanost i sl.

Općina Ližnjan nalazi se na krajnjem jugoistoku Istarskog poluotoka te u cijelosti pripada južnoj istarskoj zaravni. U sastavu općine nalazi se pet naselja: Ližnjan kao administrativno središte, Šišan, Valtura, Muntić i Jadreški. Mjesta na području općine sadrže osnovnu turističku infrastrukturu, a u neposrednoj blizini nalaze se i velika turistička mjesta – Pula i Medulin. Ližnjan je udaljen od Pule 13 km, dok je od najbližeg velikog turističkog središta Medulina udaljen dva kilometra. Turisti koji borave u Ližnjanu i ostalim mjestima općine zahvaljujući dobroj prometnoj povezanosti lako dolaze do većih urbanih središta.

## 2. KULTURNA BAŠTINA

„Kulturna baština, materijalna i nematerijalna, zajedničko je bogatstvo čovječanstva u svojoj raznolikosti i posebnosti, a njena zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta.“<sup>7</sup> Ustanova nadležna za zaštitu i očuvanje baštine kao i njezino dokumentiranje, prije toga identifikaciju i istraživanje, jest Ministarstvo kulture koje obavlja sve upravne i ostale poslove vezane uz kulturnu baštinu od zaštitnih, predlagačkih, zakonodavnih do represivnih.

„Od kulturne baštine načelno treba razlikovati prirodnu baštinu. Naime, kulturna baština, kao što sam pojam kaže, mora imati vezu s ljudskom kulturom, tj. nužno je nastala kao rezultat kakva ljudskog djelovanja.“<sup>8</sup> Kulturna baština je materijalna i nematerijalna, stvorena je utjecajem ljudske ruke, a njezine vrijednosti su povijesne, umjetničke, kulturne i autentične.

### 2.1. Nematerijalna kulturna baština

Pod nematerijalnu kulturnu baštinu spadaju predstave, izrazi, vještine, prakse, kao i predmeti i rukotvorine te kulturni prostori direktno povezani s preduvjetom da zajednica ili skupina prihvaćaju navedeno ako dio svoje kulturne baštine. „Sukladno članku 9. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara ([NN 69/99](#), [NN 151/03](#); [NN 157/03](#), Ispravak), *nematerijalno kulturno dobro mogu biti razni oblici i pojave duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom ili na drugi način, a osobito:*

- *jezik, dijalekti, govori i toponimika te usmena književnost svih vrsta,*
- *folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote,*
- *tradicijaska umijeća i obrti.*“<sup>9</sup>

Hrvatska je bogata nematerijalnom kulturnom baštinom te se stoga poduzimaju zaštitne mjere koje su u suradnji sa zemljama potpisnicama Konvencije za zaštitu nematerijalne baštine UNESCO-a. Navedena konvencija prihvaćena je u listopadu 2003. na 32. općoj skupštini

---

<sup>7</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (17. veljače 2020.)

<sup>8</sup> Šošić, T. (2014.): Pojam kulturne baštine - međunarodno pravni pogled, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, god. 51, 4/2014., str. 842.

<sup>9</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639/> (24. siječnja 2020.)

UNESCO-a, a od strane Hrvatske ratificirana je 2005. te na taj način Ministarstvo kulture postaje centralno tijelo za provođenje Konvencije.

Nematerijalna kulturna baština resurs je za kreiranje proizvoda u turizmu koji ne samo da obogaćuju i daju dodatnu vrijednost destinaciji, već mogu postati i motiv dolaska. Razvojem kulturnog turizma neizbježna je komodifikacija. „Nije neobično da kulturna baština postaje dijelom kulturnoga turizma te valja očekivati kako će pretjerana komercijalizacija mijenjati smisao i simboliku samoga običaja.“<sup>10</sup>

### **2.1.1. Narodni običaji**

Narodni običaji jesu zapravo ustaljeni načini ponašanja koji podliježu određenim normama te su tipični za određene kulturne skupine i vežu se za posebno značajne trenutke čovjekova života i za posebne prigode vezane uz gospodarski i vjerski ciklus zajednice.

„Običaj je jedan od temeljnih pojmova (hrvatske) etnologije. Među različitim klasifikacijama običaja preteže podjela na: životne ili obiteljske, godišnje ili kalendarske te radne ili gospodarske.“<sup>11</sup> Magijski postupci često se vežu uz običaje, dok se i danas u osobitim prigodnim proslavama zajednice oživljavaju stari običaji koji se kroz vrijeme počinju razlikovati među zajednicama i upravo ta posebnost nečega što je i zajedničko je bogatstvo koje može izroditi nematerijalna kulturna baština.

### **2.1.2. Životni običaji**

„Životni ili obiteljski običaji vezani su uz značajne događaje u čovjekovu životu: rođenje djeteta i određene trenutke tijekom njegova odrastanja, značajnije događaje u životu seoske mladeži, sklapanje braka, smrt i pogreb.“<sup>12</sup>

Rođenje djeteta kao početak ciklusa čovjekovog života. Rođenje djeteta bila je i glavna svrha života. Uz trudnoću su postojala mnoga vjerovanja pa se tako trudnica morala čuvati uroka, određene hrane i paziti što će gledati kako ne bi time potaknula loše osobine kod djeteta. Vjerovanja u nadnaravno i tu su imala mjere „predostrožnosti“ pa tako „noseća žena nastoji da ne izlazi iz kuće kad padne sumrak. Osobito izbjegava da noću prelazi preko križanja, a

---

<sup>10</sup> Belaj, M. (2016.): Martinje – o običajima u hrvatskoj vinogradarskoj tradiciji na dan sv. Martina, *Putovima europske nematerijalne baštine u 21. stoljeću: Sv. Martin, simbol dijeljenja*, Institut za etnologiju i folkloristiku ; Kulturni centar sv. Martin – Hrvatska, Zagreb, str. 204.

<sup>11</sup> <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44552/> (24. siječnja 2020.)

<sup>12</sup> Na i. mj.

pogotovo između 23 i 24 sata, jer u to vrijeme mogu štrige (vještice) imati na križanju svoje sijelo i naškoditi trudnici.“<sup>13</sup>

Napretkom medicine neke stvari su napredovale, smanjila se smrtnost roditelja i novorođenčadi pa se žene više ne pripremaju za porod kao nekada, ispovijedajući se i spremajući odjeću za pokop, naime, pripreme za porod teku dijametralno suprotno pripremama za povratak u udobnost doma prilagođenog prinovi. „Na osobit se način postupalo s posteljicom i pupkovinom. Ako se dijete rodilo u posteljici, vjerovalo se da će biti osobito sretno i pametno ili da će steći nadnaravne moći.“ Uz novorođenče su se stavljali različiti predmeti s namjerom da ga štite (npr. srp, rog) ili utječu na njegovu budućnost i izbor zanimanja (npr. neko oruđe, knjiga, vreteno).“<sup>14</sup>

*U Ližnjanu su žene rađale kod kuće. Ližnjanska babica u selu bila je Marija Fedel, rođena Šebelić. Kada bi započeli trudovi, pozvali bi babicu koja bi rekla „prontajte toplu vodu, šugamane da nisu ni novi ni stari, da su mekani i plahte.“ Nakon što bi žena rodila, zaklali bi kokoš i skuhalo joj juhu. 40. dan nakon rođenja djeteta, babica bi povelu ženu u crkvu da zapali svijeću kako bi je pop „primija natrag“ jer ona je kako grješnica bi se tako tumačilo. Molile su se molitve u crkvi i spremale se krstitke. Jer prije nego je mater došla u crkvu se nije smilo krstiti dite. Za krstitke se spremao svečani objed i to, turta (pinca), kroštule, juha i šugo od kokoši, fuži i kapuz. Na dar od krsnih kumova dobivao se zlatni lančić, u većini slučajeva, a ki nije mogao, ni. Kumovi su bili dobri prijatelji ili rodbina. Ki ni ima niš je zva rodbinu, a ki je ima bar kruha i vina, je zva prijatelje (Ana Balde, 9.listopada 2019.).*

Nakon rođenja slijedi krštenje. Danas krstitke budu u okviru prve godine života, nekada i kasnije, ovisno o želji roditelja, dok nekada, vjerovalo se da ukoliko se dijete ne krsti i ono umre, pretvoriti će se u demona pa su tako slabu i bolesnu novorođenčad krstili isti dan. Kroz odrastanje pratile su se određene norme. Nakon odlaska u vojsku koja je bila obvezna za mladiće, slijedi korak sklapanja braka. Sklapanje braka i onda je kao i danas vrlo značajan trenutak u životu pojedinca. „Najpoželjniji čin sklapanja braka bila je svadba, koja u hrv. seljačkoj tradiciji obuhvaća mnoge ceremonijalne postupke i odlikuje se regionalnim osobitostima. Slijede različiti oblici tzv. otmice žene (fingirana, djelomice dogovorena, pa i prava) te zasnivanje braka samim početkom zajedničkoga života. Izostavljanjem svadbe

---

<sup>13</sup> Mikac, J. (1977.): *Istarska škrinjica. Iz kulturne baštine naroda Istre*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 200.

<sup>14</sup> Na i. mj.



izbjegavao se trošak, ali su održane određene simboličke radnje (primjerice, pucanje pri odvođenju mladenke, bacanje jabuke preko mladoženjina krova, promjena udavačine odjeće kao znak novoga bračnoga stanja).“<sup>15</sup>

*U Ližnjanu je mlada u svoju novu obitelj donosila miraz koji je sadržavao šest plahti, šest jastučnica, pokrivač i vunenu deku (to je miraz kazivačice). Bi bija stari svat obično kod mlade bio na čelu povorke. Kum bi donio nevjesti cipele koje je svekrva poslala da ne bi nevjesta pobjegla. Mlada bi kupila darove svekru, svekrvi i ostalim ukućanima, obično bi to bile marama ili košulja, a tim drugim neke sitnice ili maramice ili parfum kada je počea, a prije parfuma jedan običan sapun, tek toliko da ništo doneseš, da nisi praznih ruku doša. Kad se išlo u crkvu na vjenčanje, vodili bi nas kumi. Nije onda bio običaj kako sada, da je otac, to je sada pak kad su filmovi. Kod matičara se pošlo skupa, četiri od nas, smo se vjenčali misec dana prije nego u crkvi. Smo bili mi, matičar, kumi i predstavnik vlasti. Kad se izašlo iz crkve se ni bacala riža kako sad, ni bilo bacanja ničega. Iz crkve se pošlo kod muškega doma, svekrva bi čekala sa čime će te poteći, obično one siromašnije su imale samo jednu stvar, ja sam imala roza ručnik, poslije mi je služio za dite kad sam imala, to mi je rabilo za previjati bebu i svilenu spavačicu, s tim nas je povukla u kuću, zagrlila bi nas i prebacila to oko nas i tako nas povukla, a mladenci su bacali zrno od šenice kako se sada riža, da bude plodno jer šenica je plod, ona nikne, a prije, za vrime Austrije bi jabuku bacali. Onda kada je mlada ušla u hižu bi se kolač hitija priko hiže da mlada ostane tu, preko krova se bacalo. I ki je ulovija kolač, ki bi doša do njega jer se zna i raspasti kolač ko je bija veliki, jak čovik se zna u visini i odvojiti. Onda se gledalo ki je ulovia veći komad bi dobija sić vina i onda bi ovi vani ki su bili, pojili kolač i popili vino. Bogati ljudi su svatima i dicam pripremali i ručak i večeru koja se mijenja, se ukida ručak pokle Drugog svjetskog rata. Svatima kod mlade su se svima stavljale „perle“ umjesto ružmarina. Pravile su se od sitnih cvjetova lipa umočenih u vosak. Perle su obično stavljale mlade djevojke koje su bile na svadbi. Svaki gost, a i domaći kada je dobija perlu na rever, bi drugoj djevojci koja je nosila košaru stavili bi novca dobrovoljno, a taj se novac na kraju dalo mladenki kao znak za početak dobrog života u obitelji.*

*Vjenčanja su se obično održavala u vrime pusta, na pusnu subotu ili u novembru na viliju sv. Martina, tako da od hrane ča je ostalo od svadbe, ni rabilo drugi dan kuhati, tj. na pustnu nedilju ili na sv. Martina. Pokloni su se mladencima donosili dan prije vjenčanja, svaki na svoju stranu od koje je bija pozvan. Iduću nedjelju poslije vjenčanja, roditelji i mladi bračni par bili*

---

<sup>15</sup> Na i. mj.

*su pozvani kod mladenkinih roditelja na ručak i tu je bilo malo bolje upoznavanje obitelji i njihovih običaja.*

*Ženska strana bi obično kupila ormar i dvi stolice za u sobu, a s muške strane je bija običaj, kompletan krevet, to znači drveni krevet, šuštu ili pajaricu<sup>16</sup> ispod madraca (Ana Balde, 9. listopada 2019.).*

Smrt kao završetak jednog ciklusa pojedinca od samog se početka pripremanjem odjeće za ukop pri odlasku na porod, nalazila sveprisutnom kao da ne želi dozvoliti da se smetne s uma da će ona nastupiti jednog dana i to onda kad ona zaželi. „Odnos prema smrti iskazivala je već za života pripremljena odjeća i oprema za ukop (svijeća, osobiti prekrivač za umrloga, ukrasni ručnici koje se u sprovodu nosilo na križevima i crkv. barjacima). Glasanje ili pojava određenih životinja tumačili su se kao predznaci smrti, a smrt je mogao najaviti i san. Tijekom godine o smrti se gatalo u određene dane, npr. na Božić, Svijećnicu, Ivanje.“<sup>17</sup>

Kako sa smrću tako i s pokopom, postupalo se po određenim običajima. Pokojnik je najčešće bio izložen, a oko njega glasno je naricala ženska obitelj. Hranu su u kuću pokojnika donosili rodbina i susjedi, u kući pokojnika nije se kuhalo. S pokojnikom kojega se do ukopnog mjesta dovezlo noseći rukama ili kolima, ukapali su se njemu dragi predmeti, a ponegdje se pokapao s pokojnikom novac ili svijeća. Nakon pogreba, što je i danas običaj, u kuću pokojnika najuži krug prijatelja i obitelji odlazio je na objed.

*Ana Balde Gabrička kazuje nam sljedeće. Smrt je vajak teška kad god da se dogodi. To je vajak bolno. Većinom se doma umiralo, malo ki je umra u bolnici, mislim da nijedan. Obično se mrtve opere s vodon i octen prije nego ga se obuče za pokop. Se ga proteglo, ako ni sklopija oči onda su mu nasilno ih zatvorili, oni su znali kako, mi nismo nikad znali kako, a za usta ako bi ostala otvorena onda bi svezali sa bilin facolen ili gazom. U večer bi se skupili ljudi i žene i bi se molilo, su bile određene molitve koje su se molile, a ljudi su imali i neke knjige koje su bile samo za to. Kad bi se taj obred završija, ki ni bija od roda obično bi stajao još pola ure, jenu uru i bi se razišli, ali prijatelji i rodbina su ostali svu noć, a ti drugi bi se dogovorili bi ujutro išli kopati grob, se pomoglo tako. Pokle sprovoda, samo bogati bi napravili karmine (Ana Balde, 9. listopada 2019.).*

---

<sup>16</sup> Stavljala se ispod madraca; tkanina sašivena u obliku vreće u veličini kreveta punjena suhim lišćem od klipa kukuruza.

<sup>17</sup> Mikac, J. (1977.): *Istarska škrinjica. Iz kulturne baštine naroda Istre*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 200.

### 2.1.3. Godišnji običaji

„Godišnji običaji obilježuju blagdane koji se ponavljaju svake godine, a u Hrvata su najvećim dijelom povezani s istaknutim blagdanima kat. kalendara.“<sup>18</sup> Godišnji običaji započinju od Svih svetih, dan koji su pastiri slavili na polju. Nakon Svih svetih slijedi Martinje, kada se održavaju ceremonije krštenja mošta. Prateći kalendar, slijede sv. Barbara i sv. Lucija te počinje Božićno razdoblje. „Dio mnogobrojnih i raznolikih božićnih običaja u Hrvata vezan je uz kult predaka: stavljanje svijeće na stol na Badnju večer, posna jela (grah, riba, kaša, orasi i med – ponešto se ostavlja na stolu nakon obroka), prostiranje slame, pa i paljenje panja badnjaka. Darivanje je odavno vezano uz božićno i novogodišnje vrijeme: kao starije, darivanje obrednih čestitara, i novije, darivanje djece, posebice za dan sv. Nikole i sv. Lucije. O Božiću su se međusobno darivali djevojke i mladići, kao znak sklonosti pa i ženidbenih namjera (jabuka). U više je krajeva zabilježeno i darivanje vode (zdenca). Nakon Božića skupine čestitara obilazile su kuće, pjevajući osobite pjesme i za uzvrat dobivajući darove.“<sup>19</sup>

Na blagdan sv. Tri kralja u Ližnjanu se posluživao ručak sličan kao za Božić i *frigale su se fritule*. Dan prije Tri kralja blagoslivljale su se štale i polja jer je bija sv. Antun od blaga.

*U Velikoj šetimani, u utorak se već počinje hoditi na mašu, pred Uskrs. U utorak i u sridu su zvona zvonila za pojt na mašu i u sridu bi se tukli batiškuri šibon kako ča su po Bibliji tukli Isusa, tako su u sridu tukli šiban stepenice u crikvi i te šibe bi ostale u crikvi do sv. Ivana u šestem misecu. I u sridu uvečer su se zvona zatvorila, više nisu zvonila nego su bile škrgutalnice, to ti je bilo drveno kao kutija i onda je imala kao oni stari gramofoni kada su se navijale i u nutri su grajani po našu rečeno bili drveni i onda bi se vrtili.*

*Na veliku subotu kada bi bila misa ujutro, kad bi došlo vrime molitve Glorije su zvona zvonila i u crkvi unutra i na zvoniku jer je to Uskrsnuće. U nedilju za Uskrs se pekao janjac ki je ima. Obično sa na Uskrs ujutro ubilo janje i krv od janjca je kapala na mrvice kruha i onda bi se to spržilo na domaćem ulju od ulike, a ki nije ima domaćega ulja bi žene spržile na masti. To se jelo za marendu. U velikoj šetimani nije bilo strogo zabranjeno jisti bilo ča, a meso ki je ima, a u subotu je finila zabrana i na Uskrs je bilo janje, fuži, juha, kiseli kapuz, turte. Kiseli kapuz je vajk bija na repertoaru jer su ga svi imali.*

---

<sup>18</sup> Na i. mj.

<sup>19</sup> Na i. mj.

*Na Veliki četvrtak su se skuhala jaja u lišću od kapule, u koprivi i raznim travama ke su žene znale brati (Ana Balde 16. listopada 2019.). Jaja su se kuhala i u vodi u kojima se kuhao ječam i to bi obojalo jaja. Pekle su se i pletenice/jajarice koje su se darivale djeci.*

Od godišnjih običaja, valja istaknuti još i poklade ili karneval, nakon čega slijede Cvjetnica, Uskrs, Spasovo, Jurjevo, Filip i Jakov te Duhovi. Za Ivanje je običaj paliti krijesove. Od ostalih svetaca katoličkog kalendara, u mjestima se slave zaštitnici te se tada održavaju velike proslave.

#### **2.1.4. Radni ili gospodarski običaji**

„Radni ili gosp. običaji pretežito se odnose na početak ili dovršetak važnih poljodjelskih i drugih poslova (npr. oranja, sjetve, žetve, gradnje kuće).“<sup>20</sup> U Ližnjanu je bio običaj da se 13. siječnja blagoslivljaju polja i stoka.

Predmetni običaji često su magijske naravi, a tiču se dobrog uroda, rasta stoke, sjetve, sadnje ili grade kuće. Primjera radi, kada se kuća stavlja pod krov, na krovšte se stavlja drvce ili se ukrasi ručnicima.

#### **2.2. Materijalna kulturna baština**

Materijalna kulturna baština jesu pokretna i nepokretna kulturna dobra koja imaju povijesni, umjetnički, znanstveni, arheološki, paleontološki i antropološki značaj. U materijalnu baštinu spadaju i arheološka nalazišta i sve što može dokazati prisutnost čovjeka.

Nepokretna kulturna baština jesu građevine i kulturno povijesne cjeline koje mogu biti skupine građevina ili čitavo područje odnosno krajolik. Prema Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara nepokretno kulturno dobro može biti:

- „- grad, selo, naselje ili njegov dio,
- građevina ili njezini dijelovi te građevina s okolišem,
- elementi povijesne opreme naselja,
- područje, mjesto, spomenik i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
- arheološko nalazište i arheološka zona, uključujući i podvodna nalazišta i zone,
- područje i mjesto s etnološkim i toponimskim sadržajima,

---

<sup>20</sup> Na i. mj.

- krajolik ili njegov dio koji sadrži povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru,
- vrtovi, perivoji i parkovi,
- tehnički objekt s uređajima i drugi slični objekti.“<sup>21</sup>

Pokretna kulturna baština koja je izrazito važan dio nacionalnog identiteta temelji se na inventarizaciji sakralnih objekata s obzirom da su u njima najsačuvaniji elementi pokretne kulturne baštine. „Sektor za zaštitu kulturne baštine u suradnji sa stručnjacima konzervatorskih odjela bavi se evidentiranjem pokretne kulturne baštine, poglavito one u sakralnim objektima na području Republike Hrvatske. Posao evidentiranja pokretnih kulturnih dobara u ovom odsjeku započeo je još 1985. godine i proizašao je iz potrebe za sustavnim dokumentiranjem sakralnih inventara.“<sup>22</sup>

Tri su faze evidentiranja pokretne kulturne baštine, a sastoje se od prikupljanja dokumentacije, od terenskog rada u koji su uključeni konzervatori i fotografi te kao završni dio obrada prikupljenih podataka, točnije izrada dosjea.

---

<sup>21</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27> (11. veljače 2020.)

<sup>22</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=1722> (17. veljače 2020.)

### 3. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA OPĆINE LIŽNJAN

Općina Ližnjan bogata je nematerijalnom baštinom. Na njezinom području njeguju se različiti dijalekti, mjesto Šišan jezični je otok, a stari Ližnjanci prenose tradiciju na svoje potomke kako se ona ne bi zaboravila. Ono što je posebno zanimljivo, a može se reći i jedan od rijetkih primjera, to je da tradiciju prihvaćaju i novodoseljeni mještani koji su došli iz udaljenijih krajeva Hrvatske. Tradicija koja se prenosi s posebnom empatijom, zasigurno je prijemčivija i za one koji je nisu u potpunosti upoznali.

#### 3.1. Martinja

Blagdan sv. Martina ili Martinje slavi se 11. studenog. Tog je datuma 397. pokopan Sveti Martin iz Toursa. „Martinjem se, kao što je već u uvodnom dijelu rečeno, obilježava kraj poslova u polju, osobito u vinogradu. Naime, dan sv. Martina podudara se s onim razdobljem u godini kad se u agrarnoj sredini dovršavaju svi poslovi izvan kuće i započinju pripreme za zimu.“<sup>23</sup>

U mjestima kojima je sv. Martin zaštitnik pripremaju se velike proslave i pučke fešte koje prati tradicionalni običaj „krštenja mošta“. „Obilježavanje sv. Martina, odnosno u narodu poznatija proslava Martinja svjedoči o bogatoj vinogradarskoj tradiciji, koja je prema nekim elementima ipak izraženija u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. No, pojedini elementi proslave Martinja nisu povezani sa samim svecem te u njihovoj rekonstrukciji valja biti vrlo oprezan. Kao što je vidljivo, u južnim vinogradarskim područjima veza sa završetkom poslova u vinogradu i danom sv. Martina sačuvana je u uzrečicama, sjećanjima, usmenoj predaji, književnosti. S druge strane, proslava Martinja u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske vrlo je živopisna i u nju su ušli elementi nekih drugih tradicija, koje nisu povezane sa samim kultom sv. Martina biskupa. Ponegdje, u građi i tekstovima o Martinju spominje se gozba i guska, a posebno je zanimljiva ceremonija *krštenja mošta* koja se na taj dan odvija.“<sup>24</sup>

U Hrvatskoj su poznate proslave u Svetom Martinu na Muri, u Kutjevu, Velikoj Gorici, Sv. Ivanu Zelini, a u zadnje vrijeme i u Zagrebu, gdje se održava manifestacija pod nazivom „Martin je v Zagrebu“ na kojoj uz kulturno umjetnički program, sudjeluju zagrebački vinari i

---

<sup>23</sup> Belaj, M. (2016.): Martinje – o običajima u hrvatskoj vinogradarskoj tradiciji na dan sv. Martina, u: *Putovima europske nematerijalne baštine u 21. stoljeću: Sv. Martin, simbol dijeljenja*, Institut za etnologiju i folkloristiku ; Kulturni centar sv. Martin – Hrvatska, Zagreb, str. 197.

<sup>24</sup> Isto, str. 199.

vinske udruge koje djeluju u Zagrebačkoj županiji. Na svim manifestacijama centralni dio ili bolje rečeno najzabavniji dio je „krštenje mošta“ za koje se kaže da ga je uveo sam sv. Martin jer je bio ljubitelj vina i na taj način želio ga je promovirati. „Glavno obilježje proslave Martinja je središnja ceremonija *krštenja mošta* koja se sastoji od mnoštva zdravica i šaljivoga oponašanja crkvenih obreda, osobito blagoslova i čitanja litanija. U tom parodijskom prikazu *krštenja mošta*, odnosno njegove pretvorbe u vino sudjeluje povorka ljudi koja se sastoji od zvonara, sv. Martina biskupa, dva kanonika, dva ministranta i predvodnika grupe. Oni koriste razne rekvizite koji podsjećaju na crkvene i misne predmete, a odjeća im je također prilagođena obredu. Običaj *krštenja mošta* je šaljivi parodijski obred.“<sup>25</sup>

Sv. Martin patron je Ližnjana i kao takav vrlo je poštivan od strane žitelja, posebice starosjeditelja. Važnost Martinje u Ližnjanu može se opisati na način da taj dan mnogi uzimaju godišnji odmor, nastava u mjesnoj školi završava ranije i u mjestu se osjeća dašak svečanosti. Ližnjanci Martinje zovu Martinja i upravo s tom razlikom žele pokazati koliko je baš njima to posebno.

Danas, program povodom manifestacije započinje najčešće u 12.00 sati obilaskom konoba i blagoslovom vina u organizaciji Udruge Ližnjanske maškare, nakon čega slijedi otvorenje malog Martinjskog sajma u organizaciji Udruge poljoprivrednika Agro - Mladica i započinje program u maloj općinskoj sali u Ližnjanu. Na Martinjskom sajmu posjetitelji mogu degustirati mlada maslinova ulja s područja Općine Ližnjan te med i rakije OPG-a s područja Općine Ližnjan. U kulturno umjetničkom dijelu programa u velikoj općinskoj sali pod nazivom „Martinja u Ližnjanu“ uvijek sudjeluju dječji vrtić Bubamara Ližnjan, školarci OŠ. dr. Mate Demarina PO Ližnjan i KUD Kuje Ližnjan. Na taj se način najmlađi uključuju u stvaranje programa i održavanje tradicije od najmanjih nogu (sl. 1).

---

<sup>25</sup> Na i. mj.



Slika 1. Nastup vrtičke skupine u sklopu programa Martinja u Ližnjanu

(izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

Nakon programa vrtičara, školaraca i KUD-a u Župnoj crkvi sv. Martina b. u Ližnjanu (sl. 2) održava se kulturno umjetnički program „U čast sv. Martinu“, u sklopu kojega nastupaju zborovi, nakon čega se program nastavlja u općinskoj sali gastro ponudom slasnih *pijata* šuga od divljači i *žbruvade* koju pripremaju Udruga Ližnjanske maškare i DVD Ližnjan.



Slika 2. Župna crkva sv. Martina u Ližnjanu

(Izvor: <https://www.poistri.eu>, 10. veljače 2020.)



„Pučki običaj slavlja uz obilato jelo i pilo postao je svrhom blagdana uopće, zatirući poruke zahvala i skrušenosti. Da se u tom kontekstu nije moglo ništa postići, uvjerljivo pokazuju i današnja martinska slavlja tijekom kojih je evociranje sveca u okviru profane zabave vrhunac slavlja.“

Osim patronata, sv. Martin obilježio je i toponimiju pa je tako uz mjesnu crkvu koja nosi naziv patrona iznad uvale Kala na topografskim kartama označen toponim Sv. Martin.

### 3.2. Pust

Kazivačica Ana Balde opisala je kakvi su bili običaji u Ližnjanu za vrijeme pusta u 20. stoljeću. *Za pusta, pijanci bi se napili, a pametni ljudi bi ostali doma. Muškarci bi se oblačili u žene, a žene u muške jer ni bilo drugih maski, ali na lice si obično nisu stavljali niš, jedino bi stavili facol i vezali ispod vrata. S harmonikom bi išli po selu, dali bi im se jaja i kobasice i vina i bi fešteđali. Pust se palio po raspoloženju, ko bi bili manje mokri onda bi doša pust na red. Drugi dan je čista srida, to se zove pepelnica i greš na misu da dobiješ pepelnice ča se palija pust da ti Bog oprost i grihe* (Ana Balde, 16. listopada 2019.).

Današnji običaji započinju preuzimanjem općinske vlasti od strane maškarane skupine. Načelnik općine predaje „ključ“ od općine i na taj način simbolično započinje vladavina maškara (sl. 3).



Slika 3. Preuzimanje općinskog ključa u uredu načelnika

(Izvor: arhiva turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

Udruga Ližnjanske maškare trudi se održati tradiciju obilaska sela maskiranom povorkom, gdje se okupe maškare svih dobnih skupina. Mještani daju kobasice i jaja maškaranim skupinama, a najmlađima slatkiše. Na pustni utorak, u društvenoj dvorani Općine Ližnjan priprema se fritaja s kobasicama, nakon čega slijedi *šentenca*, čitanje presude Pustu te njegovo spaljivanje. Zabava se nakon spaljivanja pusta nastavlja do kasnih sati uz glazbeni program.

### 3.3. Procesije

#### Hodočašće do zavjetne crkvice Majke Božje od Kuj

Održava se i danas, prvu nedjelju nakon 11. lipnja. Naziva se i zavjetna procesija, a zavjetovali su se preživjeli nakon kuge koja je poharala selo u 17. stoljeću da će hodočastiti u to doba godine, što se održalo i danas. Hodočasti se od župne crkve sv. Martina, ide se starim rimskim putem do uvali Kuje, cijelo vrijeme noseći kip Majke Božje od Kuj, za koju vjeruju da se ukazala malim pastirima u polju u uvali Kuje te je na tome mjestu na temeljima rimske *vile rustice* izgrađena crkva posvećena njoj. Procesija završava dolaskom u zavjetnu crkvicu ratara i ribara u uvali Kuje te se održava svečana sv. Misa.

#### Velika Gospa Šišan

Procesija povodom proslave blagdana Velike Gospe 15. kolovoza dugi niz godina održava se u Šišanu. Kreće iz župne crkve sv. Feliksa i Fortunata u sklopu svečane sv. Mise. Kip Gospe nosi se na postolju te se ide kružno ulicama oko crkve (sl. 4).



Slika 4. Procesija u Šišanu

(Izvor: <http://glasistre.hr>, 17. veljače 2020.)

Nakon procesije slijedi druženje uz glazbeni program i sajamsku ponudu do kasno u noć. Za vrijeme čitavog trajanja procesije zvoni crkveno zvono.

### Martinja

Kao i nekada i danas je centralni dio dana svečana misa s procesijom s kipom sv. Martina koja se kreće oko crkve preko Munta, centra i vraća se u Crkvu.

Procesije koje su navedene održavaju se i danas, no mnoge procesije su se s vremenom prestale održavati pa tako se više ne održava procesija koja vodi do Gospe na brdu u Šišanu, danas istoimeno područje Monte Madonna te se u Ližnjanu više ne održavaju procesije koje prethode Uskrsu.

*Procesija bi bila i na Veliki četrtak kroz selo i na svim prozorima su bile nažgane voštane sviće kuda je išla procesija, a išla je od crkve ( župna crkva sv. Martina) uza župni ured od zgoru, prema starom groblju priko Vrha do Krase i od Krase krenula uz zgoru dalje prema crkvi i tu se molilo „Puče moj“ su molili koristi (Ana Balde, 16. listopada 2019.).* Procesija je bila i na Veliki petak i u Veliku subotu.

U Ližnjanu je bila i Proljetna procesija te procesija za Tijelovo, kada su se uređivali i oltari koji su bili na putu procesije. Po prozorima kuda je prolazila procesija bile su najljepše tkanine, posteljina i stolnjaci, a djevojčice su s laticama brnistre posipale stazu kuda je išla procesija. Za cijelo vrijeme procesije zvonilo je zvono.

U Šišanu je bila i procesija 3. Svibnja, no ona se već dugo vremena ne održava, gotovo da se otela zaboravu. Hodočašće je bilo sv. Jeleni Križarici, Konstantinovoј majci koja se nekim čudom spasila od brodoloma ispod Svetice/Monte Madonne. „Otada je postojao običaj godišnjeg hodočašća 3. svibnja, na dan Uzvišenja Svetoga Križa, kada mnogobrojni vjernici idu u procesiji iz župne crkve noseći križ i zastave na Sveticu odakle je župnik blagoslivljao more.“<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Grah, I. (1997.): Povijesni hod kršćanstva na Pulštini, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 64.

### 3.4. Istrioto

„Dijalekt se ovdje doživljava kao temelj identiteta i poprima viša stilska obilježja. Osim kao sredstvo komunikacije i sustav znakova međusobnog sporazumijevanja, dijalekt postaje simbolički znak prestiža u određenim kontekstima.“<sup>27</sup>

Istriotski autohtoni predmletački romanski jezik jugozapadne Istre nalazi se na popisu 24 najugroženija europska jezika. Jezični otok južne Istre čine Rovinj, Vodnjan, Bale, Fažana, Galižana i Šišan. Jako je ugrožen i može se reći da je pred izumiranjem jer se njime služe uglavnom stariji govornici. Mlađe talijansko stanovništvo ga uglavnom razumije no ne koristi se njime te je Zajednica Talijana Šišan sa svojom aktivnom sekcijom folkloru poduzela mnoge aktivne korake u svrhu očuvanja jezika (sl. 5).



Slika 5. Folklorna sekcija zajednice Talijana Šišan u narodnoj nošnji

(Izvor: Arhiva TZO Ližnjan 19. veljače 2020.)

U njihovoj je organizaciji Festival istriotskoga govora koji podupire Turistička zajednica Općine Ližnjan. Festival istriotskog govora u Šišanu održava se od 2012. krajem mjeseca rujna. Na manifestaciji se održavaju okrugli stolovi na temu istriotskog na kojima sudjeluju lingvisti te predstavnici institucija kao što su Istarska županija i Talijanska unija. Posebnost ove manifestacije je u tome da su uključena djeca i to vrtićke i školske dobi te se na taj način

---

<sup>27</sup> Orlić, I. (2013.): *Istra kroz tri generacije, Između svakodnevne konstrukcije identiteta i turističkog proizvoda*, Etnografski muzej Istre, Pazin, str. 144.

direktno utječe na opstanak dijalekta prenošenjem na mlađe generacije, održavajući didaktičko-jezične radionice. U sklopu manifestacije održavaju se prezentacije i izložbe radova jezičnih radionica, nastup folklorne Zajednice Talijana, kazališne izvedbe i neizostavne degustacije tradicionalne šišanske slastice busoladine.

### 3.5. Mantinjade

Dvoglasje u takozvanoj istarskoj ljestvici rabi se u šišanskim mantinjadama i u pjevanju *alla bugarissa* Bala s istromletačkim tekstovima. Razne su tematike pa tako mogu biti ljubavne, ali i satirične. „Obilježava ih jednostih liričnoga sadržaja. Plod su improvizacije, a najčešće se rimuju. Razvijale su se kroz stoljeća i prenesene su usmeno, uz velike varijacije, s pokoljenja na pokoljenje. Do danas prilično su neistražene. Povremeno se pjevanju pridružuje svirač miha, no to onda prelazi u kategoriju Canti žota le pive.“<sup>28</sup>

### 3.6. Tradicionalni recepti

U Ližnjanu se za Martinju spravlja „kolač“ koji je zapravo posebna vrsta kruha koji se pravi samo za Martinju ili za svadbu (sl. 6). Posebnost kolača je njegov kružni oblik i ukrašavanje gornje strane. S ključem se urezuju spojeni krajevi jedan preko drugoga. Kolač se ne reže nožem već se lomi rukama.



Slika 6. Ližnjanski martinjski „kolač“

(Izvor: <http://glasistre.hr>, 14. veljače 2020.)

Recept za kolač je sljedeći: umiješaju se sastojci, malo masti ili ulja, brašno, voda, kvasac, kora od limuna, a može se dodati i vanilin šećer. Umijesiti tvrde od kruha, oblikovati i staviti peći.

<sup>28</sup> <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/2414/sisanske-mantinjade> (17. veljače 2020.)



Za Martinju se održava i natjecanje u spravljanju „kapuza s ovčetinom“, jela koje se tradicionalno objeđuje za Dan Sv. Martina.

U Šišanu kao posebnost izdvajaju busoladine (sl. 7), kolačiće od krušnog slatkog tijesta koji neodoljivo podsjećaju na bucolaje tipične za područje Istre, no razlikuju se po tome što se ne peku u pećnici već u vrućem ulju.



Slika 7. Šišanski busoladini

(Izvor: <http://www.hrt.hr>, 14. veljače 2020.)

#### 4. MATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA OPĆINE LIŽNJAN

Područje Općine Ližnjan bogato je arheološkim nalazištima te vrijednim materijalnim ostacima. U registru kulturnih dobara Republike Hrvatske, koje je javna knjiga koju vodi Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, upisana su dva kulturna dobra s područja Općine Ližnjan. To su Ostatci 3 brodoloma kraj rta Uljeva, čije je oznaka dobra P-5166, pravnog statusa preventivno zaštićeno kulturno dobro, vrsta nepokretno kulturno dobro – pojedinačno, klasificirano kao arheološka baština i Arheološko nalazište Nezakcij u Valturi s oznakom dobra RRI-342, pravnog statusa zaštićeno kulturno dobro, vrsta nepokretno kulturno dobro – pojedinačno, klasificirano kao arheološka baština. Navedena dobra nisu pod zaštitom UNESCO-a. Nadležni konzervatorski odjel je Konzervatorski odjel u Puli. Uz navedena dobra koja se nalaze u registru, na području Općine Ližnjan nalaze se i ostali lokaliteti kulturne baštine koji su obrađeni u nastavku.

##### 4.1. Spilja Šandalja

„Krška uzvisina San Daniele (u narodu poznata pod nazivom Šandalja) smještena je 4 kilometra sjeveroistočno od centra Pule. U podnožju samog brda, prilikom miniranja u kamenolomu, u svibnju 1961., pronađen je sustav pećina pod nazivom Šandalja koji obuhvaća više fosilnih pećina i šupljina (Šandalja I i Šandalja II). Jedan od najznačajnijih paleolitskih nalaza, pronađenih u Šandalji, svakako je tzv. sjekač koji je izrađen iz potočne valutice (kremena) i mogao bi biti istovremen s najstarijim alatkama različitih europskih nalazišta te predstavlja najstariji trag ljudske djelatnosti na tlu Hrvatske.“<sup>29</sup>



Slika 8. Spilja Šandalja

(Izvor: <https://radio.hrt.hr/ep/historia-histriae/271165/>, 17. veljače 2020.)

<sup>29</sup> Čuka, M. i Komšo, D. (2015.): *Šandalja - San Daniele, od samih početaka do danas*, Arheološki muzej Istre, Pula, str. 1.

## 4.2. Karigadur

Nalazište se nalazi na istoimenoj lokaciji na samoj jugoistočnoj obali. Otkriveno je 2000., dok je sustavno istraživanje pod vodstvom arheologa Darka Komša provedeno u razdoblju od 2005. do 2007. Lokalitet sadrži ostatke iz razdoblja ranog i srednjeg neolitika i bakrenog doba. „Istražena je površina od 52 m<sup>2</sup>, te je ustanovljeno da se nalazište prostiralo na preko 3.000 m<sup>2</sup>, ali je velikim dijelom uništeno erozivnim djelovanjem mora. Prilikom istraživanja zabilježene su brojne strukture kao što su jame, suhozidne konstrukcije, nakupine oblutaka i grobovi. Istraživanjem su prikupljeni brojni arheološki nalazi: ogromne količine keramike, kremen, koštane alatke, životinjske kosti i ostaci biljaka, a posebno treba istaknuti nalaze udica, opsidijana, kulturnih posuda ritona, privjesaka izrađenih od kostiju te morskih školjaka i puževa.“<sup>30</sup>

## 4.3. Nezakcij

U razdoblju 3500. pa do 2100. pr. Kr. na tlu Hrvatske pojavljuju se nove kulture izazvane velikim migracijama koje uništavaju kulture mlađeg kamenog doba. Započinje razdoblje bakrenog doba. Oko 2100. do 750. pr. Kr. dolazi do procvata metalurgije i započinje brončano doba koje obilježavaju nastanak vojničkog staleža i formiranje etničkih ili plemenskih skupina. Bogato nalazište iz razdoblja brončanog i željeznog doba je lokalitet Nezakcij u Istri.

Najstariji nalazi na prostoru Nezakcija datiraju se od 11. st. pr. Kr. do 3. st. pr. Kr. Nezakcij je bio nastanjen prije pojave Histra i to kroz cijelo brončano doba, od kada potječu tragovi gradinskog naselja. Prapovijesna nekropola sa 114 grobova pronađena je uz zapadni dio bedema. Gradina se nalazila u dnu brežuljka i bila je okružena zidinama.

Točan izgled prapovijesnog naselja nije poznat. Vrijedni nalazi kao što su ukrašene žare iz grobova, koštani konjić s konjanikom (sl. 9), kameni spomenici poput ukrašenih ploča s uklesanim spiralama, „S“ motivom i sl., skulpture nagog konjanika, dojilje, žene koja rađa, žrtvenici i nagi dijelovi tijela mladića, dokaz su visokog razvoja kulture i važnosti Histra.

---

<sup>30</sup> Komšo, D. (2017.): Blago iz dubina. *Spondylus gaederopus* – najdragocjeniji nakit neolitičke Europe, Arheološki muzej Istre, Pula, str. 12.





Slika 9. Koštani konjić s jahačem, Nezakcij

(izvor: <http://istra.lzmk.hr>, 17. veljače 2020.)

#### 4.4. Ostaci brodoloma kraj rta Uljeva

U registru kulturnih dobara uz arheološki park Nezakcij nalazi se i hidro arheološki lokalitet Ostaci tri brodoloma kraj rta Uljeva (sl. 10). To su jedina dva kulturna dobra upisana u registar kulturnih dobara. „Najuočljiviji brodolom je Uljeva A jer su na njemu sačuvani vrlo brojni ostatci trbuha masivnih ranorimskih amfora. Gotovo dvjestotinjak metara od njega nalazi se brodolom Uljeva B koji se površinski prepoznaje samo po manjim ulomcima crvenih amfora i keramike u škrapama. Novovjekovni brodolom Uljeva C prepoznaje se po brojnim opekama rasutim na dnu, dok se na Uljevi D, smještenom tristotinjak metara dalje, na morskom dnu uočavaju brojne tegule“.<sup>31</sup>



Slika 10. Ostaci brodoloma kraj rta Uljeva

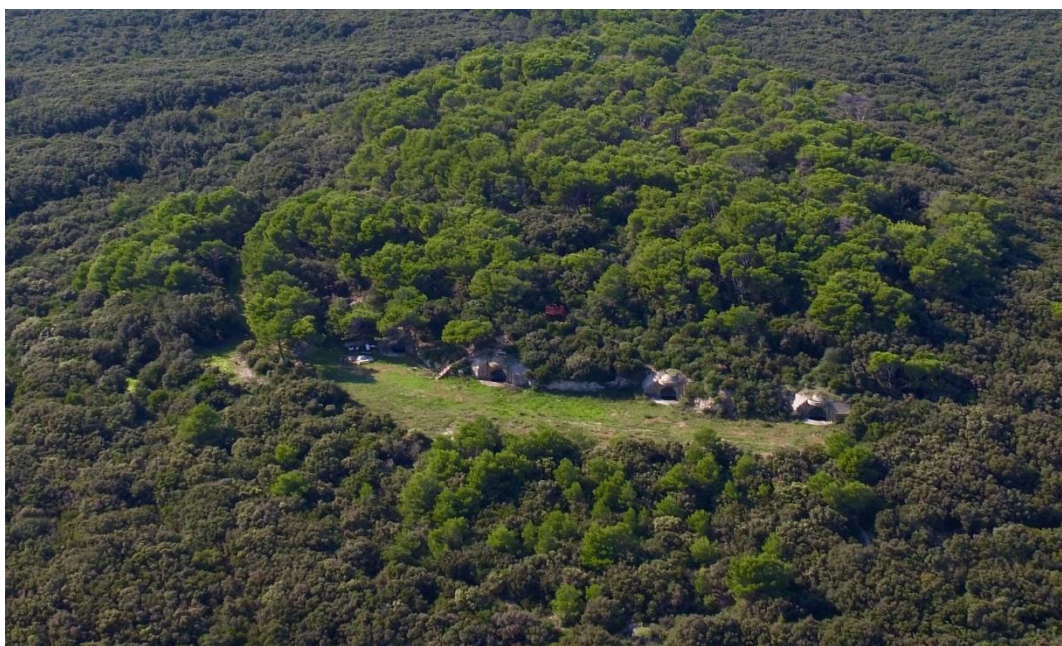
(Izvor: <http://icua.hr>, 18. veljače 2020.)

<sup>31</sup> Bekić, L. (2015.): Brodolomi kod rta Uljeva blizu Ližnjana, *Archaeologia Adriatica*, 9 (1), str. 169.

#### 4.5. Utvrda Monte Madonna

Vojna baza izgrađena je ispod istoimenog brda koje se nalazi na području mjesta Šišan koje spada u Općinu Ližnjan. Funkcija Monte Madonne bila je zaštita Kvarnerskog zaljeva, tako da je nazivaju još i "Čuvaricom Kvarnera".

Početak Prvog svjetskog rata, točnije 1915., započinje „izgradnja“ s topovima od 310 mm. Zadatak je bio osiguravati glavnu ratnu luku Pula i kontrolirati Kvarner. Najviša kota nalazi se na 88 m nadmorske visine, dok se vojna baza nalazi na 30 m ispod površine brda. S odlaskom Austro-Ugarske, nakon 1918. objektom se koriste redom talijanska, njemačka, jugoslavenska i hrvatska vojska. Za vrijeme korištenja JNA gradi se podzemni objekt u kojemu se nalazila spavaonica za 24 vojnika, reflektorska stanica koja je pokrivala pola Kvarnerskog zaljeva, 4 topničke bitnice (sl. 11), računalno komandni odjel, ambulanta, komandni bunker i osmatračnica na 20 metara visine do koje vode uske, spiralne stepenice.



Slika 11. Topnička bitnica

( Izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 18. veljače 2020. )

Pogled s osmatračnice seže do Velebita, Senja, Cresa, Lošinj i čak do Unija (sl. 12).



Slika 12. Pogled s osmatračnice

( Izvor: izradila autorica, 18. veljače, 2020.)

Monte Madonna je danas jedan od rijetkih primjera očuvanih fortifikacija za razliku od drugih koje su obrasle korovom i smokvama čiji korijeni doslovno razbijaju utvrde. Razlog njezinog očuvanja je taj što od 2002. odobrenjem Ministarstva obrane, Članovi Nacionalne udruge za fortifikacije Pula (NUF) održavaju kompleks uz podršku JLS, Turističke zajednice i volontera.

Podzemni objekt izgrađen je 1950-ih i 1960-ih godina u jeku hladnoratovske ere kao zaštitni atomsko nuklearni podzemni fortifikacijski objekt. Podijeljen je na dvije zone - zonu 1 i zonu 2. Zona 2 je bila vidljiva javnosti, a zona 1 je 50-ak godina bila najstrože čuvana vojna tajna. Zgradu za stanovanje okruženu borovima i travnjakom, u kojoj su nekada boravili vojnici, 1990-ih godina obnovila je Hrvatska vojska, kada su postavili centralno grijanje. Na velikoj livadi okruženoj šumom nalazi se veliki hangar koji ima jedinstvenu krovnu konstrukciju po uzoru na pčelinje saće napravljenog po uzoru na američke objekte (sl. 13).





Slika 13. Hangar na Svetici

( Izvor: <http://glasistre.hr>, 19. veljače 2020.)

Na području Zone 2 nalazi se već spomenuta zgrada za boravak vojnika, malo nogometno igralište, košarkaško igralište i hangar koji su jedini objekti izgrađeni iznad zemljine površine i vidljivi. U gustom borovoj šumi nalazi se ulaz u prostor zone 1 koju su čuvali „mrtvom stražom“. Do podzemne utvrde Svetica koja je izgrađena od posebnog betona s umiješanim kremenim kamenom koji je otporan na eksplozije, dolazi se šumskim puteljkom na kojem se nalaze dobro skriveni rovovi, bunker i punktovi za telekomunikaciju. Svi ti punktovi su i danas u dobrom stanju. Ulazi u Sveticu, kojih je ukupno šest, zatvoreni su skrivenim vratima koja su neprobojna, tj. blindirana. Tuneli koji se nalaze u unutrašnjosti Svetice dugi su 500 metara. U tunelima je uvijek svjež i ugodan zrak jer ventilacijski sustav i danas radi. Temperatura je tijekom čitave godine između 12 i 15°C.

#### **4.6. Sakralni objekti**

##### Crkva sv. Marina b.

Župna crkva Svetog Martina trobrodna je građevina neoromaničkog stila (sl. 14). Nalazi se u staroj jezgri Ližnjana. Sagrađena je 1879. na mjestu manje crkve koja je srušena dvije godine prije početka gradnje današnje velike crkve. U crkvi se nalazi vrijedan inventar. Na glavnom oltaru nalazi se drveni kip sv. Martina.



Slika 14. Glavni oltar u župnoj crkvi sv. Martina b.

(izvor: izradila autorica, 19. veljače 2020.)

Uz glavni oltar postoji još četiri oltara, svi su kameni i imaju povišeno svetište. Zvonik crkve je visok 30 metara (sl. 14) .



Slika 15. Zvonik župne crkve sv. Martina b.

(izvor: izradila autorica, 19. veljače 2020.)

### Crkva Majke Božje od Kuj, Ližnjan

Nalazi se u uvali Kuje, izgrađena u 18. stoljeću na temeljima kasnoantičke vile. „Mjesto na kojemu se nalazi barokna crkvice Sv. Marije – Gospe od Kuj, najznačajniji je antički lokalitet

i graditeljski spomenik u užoj okolici Ližnjana.<sup>32</sup> U crkvi Majke Božje od Kuj ugrađen je stakleni pod koji prekriva mozaik iz kasnoantičke *vile rustice* (sl. 16).



Slika 16. Podni mozaik

(Izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

„Sadašnji izgled crkve tipičnih je odlika jednostavne barokne arhitekture. Ovaj ustaljeni tip crkvene gradnje, kao i većina ruralnih crkvice u Istri i općenito uzduž naše obale, u duhu je

---

<sup>32</sup> Buršić Matijašić, K. (1997.): Iz najranije prošlosti Ližnjana i okolice, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 17.



provincijalnih mogućnosti i shvaćanja toga vremena. Nepravilnog je pravokutnog tlocrta, s plitkom nepravilnom pravokutnom apsidom, koja je ujedno i sakristija.“<sup>33</sup>

#### Crkva Majke Božje od Milosti, Ližnjan

Crkva se nalazi na glavnom raskršću sela (sl. 17). Sagrađena je početkom 18. stoljeća.



Slika 17. Crkva Majke Božje od Milosti na Muntu

(Izvor: izradila autorica, 19. veljače 2020.)

U crkvi se nalazi kameni oltar. Nekada je oltar imao drveni kip Majke Božje. Na pročelju se nalazi mali zvonik sa zvonom. Crkva je zatvorena, u njoj se ne održavaju obredi, no povremeno se tijekom glavne sezone otvara za potrebe postavljanja izložbi slika lokalnih slikara.

#### Crkva sv. Feliksa i Fortunata, Šišan

U mjestu Šišan nalazi se crkva sv. Feliksa i Fortunata izgrađena u 16. stoljeću, točnije 1528. „Crkva ima pet kameno-mramornih oltara koji su ukrašeni kipovima raznih svetaca.“<sup>34</sup> (sl. 18).

<sup>33</sup> Krnjak, O. (1997.): Grobni prilozi iz crkvice Majke Božje od Kuj kod Ližnjana, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 72.

<sup>34</sup> Vojnić, Lj. (1997.): Valorizacija prirodnih i drugih uvjeta Općine Ližnjan kao osnova za razvitak turizma, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 227.



Slika 18. Unutrašnjost crkve sv. Feliksa i Fortunata

(Izvor: izradila autorica, 19. veljače 2020.)

### Crkva sv. Trojstva, Šišan

Izgrađena je 1450. Na vanjskim zidovima crkve nalaze se uklesani križevi (sl. 19). „Na pročelju crkve je preslica. Na posvetnom križu nalaze se glagoljski grafiti.“<sup>35</sup>



Slika 19. Crkva sv. Trojstva, Šišan

(Izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

---

<sup>35</sup> Na i. mj.



### Crkva sv. Jeronima, Muntić

U selu Muntiću stoji crkva sv. Jeronima iz razdoblja 14. – 15. stoljeća, a možda je i starija no nije se detaljno istraživala (sl. 20).



Slika 20. Crkva sv. Jeronima, Muntić

(Izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

### Crkva sv. Ivana Apostola, Valtura

U Valturi se nalazi crkva Sv. Ivana Apostola iz 19. stoljeća (sl. 21). „Crkva ima vrlo vrijedan inventar svetište, sakristiju, tri mramorna oltara, krstionicu od bakra i vrijednu staru ispovjedaonicu. 28 metara visok zvonik karakterističnog je osmerokutnog oblika“<sup>36</sup>.



Slika 21. Crkva sv. Ivana Apostola u Valturi

(Izvor: <http://www.pula-online.com>, 19. veljače 2020.)

---

<sup>36</sup> Bertoša, S. (2007.): Osnutak sela Valture (1648.), *Istarska Danica* 2008., str. 100.

## Crkva sv. Marije, Kostanjica

Srednjovjekovna crkva (sl. 22), nalazi se u blizini Valture, smještena pored lokve među poljima.



Slika 22. Crkva sv. Marije, Kostanjica

(Izvor: arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan, 19. veljače 2020.)

Kostanjica je bila značajno selo Puljštine sve do napuštanja zbog kuge krajem 16. stoljeća. Uz Kostanjicu se veže i legenda o sv. Germanu, točnije smatra se da je upravo ispred te crkvice pogubljen nakon presude u puljskom amfiteatru. „Od sela je preživjela samo crkvice Sv. Marije, na kojoj je ugrađen jedan gotički natpis iz XIV. stoljeća, a u njezinoj su okolici bila pronađena barem dva antička nadgrobna natpisa, koji su danas u Muzeju u Puli.“<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Buršić Matijašić, K. (1997.): Iz najranije prošlosti Ližnjana i okolice, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 21.

## 5. PRIJEDLOG RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA NA PRIMJERU OPĆINE LIŽNJAN

Turistički proizvod možemo stvoriti ili bolje rečeno kreirati iz gotovo svih resursa, tako i svaka znamenitost prema Valčić ima potencijal postati kulturnobaštinska znamenitost kroz pet koraka u transformacijskom procesu. Prvi korak je odabir kulturno baštinske znamenitosti s ciljem razvoja intrinzičnih vrijednosti resursa. Drugi korak je prezentacija mjesta i interpretacija kulturne baštine s ciljem prezentiranja i predstavljanja javnosti značenja i važnosti mjesta. Treći korak odnosi se na oživljavanje znamenitosti dodavanjem nove vrijednosti s ciljem utvrđivanja može li atrakcija dosegnuti dostatnu razinu posjeta s osiguranjem održivosti. Četvrti korak je razvoj turističkog smještaja, dodatnih usluga i infrastrukture s ciljem poboljšanja pristupa i potrošnje odredišnoga kulturnoga turističkog proizvoda i peti korak koji se odnosi na razvoj turističkog kulturalnog baštinskog proizvoda s ciljem standardizacije proizvoda za turističku potrošnju. Završni postupak je krajnji proizvod transformacijskog postupka s ciljem poboljšanja novih kulturnih doživljaja dobivenih iz neformalno naučenih spoznaja o provođenju slobodnog vremena, osiguranje zaštite, popularnosti i održivosti svih sljedećih ulaganja u profitabilnost razvoja mjesta.

„Razvoj turizma duboko je ukorijenjen u lokalnu zajednicu. Lokalna zajednica je istovremeno fizički prostor na kojemu se turizam „događa“; ona je resurs na kojemu se gradi i razvija, a istovremeno je u svojoj suštini i proizvod koji se nudi na tržištu. Stoga je svaka lokalna zajednica na svijetu specifičan i neponovljiv turistički proizvod. Pri tome treba posebno istaknuti da ljudi koji žive u lokalnoj zajednici čine zapravo osnovni „sastojak“ tog proizvoda; oni su ti koji svojom kulturom u najširem smislu riječi, svojim znanjem, susretljivošću i gostoljubivošću te mnogim drugim obilježjima, daju destinaciji specifična razlikovna obilježja, odnosno identitet.“<sup>38</sup>

Proizvod predstavlja sve ono što se nekome može ponuditi da zadovolji određene potrebe ili želje. Iako riječ proizvod uglavnom asocira na neki konkretni fizički predmet, kod institucija i pojedinaca koji djeluju u području kulture i umjetnosti ovaj pojam u pravilu obuhvaća i usluge, kao i različite kombinacije opipljivih i neopipljivih elemenata koje je često nemoguće promatrati kao odvojene cjeline. U širem smislu, proizvod se može sastojati i od usluge.

---

<sup>38</sup> Petrić, L. (2011.): *Upravljanje turističkom destinacijom. Načela i praksa*; Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 195.

Razmišljajući o proizvodu, potrebno ga je promatrati sa stajališta potrošača, a ne ponude. Drugim riječima “definicija proizvoda se donosi na razini psihologije potrošača i ovisna je o selektivnosti opažanja, percipiranju, pamćenju, spoznajnim procesima, stavovima i ostalim psihičkim procesima.”<sup>39</sup>

„Destinacijska menadžment organizacija može poticati pripadnike lokalne zajednice na sudjelovanje u procesu upravljanja na različite načine, i to kako slijedi:

- Organizacijom edukativnih radionica, seminara i sl., za poduzetnike i lokalnu zajednicu, kako bi se osnažili za razvoj turizma i novih proizvoda;
- Poticanjem lokalne svijesti o vlastitim vrijednostima i resursima za razvoj turizma;
- Poticanjem razvoja mrežnih partnerstava (*networka, klastera*), kako bi lokalni *stakeholderi* bili maksimalno uključeni u razvoj turističke ponude;
- Pokretanjem zajedničkih akcija, ideja i inicijativa za kreiranje lokalnih proizvoda te davanje podrške u njihovom marketingu;
- Poticanjem prodaje lokalnih proizvoda i suvenira u info centrima te poticanjem njihove distribucije kroz turistička poduzeća;
- Poticanjem touroperatora da budu inovativni u stvaranju itinerara koji će uključivati lokalne atrakcije.”<sup>40</sup>

Turistički proizvod ima tri ključne komponente, a to su iskustvena poput različitih događanja, manifestacija i sl., zatim emotivna komponenta koju čine ljudi i fizička komponentna koja se odnosi na infrastrukturu, prirodne resurse, ponudu u destinaciji poput smještajnih objekata, ugostiteljskih objekata, ponudu koja omogućava boravak i konzumaciju atrakcija.

### **5.1. Swot analiza kulturne baštine Općine Ližnjan**

„Kulturne je resurse potrebno, prije nego što ih se kao ponudu plasira na turističko tržište, oblikovati za to. Oni se zatim kao ponuda u turizmu prezentiraju na dva načina:

- društveno aktivnim kulturnim aktivnostima (obilazak i sudjelovanje u razgledanju povijesnih područja, gradova, muzeja, kazališta i sl.; tek u ovoj fazi, u fazi društvene

---

<sup>39</sup> Meler, M. (2006.): *Marketing u kulturi*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, str. 169.

<sup>40</sup> Petrić, L. (2011.): *Upravljanje turističkom destinacijom. Načela i praksa*; Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 198.

reprodukcije, društvo, zajednice, regije, gradovi, počinju se nazivati i klasificirati prema znamenitostima

- mehanički, a to znači stvaranje i proizvodnju kataloga, brošura (prezentacije, film, video, Internet, web).<sup>41</sup>

Swot analiza je potrebna kako bi se sagledala realna situacija, tj. mogućnosti razvoja proizvoda temeljenih na kulturnoj baštini (tab.1). Osim što nam daje uvid u stanje na terenu, pruža nam sliku mogućnosti razvoja i budućeg razvoja te usmjerava na koji način djelovati.

Tablica 1 Swot analiza

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>SNAGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• očuvan prirodni okoliš</li> <li>• zračna luka u općini</li> <li>• vrijedna zbirka u dobrom stanju i dostupna za razgled (Nezakcij i sakralni objekti)</li> <li>• raznolikost materijalne i nematerijalne baštine</li> </ul>                                         | <p><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• blizina Pule kao atraktivne turističke destinacije uvođenje novih sadržaja,</li> <li>• otvorenost prema novim tehnologijama i znanjima,</li> <li>• trend porasta potražnje za proizvodima kulturnog turizma</li> <li>• porast niskotarifnih avio prijevoznika</li> </ul> |
| <p><b>SLABOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• visoki troškovi arheoloških istraživanja nedostatak infrastrukture</li> <li>• neuređena cesta koja vodi do lokaliteta, udaljenost lokaliteta</li> <li>• nepostojanje DMK</li> <li>• DMO nije dovoljno involvirana u proces donošenja razvojnih odluka</li> </ul> | <p><b>PRIJETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatak radne snage</li> <li>• rast troškova poslovanja</li> <li>• nedostatak izvora financiranja</li> <li>• veliki troškovi adaptacije prostora i konzervacije spomenika</li> </ul>                                                                                |

Izvor: izradila autorica

Evidentno je da su vrijedne zbirke te raznolikost materijalne i nematerijalne baštine te očuvan prirodni okoliš snaga te da se utjecajem na slabosti poput neuređene ceste uz pomoć JLS može utjecati na dostupnost, ali da je vrlo teško utjecati na poticanje poslovanja DMK koji još nisu prepoznali mogućnost ostvarivanja prihoda kroz turističke proizvode kulturnog turizma. Prilike poput niskotarifnih prijevoznika su svakako odlična pogodnost, no potrebno je stvoriti motive dolaska koji su i ako se uspiju stvoriti, daleko od idealnih uvjeta jer je sve više izražen nedostatak radne snage i porast troškova poslovanja. Gledajući ovu analizu može se zaključiti kako je vrlo teško stvoriti idealne uvjete, no ne smije se obeshrabriti već je potrebno uključiti domicilno stanovništvo koje njeguje tradiciju, poput folklornog društva, zborova, škola i vrtića koji će svojim doprinosom kroz sudjelovanje u programima potaknuti ostale mještane da počinju razmišljati kako je turizam u kontroliranim uvjetima s doprinosom svakoga u lancu,

<sup>41</sup> Valčić, M. (2018.): *Turizam i kultura*, Naklada Jurčić, Zagreb, str. 122.

nešto što može očuvati tradiciju i izdignuti identitet, a ne da je nužno teret na zajednicu i remećenje nostalgичnog, mirnog načina života jer „kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja.“<sup>42</sup>

## 5.2. Prijedlozi proizvoda kulturnog turizma

Nakon što se sagleda stanje na terenu i dokumentiraju raspoloživi resursi, slijedi kreiranje proizvoda i dodjela novih uloga objektima kulturne baštine, poštujući pritom mogućnosti, usklađenost sa strateškim planovima ukoliko oni postoje te je potrebno obratiti pažnju i na konkurenciju kod koje vrlo često možemo vidjeti primjere dobre prakse, kao i primjere u kojem smjeru nije dobro krenuti, pri čemu trebamo pratiti faze životnog ciklusa proizvoda (tab. 2). „Iako kulturne zanimljivosti tvore dio turizma destinacije, nemaju sve kulturne zanimljivosti jednak potencijal. Kulturna mjesta s turističkim potencijalom dijele mnoge zajedničke karakteristike; zanimljiva su i jedinstvena, mogu prihvatiti posjete i dostupna su. Najvažnije je to da daju turistima neodoljiv razlog za posjet.“<sup>43</sup>

Tablica 2. Faze životnog ciklusa proizvoda u kulturi i turizmu

| Tržište – učinci i odgovori         | Faze u životnom ciklusu proizvoda                                                      |                                                                                 |                                                                        |                                                       |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                     | uvodjenje                                                                              | rast                                                                            | zrelost                                                                | pad                                                   |
| <b>Konkurencija</b>                 | Nema važnosti                                                                          | slaba                                                                           | Velika, za mali dio tržišta                                            | Nekoliko, uz ubrzano opadanje                         |
| <b>Generalna strategija</b>         | Uvjeriti potencijalne korisnike da kušaju proizvod                                     | Uvjeriti masovno tržište da preferira proizvod                                  | Obrana tržišne pozicije; provjera konkurenata                          | Pripreme za povlačenje                                |
| <b>Profiti</b>                      | zanemarivi zbog visokih troškova proizvodnje i marketinga                              | dosegnut vrhunac zbog visokih cijena i rastuće potražnje                        | povećana konkurencija dijeli profit                                    | povećavaju se troškovi do razine eliminiranja profita |
| <b>Cijene</b>                       | visoke, da bi pokrile troškove lansiranja                                              | visoke, da bi imale koristi od snažne potražnje                                 | ono što podnosi tržište – izbjegavati rat cijena                       | dovoljno niske da dozvole brzu eliminaciju            |
| <b>Distribucija</b>                 | selektivna                                                                             | intenzivna                                                                      | intenzivna                                                             | selektivna                                            |
| <b>Marketing</b>                    | jak marketing da bi se stvorilo zanimanje među prvim korisnicima i uvjerali posrednici | srednji, učiniti masovno tržište svjesnim i koristiti marketing od usta do usta | srednji, oglašavanje kao sredstvo diferencijacije između srodnih marki | naglasak na nisku cijenu, minimalni izdaci            |
| <b>Prodaja i troškovi promocije</b> | visoki, da bi se doprlo do ciljnih grupa                                               | srednji, da bi se stvorila naklonost prema proizvodu                            | visoki, da bi se potaknula prodaja i stvorilo stalne kupce             | minimalni                                             |

izvor: ur. Golja, T.: 2017., *Odabrane teme suvremenog menadžmenta u kulturi i turizmu*,

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 127.

<sup>42</sup> Rudan, E. (2012.): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, *Tranzicija*, Vol. 14, No. 29, str. 60.

<sup>43</sup> Valčić, M. (2018.): *Turizam i kultura*, Naklada Jurčić, Zagreb, str. 122.

Nekoliko je opcija prilikom razvoja kulturnog turizma, a koje je opisala Tomljenović. Izgradnja kulturnih atrakcija, što je iznimno popularno u urbanim centrima i glavnim gradovima (npr. Guggenheim u Bilbaou), zatim kulturna događanja koja se održavaju u statičnim kulturnim resursima, kao treća opcija stvaranje kulturnih četvrti ili tematskih cjelina (npr. Temple Bar u Dublinu), tako navodi kreiranje tematskih itinerara, grupiranje kulturno-turističkih atrakcija i pakiranje kompatibilnih proizvoda (npr. festivali i radionice). Tomljenović pristupa kroz stvaranje potpuno novih atrakcija i kreiranje proizvoda i usluga u već postojećim objektima koji se pretvaraju u tematske cjeline, gdje je izražena komodifikacija, što je vrlo teško izbjeći prilikom preobrazbe kulturnih resursa ili, kako je navedeno, dodjele novih uloga. „McKercher i Du Cros (2002.) predlažu osam najučinkovitijih načina preobrazbe kulturnobaštinskih resursa:

- mitologizacija resursa,
- izgradnja priče oko resursa,
- isticanje različitosti,
- pokazivanje izravne poveznice između prošlosti i sadašnjosti,
- učiniti ih pobjedonosnim,
- učiniti ih spektakularnim,
- učiniti ih fantastičnim i
- učiniti ih laganim i zabavnim.“<sup>44</sup>

U procesu stvaranja ponude temeljene na kulturno baštinskom resursu i dodjele novih uloga objektima kulturne baštine, neophodno je konzultirati lokalno stanovništvo, uključiti ih u proces od samog početka. Lokalno stanovništvo je najveći kritičar i ukoliko promjena prođe reviziju lokalnog stanovništva, zasigurno će biti promotori proizvoda ili usluge i prihvatiti je kao dio svojeg identiteta te ga nuditi svojim gostima i pričati o proizvodu, usluzi ili tradiciji koja se provlači ili je nositelj. „Domicilno stanovništvo i izletnici često su najbrojniji posjetitelji kulturnih privlačnosti i često se ponovo vraćaju. Lokalna potražnja proizlazi iz slobodnog vremena stanovništva, što utječe na stvaranje privlačnosti koje mogu postati temelj za razvoj turizma.“<sup>45</sup>

U nastavku slijede prijedlozi proizvoda temeljenih na kulturno baštinskim resursima Općine Ližnjan.

---

<sup>44</sup> Isto, str. 196.

<sup>45</sup> Pančić Kombol, T. (2006.): Kulturno nasljeđe i turizam, *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, Varaždin, str. 213.

## Monte Madonna

Kao osnova za provedbu aktivnosti vezala bi se uz Strategiju razvoja turizma RH, Strateški marketing plan razvoja turizma RH i Akcijski plan razvoja kulturnog turizma jer valorizacija objekta Svetica može se provlačiti kroz kulturni turizam, točnije kroz turizam posebnih interesa. Činjenica je da program mora biti u trendu, a kako je turističko tržište podijeljeno na veliki broj niša, pravilnim i temeljitim definiranjem samoga projekta i identifikacijom nositelja možemo pristupiti projektu valorizacije. Monte Madonna se može vezati uz turizam posebnih interesa koji je vezan uz struku, hobi, posebne interese. Ono što je prednost kod ovakvog oblika to je da manje cjenovno elastično, što znači da mi naš proizvod možemo cjenovno više rangirati, tj. kolokvijalno rečeno, dobro naplatiti.

Monte Madonna i okolno područje koje osim fortifikacije uključuje pripadajuće objekte zgrada s uredskim prostorima, spavaonicama, sanitarnim čvorom i kuhinjom te hangar i zelena površina idealni su za valorizaciju u turističke svrhe. Zelena površina omogućava postavljanje kampa. Zbog velike površine kamp bi mogao biti tematski podijeljen, jedan dio kampa mogao bi biti *glamping* (sl. 23).



Slika 23. „Glamping“ šator

( Izvor: <https://www.luxetenten.com>, 18. veljače 2020.)

Drugi dio kampa koji bi se nalazio udaljen od *glamping* dijela bili bi obični vojni šatori za potrebe organiziranih grupa koje dolaze iskusiti vojne treninge, tj. obuku (sl. 24).





Slika 24. Vojni šator

( Izvor: <http://venatio.hr>, 18. veljače 2020.)

Na taj način pokriva se više niša i tematski aranžmani imaju veliki broj mogućnosti prilagodbe ljubiteljima vojnog načina života, koji će platiti aranžman u kojemu će ih buditi svako jutro u 5 sati, biti će odjeveni u vojnu odjeću i raditi na fizičkoj spremi, a svoje slobodno vrijeme provoditi na *paintballu*, dok će s druge strane postojati luksuzniji dio gdje će boraviti gosti koji se ne žele odreći svoje udobnosti, ali žele iskusiti nešto novo samim time što borave na ovom području i kroz tuđe direktno iskustvo mogu osjetiti taj dašak vojnog života.

Pripadajuća zgrada sadržavala bi recepciju, uredske prostore, restoran, bar i potrebne sadržaje za kamp. Postavljanje vlastitih šatora ne bi bilo moguće. Hangar bi se uredio i osposobio kao multimedijalni centar u kojem bi se održavale razne radionice, koncerti, izložbe i kulturni događaji.

Sama fortifikacija bi se uredila do te mjere da bude osposobljena kao nekada te da se pojedinci mogu okušati u slanju poruka putem centrale ili spavati u spavaonicama za vojnike u samoj fortifikaciji. Uredila bi se osmatračnica koja bi se stavila u svoju prvotnu funkciju. Kako bi se lokalno stanovništvo uključilo, djelatnici zaposleni u kompleksu bili bi iz lokalne zajednice, no prije svega jedinica lokalne samouprave i lokalno stanovništvo bili bi uključeni u preliminarnu fazu izrade projekta jer neophodno je kreirati proizvod kojim možemo upravljati u svakoj mogućoj mjeri jer jedino tako u prodajnoj mreži možemo upravljati očekivanjima kupaca. Lokalno stanovništvo može se uključiti i kroz prodaju proizvoda s dodanom vrijednošću u privatnim kapacitetima tematski bliskim ponudi na Monte Madonni.

## Interpretacija baštine

„U segmentu zaštite kulturno-povijesne baštine, ali i njene prezentacije vrlo je važna edukacija stanovništva o značenju kulturno-povijesne baštine. Interpretacija i edukacija o novim znanstvenim saznanjima može pridonijeti da stanovništvo shvati važnost lokaliteta, običaja i sl., ali i ujedno unaprijedi turističku ponudu.“<sup>46</sup> Sukladno tome, Turistička zajednica Općine Ližnjan organizirala je u ožujku 2019. tečaj za interpreatore baštine nakon kojega su polaznici dobili certifikat te su kreirali zanimljive rute, između ostalog i za mjesta Općine Ližnjan. Tijekom tečaja polaznici su se dotaknuli neosobnih sredstava interpretacije te su naučili i kako prepoznati i prilagoditi se posebnim skupinama posjetitelja.

Interpretativno vođenje podiže kvalitetu vođenja, stvara uspomene i pruža nova iskustva i doživlja posjetiteljima. Čari interpretacije jesu međugeneracijski dijalog, povezivanje s obrazovnim institucijama te cjeloživotno učenje i mogućnost implementacije interpretacije u već gotove proizvode s ciljem podizanja kvalitete. „U odvijanju života u turističkoj destinaciji prisutnost turista može izazvati pozitivne utjecaje (npr. budi se ponos o vlastitoj prošlosti, tradiciji, zadovoljstvo napretkom mjesta, stanovništva, podizanje samopouzdanja itd.) i negativne po stanovnike (npr. osjećaj zauzimanja vlastitog prostora, netrpeljivost prema turistima u vlastitom okruženju, prema prometnoj gužvi i buci koja nastaje stalnim turističkim kretanjima itd.).“<sup>47</sup> Interpretacija ističe pozitivne utjecaje jer na neki način potiče lokalno stanovništvo da aktivno prenosi svoju tradiciju interpretatorima koji uz pomoć lokalnog stanovništva kreiraju rute i proizvode koji uključuju interpretaciju. Prijedlog za područje Općine Ližnjan jesu kostimirane interpretacijske šetnje za mjesto Šišan koje će uključiti razgledavanje Šišana uz pričanje legendi i mitova s dolaskom u interpretacijski centar „Šišanska hiža“, u kojem će sudionici pripremati busoladine i učiti pjevati mantinjade.

Sljedeći prijedlog interpretacijske šetnje je „Od zvonika do zvonika“ koji bi sadržavao razgledavanje sakralnih objekata na dva kotača, točnije na biciklu. Interpretacija bi krenula ispred župne crkve sv. Martina u Ližnjanu, gdje bi se razgledala crkva te bi se nakon nje razgledala crkva na Muntu, nakon čega bi se uputili u Šišan na razgledavanje crkve sv. Trojstva i crkve sv. Feliksa i Fortunata, vožnja bi se nastavila kružno uz obalu prema crkvi Majke Božje od Kuj, gdje je krajnja točka interpretacijske vožnje. Uz sakralne objekte sudionici direktno

---

<sup>46</sup>Rudan, E. (2012.): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, *Tranzicija*, Vol. 14, No. 29, str. 63.

<sup>47</sup>Isto, str. 60.

uživaju u aktivnostima na otvorenom, upoznaju se s biciklističkim stazama i plažama jer staza većim dijelom vozi uz samu obalu i makadamom kroz šumu.

### Martinska kulturna ruta

Ližnjan je upisan na kartu kulturnog itinerara „Sveti Martin Europljanin, simbol dijeljenja, zajednička vrijednost“ 2015. simboličnim postavljanjem stope koja označava kretanje, dijeljenje i zajedništvo, a rad je kipara Michela Audiarda (sl. 25).



Slika 25. Stopa sv. Martina

(Izvor: <https://lokalni.vecernji.hr>, 18. veljače 2020.)

Po cijeloj Europi postavljeno je blizu 200 stopa, dok ih je u Hrvatskoj osamnaest, a mjesta postavljanja vezana su uz kulturne spomenike posvećene sv. Martinu ili one koji su povezani s njim. Jedan od ciljeva projekta je kreiranje martinskog itinerara u Hrvatskoj, putem kojega bi se priključili mreži europskih martinskih kulturnih itinerara. Posebnost projekta je održivi razvoj i interdisciplinarno djelovanje. Nositelj projekta je Kulturni centar sv. Martin – Hrvatska koji je kao dio mreže europskih kulturnih centara sv. Martin osnovan 2006. Zajedničko sjedište svih centara je u Francuskoj u Toursu, gdje je Martin bio biskup. Kao svojevrsna kruna rada centra je ocjena Vijeća Europe i europskog instituta kulturnih itinerara da je proglašen velikim europskim kulturnim itinererom upravo kulturni itinerar „Sveti Martin Europljanin, simbol dijeljenja, zajednička vrijednost“. Kulturna ruta se odnosi na razdoblja iz života, kulta ili folklora sveca. Ruta obuhvaća više od 5000 km diljem deset europskih zemalja. Naziv rute je Via Sancti Martini. Ruta povezuje mjesto Martinovog rođenja Szombathely u Mađarskoj s mjestom njegovog groba, Toursom u Francuskoj. Ruta ide preko Italije i to Pavije, mjesta gdje

je odrastao, povezana je s Wormsom u Njemačkoj, gdje je bio biskup i gdje je napustio rimsku vojsku te povezuje Trier, gdje je upoznao rimskog cara. Ruta povezuje i veliki broj nalazišta kulturne baštine na putu kroz Austriju i Slovačku, a rute vode i do Utrechta u Nizozemskoj ili do Zaragoze u Španjolskoj. „Kulturne rute moraju prelaziti više od jedne zemlje ili regije i biti organizirane oko tema čiji su kulturni, umjetnički i društveni interesi očito europski. Tri su osnovna cilja tog projekta:

- učiniti europski kulturni identitet bjelodanim i dostojnijim, a europsku javnost suočiti s kulturnim identitetom koji zajednički dijele,
- očuvati i unapređivati europsko kulturno nasljeđe kao sredstvo poboljšanja svakodnevnog života i kao izvor društvenog, ekonomskog i kulturnog razvitka,
- opskrbljivati javnost novim prostorima za ispunjenje njihova slobodnog vremena određivanjem posebnog mjesta kulturnog turizma.“<sup>48</sup>

Martinski kulturni itinerar ima sve preduvjete poput materijalne baštine u obliku preko 200 svetišta, što uključuje ruševine, kapele, poklonce, 44 župne crkve, zatim kipove, slike, freske i nematerijalnu baštinu u obliku nazivlja – toponime, običaje koji se odnose na vino, slastice, glazbu, što se odnosi na kolende i književnost, liturgijsku i pučku. Potrebno je za početak povezati mjesta u Istri koja imaju za zaštitnika sv. Martina (Ližnjan, Sv. Lovreč, Vrsar, Beram, Tar, Momjan, Sv. Martin, Vodice, Dolenja Vas) te nakon toga povezati mjesta unutar čitave Hrvatske te se spojiti najbližim poveznicama na Europsku kulturnu rutu. Na taj način kreirala bi se istarska martinska kulturna ruta, hrvatska martinska kulturna ruta i bila bi spojena na europsku kulturnu rutu. Ruta u Istri povezala bi mjesta te toponime koji se nalaze na putovima između mjesta. Ruta bi bila osmišljena poput Camino de Santiago te bi u njezinu realizaciju trebali biti uključeni županijska turistička zajednica koja bi koordinirala signalizaciju pješačkih staza te ugostiteljski objekti koji bi svoju ponudu prilagodili hodočasnicima poput mogućnosti smještaja na jednu noć, povoljnije cijene smještaja i obroka za hodočasnike. Svakako bi trebalo uključiti i turističke agencije koje bi mogle ponuditi paket-aranžmane oblikovane po martinskoj kulturnoj ruti jer bi se za početak na taj način odradila promocija same rute i proizvoda. „Turističke su agencije osnovni sudionici u oblikovanju ili interpretaciji resursa kao proizvoda te u stvaranju distribucijske mreže na stranom i domaćem tržištu. Vrlo je mali broj turističkih agencija u Hrvatskoj koje se bave oblikovanjem i plasmanom selektivne ponude za međunarodno tržište, a kulturnim se turizmom ne bavi ni jedna turistička agencija. U Hrvatskoj

---

<sup>48</sup> Pančić Kombol, T. (2006.): Kulturno nasljeđe i turizam, *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, Varaždin, str. 222.

su turističke agencije desetljećima razvijale posredničko poslovanje (između stranih turopatora i hotela na domaćem tržištu) i ta se tendencija nastavlja, iako se otvaraju i mnoga druga područja za njihovo djelovanje u stvaranju ponude za tržište.“<sup>49</sup>

### Proizvod temeljen na jeziku

Jezik se može na vrlo zanimljiv i kvalitetan način implementirati u turistički proizvod ili da bude okosnica proizvoda i motiv dolaska. Festival Istrioto je primjer proizvoda kojemu je jezik središnja tema i upravo je zbog jezika kreiran i posjetitelji događaja dolaze isključivo zbog jezika. Organizatori bi trebali napraviti preinake te unaprijediti proizvod, najprije promislivši i odrediti kome je točno namijenjen i u skladu s time prilagoditi promidžbu i distributivne alate, naravno, uz preduvjet nadogradnje proizvoda dodatnom ponudom koja uključuje više različitih sadržaja poput gastronomije, a jezik provlačiti i kroz glazbeni izričaj i folklor. Istrioto festival može zainteresirati, oduševiti, educirati, opustiti i emotivno vezati posjetitelja. Festival njegovanjem jezika ima veliki potencijal obnavljanja i podizanja svijesti o samom dijalektu. „Prihodi se od turizma često koriste za zaštitu i obnavljanje kulturnog nasljeđa te kao podrška lokalnoj tradicionalnoj kulturi koja bi u mnogim manjim mjestima bez turizma vjerojatno nestala.“ Vikend radionicama učenja dijalekta te pjevanja mantinjada i gastro kutkom u kojem polaznici uče pripremati busoladine, mogu se privući gosti iz Italije koji su najčešći posjetitelji ovoga kraja, ali proizvod se može ponuditi i školama te studentima talijanistike.

---

<sup>49</sup> Isto, str. 223.

## 6. ZAKLJUČAK

Nematerijalna kulturna baština i aktivnosti potaknute njom pružaju osjećaj identiteta i pripadanja određenoj kulturnoj skupini. Općina Ližnjan ima bogato povijesno i kulturno nasljeđe, kao i gastronomsku ponudu koja se može obogatiti kreiranjem novih proizvoda za čije je kreiranje potrebno uključivanje lokalnog stanovništva radi očuvanja kulturne baštine, osnaženja identiteta i stvaranja brenda. Pojam autentičnosti često se različito interpretira, tako da možemo reći da je autentičnost od strane konzumenta vrlo individualna i promjenjiva što nas dovodi do toga da autentičnost postaje kulturni proizvod koji je osmišljen s ciljem njegove prodaje.

Lokalna zajednica, njegujući tradiciju koju uklapa u događaj koji će privući i okolne mještane, posjetitelje i turiste pronalazi načine kako očuvati tradiciju i prenositi je dalje spajajući sve dobne skupine i svjetovno i crkveno. „Kulturni turisti žele konzumirati raznolika iskustva. Kako bi se ta konzumacija olakšala, kulturni resursi moraju biti „uobličeni“ u kulturnoturističke proizvode. Proces preobrazbe aktualizira potencijale resursa, pretvarajući ih u nešto čime se turisti mogu koristiti. Taj je proces sastavni dio uspješna razvoja i održivog menadžmenta kulturnoturističkog proizvoda.“<sup>50</sup>

Interesne skupine u upravljanju turističkom destinacijom, javni sektor, privatni sektor, lokalno stanovništvo i turisti, zajedničkim snagama koje uključuju iskustvo te ostale resursne osnove, čine partnerstva koja su temeljena na čvrstim iskustvenim interesnim skupinama koje će naginjući ka svojim ciljevima, istovremeno pomoći u realizaciji ciljeva drugog interesnog dionika te će tako lakše pratiti stalne promjene tržišta i mijenjati se sukladno njima. Dokumentiranje stanja resursa, u ovom slučaju nematerijalne i materijalne kulturne baštine, pruža mogućnosti novih povezivanja i partnerstva koja opet pružaju mogućnosti kreiranja novih proizvoda koji će promovirajući sebe, promovirati tradiciju i jačati identitet lokalne zajednice te stvarati nove, stabilnije motive dolaska u destinaciju.

---

<sup>50</sup> Valčić, M. (2018.): *Turizam i kultura*, Naklada Jurčić, Zagreb, str. 126.

## LITERATURA

Knjige:

Ur. Čorak, S. i Mikačić, V. (2006.): *Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno*; Institut za turizam, Zagreb

Čuka, M. i Komšo, D. (2015.): *Šandalja. San Daniele, od samih početaka do danas*, Arheološki muzej Istre, Pula

Galičić, V. (2014.): *Leksikon ugostiteljstva i turizma*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

Horjan, G. (2017.): *Etnografski muzej – strateški umrežena materijalna i nematerijalna baština za pametan razvoj*, Etnografski muzej, Zagreb

Komšo, D. (2017.): *Blago iz dubina. Spondylus gaederopus – najdragocjeniji nakit neolitičke Europe*, Arheološki muzej Istre, Pula

Marušić, D. (1995.): *Piskaj Sona Sopi. Svijet istarskih glazbala*, Biblioteka nultog meridijana, Castropola, Pula

Mikac, J. (1977.): *Istarska škrinjica. Iz kulturne baštine naroda Istre*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb

Meler, M. (2006.): *Marketing u kulturi*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek

Orlić, I. (2013.): *Istra kroz tri generacije. Između svakodnevne konstrukcije identiteta i turističkog proizvoda*, Etnografski muzej Istre, Pazin

Pančić Kombol, T. (2006.): *Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, Varaždin

Petrić, L. (2011.): *Upravljanje turističkom destinacijom. Načela i praksa*, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

Valčić, M. (2018.): *Turizam i kultura*, Naklada Jurčić, Zagreb

ur. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001.): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb

Zaradija Kiš, A. (2007.): *Mitološke odrednice martinskoga vremena: bakusko ozračje martinskoga mita*, 44, (2), str. 63.-81.

Članci u časopisu:

Bekić, L. (2015.): „Brodolomi kod rta Uljeva blizu Ližnjana“, *Archaeologia Adriatica*, 9 (1), str. 168.-175.

Bertoša, S. (2007.): Osnutak sela Valture (1648.), *Istarska Danica 2008.*, str. 100.-103.

Rudan, E. (2012.): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, *Tranzicija*, Vol. 14, No. 29, str. 58.-67.

Šošić, T. (2014.): Pojam kulturne baštine - međunarodno pravni pogled, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, god. 51, 4/2014., str. 833.- 860.

Članci u zborniku:

Belaj, M. (2016.): „Martinje – o običajima u hrvatskoj vinogradarskoj tradiciji na dan sv. Martina“, u: *Putovima europske nematerijalne baštine u 21. stoljeću: Sv. Martin, simbol dijeljenja*, Institut za etnologiju i folkloristiku ; Kulturni centar sv. Martin – Hrvatska, Zagreb, str. 195.-207.

Buršić Matijašić, K. (1997.): „Iz najranije prošlosti Ližnjana i okolice“, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 11.-26.

Francetić, M. (1997.): Godišnji običaji Ližnjana uz liturgijsku godinu, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 173.-178.

Grah, I. (1997.): Povijesni hod kršćanstva na Pulštini, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 61.-68.



Krnjak, O. (1997.): Grobni prilozi iz crkvice Majke Božje od Kuj kod Ližnjana, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 71.-76.

Vojnić, Lj. (1997.): Valorizacija prirodnih i drugih uvjeta Općine Ližnjan kao osnova za razvitak turizma, *Ližnjanski zbornik, zbornik radova sa znanstvenog skupa „Ližnjan i okolica od prapovijesti do danas“*, Knjižnica ACTA 3, Koordinacija istarskih ogranaka Matice hrvatske, Pazin, str. 223.-235.

Internet izvori:

Kulturna baština:

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6>, (17. veljače 2020.)

Narodni običaji:

<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44552> (18. veljače 2020.)

Martinje:

<https://www.hrt.hr/308084/magazin/danas-slavimo-martinje-tradicionalni-obicaj-krstenja-mladog-vina> (18. veljače 2020.)

Nematerijalna kulturna baština:

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639> (18. veljače 2020.)

Nepokretna kulturna baština:

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27> (11. veljače 2020.)

Pokretna kulturna baština:

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=1722> (17. veljače 2020.)

Šišanske mantinjade:

<https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/2414/sisanske-mantinjade>, (17. veljače 2020.)

Kazivači:

Ana Balde, rođena Klunić, Gabrička, 26. lipnja 1932.

## **POPIS TABLICA**

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1 Swot analiza.....                                        | 44 |
| Tablica 2 Faze životnog ciklusa proizvoda u kulturi i turizmu..... | 45 |

## POPIS SLIKA

Slika 1. Nastup vrtičke skupine u sklopu programa Martinja u Ližnjanu, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 2. Župna crkva sv. Martina u Ližnjanu, <https://www.poistri.eu/2016/07/kroz-istru-koromacnotrget-most-rasa.html> (10. veljače 2020.)

Slika 3. Preuzimanje općinskog ključa u uredu Načelnika, arhiva turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 4. Procesija u Šišanu, <https://www.glasistre.hr/pula/procesije-u-sisanu-proslava-svetice-diljem-istre-568188> (17. veljače 2020.)

Slika 5. Folklorna sekcija zajednice Talijana Šišan u narodnoj nošnji, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 6. Ližnjanski martinjski „kolač“, <http://www.glasistre.hr/vijesti/mozaik/liznjanski-kolac--tvr-di-kruh-za-martinju-i-svadbu-430758> (14. veljače 2020.)

Slika 7. Šišanski busoladini, <https://www.hrt.hr/319507/magazin/slatka-kuharica-istra-bucolaj> (14. veljače 2020.)

Slika 8. Spilja Šandalja, <https://radio.hrt.hr/ep/historia-histriae/271165/> (17. veljače 2020.)

Slika 9. Koštani konjić s jahačem, Nezakcij, <http://istra.lzmk.hr/slika.aspx?id=543> (17. veljače 2020.)

Slika 10. Ostaci brodoloma kraj rta Uljeva, <http://www.icua.hr/hr/arheoloskiprojekti/187-podmorska-arheoloka-rekognosciranja-istarskog-priobalja> (18. veljače 2020.)

Slika 11. Topnička bitnica, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (18. veljače 2020.)

Slika 12. Pogled s osmatračnice, izradila autorica (18. veljače 2020.)

Slika 13. Hangar na Svetici, <https://glasistrenovine.hr/arhiva-portala/pregled-vijesti/zimski-slurp-u-atraktivnom-hangaru-svetice-433356> (19. veljače 2020.)

Slika 14. Glavni oltar u župnoj crkvi sv. Martina B., izradila autorica (19. veljače 2020.)

Slika 15. Zvonik župne crkve sv. Martina B., izradila autorica (19. veljače 2020.)

Slika 16. Podni mozaik, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 17. Crkva Majke Božje od Milosti na Muntu, izradila autorica (19. veljače 2020.)

Slika 18. Unutrašnjost crkve sv. Feliksa i Fortunata, izradila autorica (19. veljače 2020.)

Slika 19. Crkva sv. Trojstva, Šišan, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 20. Crkva sv. Jeronima, Muntić, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 21. Crkva sv. Ivana Apostola u Valturi,  
<http://www.pula-online.com/article.php?id=2615> (19. veljače 2020.)

Slika 22. Crkva sv. Marije, Kostanjica, arhiva Turističke zajednice Općine Ližnjan (19. veljače 2020.)

Slika 23. „Glamping“ šator, <https://www.luxetenten.com/hr/safari-satori/luxury-suite/>  
(18. veljače 2020.)

Slika 24. Vojni šator, <http://venatio.hr/satori/80-mil-tec-vojni-sator.html> (18. veljače 2020.)

Slika 25. Stopa sv. Martina, <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/otkrivena-17-stopa-svetog-martina-6398> (18. veljače 2020.)

## SAŽETAK

Radom se ukazuje na važnost dokumentiranja nematerijalne i materijalne kulturne baštine te valorizacije kulturnobaštinskih resursa u svrhu turizma u obliku turističkih proizvoda, s ciljem očuvanja tradicije te jačanja identiteta koji je podloga za kvalitetan brend. Ližnjanština je bogata materijalnom i nematerijalno kulturnom baštinom koja je odlična podloga za razvoj turističkih proizvoda.

Cilj rada je istražiti, popisati i prikazati resurse uz pomoć prikupljenih informacija terenskim istraživanjem i razgovorom s kazivačicom te materijala prikupljenih iz stručne literature i Akcijskih i strateških planova te prikazati proces razvoja turističkog proizvoda na konkretnim primjerima koji će se pokušati implementirati u realnom sektoru.

Rad se sastoji od uvoda i pet cjelina. Uvodni dio rada daje kratak pregled i koncept rada te koji su ciljevi rada. Prvo poglavlje definira resursnu osnovu razvoja turizma te zasebno obrađuje teorijski strukturu turističkih resursa, atrakcijsku osnovu, ostale izravne turističke resurse te neizravne turističke resurse te se u sklopu poglavlja izdvaja i situacija na području Općine Ližnjan. Drugo poglavlje prikazuje kulturnu baštinu i to posebno nematerijalnu kulturnu baštinu, gdje se obrađuju narodni, životni, godišnji i radni ili gospodarski običaji s primjerima iz Ližnjana. Treće poglavlje obrađuje elemente nematerijalne kulturne baštine Općine Ližnjan, dok četvrto poglavlje obrađuje materijalnu kulturnu baštinu Općine Ližnjan. U petom poglavlju izrađena je swot analiza te su napravljeni prijedlozi proizvoda kulturnog proizvoda proizašli kao rezultat istraživanja za potrebe rada. Rad završava zaključkom, popisom literature, tablica i slika.

Ključne riječi: nematerijalna kulturna baština, materijalna kulturna baština, kultura, turizam, kulturni turizam, resursi, turistički proizvod

## ABSTRACT:

This paper emphasizes the importance of documenting tangible and intangible cultural heritage. It also emphasises the importance of valorisation of cultural heritage resources for tourism, in the form of tourism products, with the aim of preserving tradition and strengthening a cultural identity, which is fundamental for establishing a good brand. Ližnjan is rich in tangible and intangible cultural heritage, which provides an excellent base for the development of tourism products.

The aim of this paper is to investigate, list and present resources collected through field research, professional literature, action and strategic plans of the municipality, and by interviewing local experts. Furthermore, it presents the process of tourism product development with specific examples that can be implemented in the private sector.

The paper consists of an introduction and five sections. The introductory part of the paper gives a brief overview and explains the concept and goals of the paper. The first chapter defines the resource base necessary for tourism development. It also deals with the structure of resources necessary for tourism development, the attraction base, and other direct and indirect tourism resources. The chapter also highlights the situation in the area of the Municipality of Ližnjan. The second chapter provides a theoretical overview of the concept of tangible and intangible cultural heritage. The third chapter explores the elements of intangible cultural heritage of the Municipality of Ližnjan, while the fourth chapter explores its tangible cultural heritage. Chapter five provides a SWOT analysis and suggests potential cultural products derived as a result of the research done for this paper. The paper concludes with a conclusion, a list of literature, tables and figures.

Keywords: intangible cultural heritage, tangible cultural heritage, culture, tourism, cultural tourism, resources, tourism product

prof. Marina Lukić Vasiljević, dipl.prevoditelj