

# Nematerijalna baština Hrvatske - načini prepoznatljivosti u svijetu

---

**Pinter, Ozana**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*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:137:444362>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-25**



*Repository / Repozitorij:*

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



**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
**Fakultet ekonomije i turizma**  
**«Dr. Mijo Mirković»**

**Ozana Pinter**

**NEMATERIJALNA BAŠTINA HRVATSKE: NAČINI  
PREPOZNATLJIVOSTI U SVIJETU**

Diplomski rad

Pula, 2023.

**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
**Fakultet ekonomije i turizma**  
**«Dr. Mijo Mirković»**

**NEMATERIJALNA BAŠTINA HRVATSKE: NAČINI  
PREPOZNATLJIVOSTI U SVIJETU**

Diplomski rad

**JMBAG: 0303077278, redovita studentica**

**Studijski smjer: Kultura I turizam**

**Predmet: Nematerijalna baština Hrvatske**

**Znanstveno područje: Humanističke znanosti**

**Mentor: red. prof. dr. sc. Slaven Bertoša**

Pula, rujan 2023.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Ozana Pinter, kandidatkinja za magistricu Kulture i turizma, izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega 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 Diplomskog 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:

Ozana Pinter

U Puli 23. srpnja 2023.



## IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOGA DJELA

Ja, Ozana Pinter, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, nositelju prava korištenja, da moj diplomski rad pod nazivom „Nematerijalna baština hrvatske: načini prepoznatljivosti u svijetu“ 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:

Ozana Pinter

U Puli 23. srpnja 2023.

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	6
1.1. Predmet i cilj rada .....	6
1.2. Metodologija rada.....	2
1.3. Struktura rada .....	3
2. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	4
2.1. Pojam nematerijalne kulturne baštine .....	4
2.1.1. <i>Definiranje pojma nematerijalne kulturne baštine prema Konvenciji za očuvanje nematerijalne kulturne baštine</i> .....	5
2.2. Zaštita nematerijalne kulturne baštine.....	7
2.3. Oblici nematerijalne kulturne baštine .....	10
3. PREPOZNATLJIVOST HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU.....	12
3.1. Načini prepoznatljivosti hrvatske kulturne baštine u svijetu.....	12
3.1.1. Kulturni festivali u Republici Hrvatskoj .....	13
3.1.2. UNESCO-va lista nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj.....	14
3.2. Reprezentativni primjeri hrvatske nematerijalne kulturne baštine s UNESCO-ve liste.....	15
4. ANALIZA PREPOZNATLJIVOSTI HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU .....	35
4.1. Istraživačka metoda .....	35
4.2. Uzorak ispitanika.....	36
4.3. Rezultati upitnika.....	38
4.4. Rasprava.....	44
5. PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE PROMOCIJE HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU.....	46
5.1. SWOT analiza tržišta nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda .....	46
5.2. Ciljevi i strategije razvoja nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda .....	51
5.3. Ciljna turistička tržišta i promocijske aktivnosti.....	54
6. ZAKLJUČAK.....	58
LITERATURA .....	61
POPIS SLIKA .....	62
POPIS GRAFIKONA.....	63

SAŽETAK .....	64
SUMMARY .....	64

## **1. UVOD**

### **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet diplomskog rada su nematerijalna kulturna dobra u Republici Hrvatskoj i načini njihove prepoznatljivosti u svijetu. Nematerijalna kulturna dobra uključuju razne oblike tradicijskih umjetnosti, umijeća, obrta, glazbe, plesa i folklora. Takvi jedinstveni aspekti hrvatske kulture prenose se s koljena na koljeno i duboko su ukorijenjeni u povijest i identitet hrvatske zemlje. Neka od najznačajnijih nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj su klapsko pjevanje, čipkarstvo, izrada drvenih igračaka i tradicionalni narodni plesovi poput kola pa će se ujedno u ovom diplomskom radu posebna pozornost posvetiti reprezentativnijim oblicima nematerijalne kulturne baštine. Ova nematerijalna kulturna dobra predstavljaju bitan dio baštine Hrvatske zemlje i cijenjena su zbog svoje autentičnosti i višestoljetne tradicije.

Nematerijalna kultura u Republici Hrvatskoj u najširem aspektu obuhvaćaju bogatu i raznoliku kulturnu baštinu koja se tradicionalno prenosi s koljena na koljeno, a posebice uključuje tradicionalne običaje, plesove, glazbu, priče, obrede, narodne nošnje i druge elemente kulture.

Neki od najpoznatijih primjera hrvatske nematerijalne kulturne baštine su klapa, licitarska srca, opanci, bećarac, licitarski ukrasi, licitarske pisanice i licitarske figurice. Klapa je hrvatski žanr tradicionalne vokalne glazbe koji je uvršten na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine. Licitarska srca su tradicionalni hrvatski ukrasi koji se koriste kao pokloni i suveniri, a također su uvršteni na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine. Opanci su tradicionalna obuća korištena uglavnom u ruralnim područjima Hrvatske, a danas se koriste kao dio narodne nošnje. Bećarac je tradicionalni hrvatski ples koji se izvodi uz tamburicu i pjevanje, često na svadbama i drugim slavljinama. Licitarski ukrasi su tradicionalni hrvatski ukrasi koji se izrađuju od brašna, šećera i meda, a koriste se kao ukrasi za božićna drvca i ostale prigode. Licitarske pisanice su tradicionalni hrvatski ukrasi koje se izrađuju od drveta i ukrašavaju se licitarskim ukrasima. Licitarske figurice su tradicionalni hrvatski ukrasi

koji se izrađuju od brašna, šećera i meda, a predstavljaju likove iz narodnih priča i bajki.

Uz nabrojene reprezentativne primjere, hrvatska nematerijalna kulturna baština obuhvaća i brojne druge elemente, poput tradicionalne gastronomije, rukotvorina i narodnih običaja. Bogata hrvatska kulturna baština privlači brojne turiste iz cijelog svijeta koji žele upoznati tradicionalne običaje, hranu i plesove. Hrvatska je potpisnica UNESCO-ove Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, što ukazuje na važnost očuvanja hrvatske kulturne baštine. Nacionalni program zaštite nematerijalne kulturne baštine provodi se u Republici Hrvatskoj od 2009., s ciljem očuvanja i zaštite nematerijalnih kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Cilj diplomskog rada prikazati je oblike nematerijalne kulturne baštine i načine njihove prepoznatljivosti u svijetu. U tu svrhu, ovim diplomskim radom provedeno je istraživanje na određenom uzorku ispitanika kako bi se utvrdilo poznavanje hrvatske nematerijalne baštine u svijetu.

## **1.2. Metodologija rada**

Diplomski rad sinteza je proučavanja stručnih radova različitih autora, internetskih sadržaja i drugih izvora koji se referiraju na temu nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske i njezine prepoznatljivosti u svijetu. Osnovna metoda diplomskog rada je deskriptivna metoda.

Za potrebe pisanja istraživačkog dijela diplomskog rada korištena je metoda anketiranja. Provedenim primarnim istraživanjem došlo se do podataka o stavovima i mišljenjima ispitanika o njihovom poznavanju hrvatske nematerijalne kulturne baštine, kao i važnosti nematerijalne kulturne baštine za društvenu zajednicu općenito.

Za instrument istraživanja uzet je anketni upitnik, a samo istraživanje temeljeno je na metodi prikupljanja podataka putem Google obrasca koji su ispitanici popunjavali *online*, postavljenim na društvenoj mreži Facebook.



### 1.3. Struktura rada

Diplomski rad strukturiran je u pet tematski povezanih poglavlja. Prvo, uvodno poglavlje, prezentira predmet i cilj rada, metodologiju rada i strukturni koncept diplomskog rada.

*Nematerijalna kulturna baština u Republici Hrvatskoj* naziv je drugog poglavlja diplomskog rada. U ovom poglavlju elaborira se pojam nematerijalne kulturne baštine, načini zaštite nematerijalne kulturne baštine te reprezentativni oblici nematerijalne kulturne baštine.

Treće poglavlje diplomskog rada pod nazivom *Prepoznatljivost hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu* centralno je poglavlje ovog diplomskog rada. Poglavlje se bavi načinima prepoznatljivosti hrvatske kulturne baštine u svijetu, a unutar ovog poglavlja obrađuju se kulturni festivali u Republici Hrvatskoj i UNESCO-va lista nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj.

*Analiza prepoznatljivosti hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu* naziv je četvrtog poglavlja diplomskog rada. Predstavlja centralno poglavlje diplomskog rada i u njemu se iznose rezultati provedenog istraživanja prepoznatljivosti nematerijalne kulturne baštine te se raspravlja o dobivenim rezultatima.

*Prijedlozi za poboljšanje promocije hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu* peto je poglavlje diplomskog rada, a u njemu se predlažu načini marketinške promocije hrvatske kulturne u svijetu. U navedenom poglavlju elaborira se SWOT analiza tržišta nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda i prezentiraju se ciljevi i strategije razvoja nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda. Također se polemizira o ciljnim turističkim tržištima i prigodnim promocijskim aktivnostima kao instrumentu za privlačenje turista koje interesira ili bi mogla interesirati hrvatska nematerijalna kulturna baština.

*Zaključak* je prikazan u šestom poglavlju diplomskog rada, a u njime se koncizno iznose sva saznanja do kojih se došlo izradom ovog diplomskog rada i zaključuju se aktualizirane teme.

## **2. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

### **2.1. Pojam nematerijalne kulturne baštine**

Pojam nematerijalne kulturne baštine u najširem smislu podrazumijeva različite prakse, predstave, izraze, tradicionalna znanja, vještine i umijeća, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore s time povezane, koje društvene zajednice, skupine i pojedinci, usvajaju i prepoznaju kao dio njihove kulturne baštine.<sup>1</sup>

Nematerijalna kulturna baština generacijama se uvijek iznova stvara kao odgovor na okruženje, uzajamno međudjelovanje s prirodom i povijesnim prilikama. Ona društvenim skupinama i zajednicama pruža osjećaj nacionalnog identiteta i povijesnog kontinuiteta te na taj način promiče potrebu poštivanja kulturne raznolikosti i ljudske inovativnosti i kreativnosti.<sup>2</sup>

Nematerijalna kulturna baština regulirana je zakonskim propisima. Temeljni propis koji uređuje pitanje očuvanja i zaštite kulturne baštine je Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Prema ovom Zakonu, nematerijalna kulturna baština podijeljena je na tri kategorije: živa kulturna baština, nematerijalna kulturna dobra i nematerijalna kulturna baština od iznimne važnosti za Republiku Hrvatsku. Navedeni Zakon definira nematerijalnu kulturnu baštinu kao razne oblike i pojave duhovnog stvaralaštva koje 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,
- tradicijska umijeća i obrti.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Turistička zajednica, Nematerijalna kulturna baština, 2023, preuzeto s: <https://tzp-sredisnja-podravina.hr/sto-je-nematerijalna-kulturna-bastina/> (20. travnja 2023.)

<sup>2</sup> Turistička zajednica, Nematerijalna kulturna baština, 2023, preuzeto s: <https://tzp-sredisnja-podravina.hr/sto-je-nematerijalna-kulturna-bastina/> (20. travnja 2023.)

<sup>3</sup> Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15, 44/17, 90/18, 32/20, 62/20, 117/21, 114/22), članak 9.

Društvene zajednice stvaraju nematerijalnu kulturnu baštinu u suglasju sa svojom socijalnom okolinom, prirodom te povijesnim uvjetima. Kulturni identitet povezan je neodvojivo sa zaštitom nematerijalne baštine i prenošenjem nasljeđa na buduće generacije, a svojim tipičnim modelima moderno društvo generalizacijom može utjecati na kulturno izumiranje naroda kao dijela zasebne društvene zajednice definirane kulture, čijoj osebnosti prijeti značajna modifikacija i iščezavanje izvornosti. Kao pošast suvremenog doba komercijalizacija bi mogla utjecati na gubitak velikog dijela spontane kreativnosti koja joj je dala smisao na prvome mjestu, u istoj mjeri u kojoj su ponovno stvoreni novi sustavi vrijednosti. Komunikacija s okruženjem koja se bilježi kroz interakciju društvenih grupa u lokalnoj zajednici predstavlja dio života ljudi, navika, tradicije, a i odraz je kulture.<sup>4</sup>

Pod živom kulturnom baštinom u Republici Hrvatskoj podrazumijevaju se običaji, tradicije, znanja i vještine koje se prenose usmenim putem ili putem neposrednog iskustva. Nematerijalna kulturna dobra uključuju izvedbene umjetnosti, kao što su plesovi, glazba i kazalište, te obrade i umijeća, poput izrade keramike, tkanja i krojenja. Nematerijalna kulturna baština od iznimne važnosti za Republiku Hrvatsku uključuje tradicije, znanja i vještine koje su od posebnog značaja za hrvatsku kulturu, kao što su klapa, sinjska alka, bećarac i kolo.

Nematerijalna kulturna baština izravno izražava identitet naroda kroz ponašanje i komunikaciju ljudi u svakodnevnom životu koji svojim djelovanjem definiraju okvire življenja unutar određene društvene zajednice determinirane kulturom, a međusobnom komunikacijom prenose svoje životne vrijednosti. Podržavanjem razvojnog kontinuiteta kulturne baštine može doći i do stvaranja sasvim novih vrijednosnih pravila. Nematerijalna baština, odnosno njezino očuvanje, promiče, podupire i razvija kulturnu raznolikost te ljudsku kreativnost.<sup>5</sup>

### ***2.1.1. Definiranje pojma nematerijalne kulturne baštine prema Konvenciji za očuvanje nematerijalne kulturne baštine***

---

<sup>4</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 73.

<sup>5</sup> Isto, str. 74.

Pojam „nematerijalna kulturna baština“ 1982. prvi put ulazi u službenu uporabu na sastanku UNESCO-a, a definiran je 2003. u Konvenciji za očuvanje nematerijalne kulturne baštine.<sup>6</sup> Hrvatska je UNESCO-ovu Konvenciju ratificirala 2005. te se tako pridružila potrebnom broju zemalja za njezino stupanje na snagu, što se i realiziralo 2006. Brzina ratifikacije Konvencije pokazatelj je spremnosti državne administracije za razumijevanje značenja nematerijalne baštine za Republiku Hrvatsku, a može se reći da su od tada uspostavljeni ozbiljni temelji, kako administrativni, tako i stručno-znanstveni, u smjeru zaštite nematerijalnih dobara.<sup>7</sup>

Sastavljanje navedene Konvencije temeljeno je na uspostavi pristupa očuvanja nematerijalne kulturne baštine u sklopu UNESCO-a od 1970. do 2000. Aktivnosti UNESCO-a praćene su i u Republici Hrvatskoj i izvršile značajan utjecaj na pravni status kulturne baštine u Hrvatskoj.<sup>8</sup>

Donošenju Konvencije za očuvanje nematerijalne kulturne baštine iz 2003. prethodio je nekoliko desetljeća dug i složen proces međunarodnih pregovora. Prvi službeni dokument čiji je cilj očuvanje buduće nematerijalne kulturne baštine nazvan je Preporuka o očuvanju tradicijske kulture i folklora, a program Remek-djela usmene i nematerijalne baštine čovječanstva inauguriran je 1998.<sup>9</sup> Konvencija za očuvanje nematerijalne kulturne baštine svojevrsan je pandan utjecajnoj UNESCO-ovoj Konvenciji o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972., čiji je primarni cilj

---

<sup>6</sup> Hrovatin, M., Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, No. 36, 2012., str. 125.

<sup>7</sup> Hameršak, M., Pleše, I., *Proizvodnja baštine. Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, Biblioteka Etnografija, Zagreb, 2013., str. 13.

<sup>8</sup> Hrovatin, M., Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, No. 36, 2012., str. 125.

<sup>9</sup> Ciljevi proglašenja Remek-djela usmene i nematerijalne baštine čovječanstva jesu isticanje vrednota nematerijalne kulturne baštine, očuvanje i oživotvorenje te bilježenje nematerijalne i usmene baštine zemalja svijeta kako bi se potaknulo zemlje da izrade vlastite nacionalne registre nematerijalne baštine te usvoje preventivne pravne mjere kojim će se osigurati njihova zaštita, kao i promicanje participacije lokalnih tradicionalnih umjetnika i nositelja tradicije u identificiranju, prepoznavanju i promicanju nematerijalne kulturne baštine. Ključni kriteriji da bi neka nematerijalna dobra dospjela na listu Remek-djela usmene i nematerijalne baštine čovječanstva ogledaju se u osobitoj vrijednosti remek-djela u vidu tvorevine ljudske kreativnosti, njegove ukorijenjenosti u kulturnu tradiciju i povijest određene zajednice, značajne uloge remek-djela u svojstvu instrumenta potvrđivanja kulturnog identiteta naroda i zajednica, važnosti remek-djela kao inspiracije i međukulturalne razmjene ideja i zbližavanja naroda zajednica, izvrsnosti vještina i tehnika, vrijednosti remek-djela kao svjedoka kulturne tradicije, opasnosti od nestajanja nematerijalne tradicije zbog nedostatka financijskih sredstava za njegovu zaštitu ili kao posljedica procesa ubrzanih društvenih promjena. (Carek, R., Nematerijalna kulturna baština: UNESCO i njegova uloga, *Informatica museologica*, Vol. 35 No. 3-4, 2004., str. 70.)

zaštita spomenika, skupina građevina ili mjesta, odnosno današnje materijalne baštine.<sup>10</sup>

Prema UNESCO-voj Konvenciji, nematerijalna kulturna baština odnosi se na „vještine, izvedbe, izričaje, znanja, umijeća, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i u nekim slučajevima, pojedinci prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine“. Prema Konvenciji o svjetskoj baštini „baština se mora identificirati temeljem kriterija koji kvalificiraju vrijednost bilo koje pojedinačne kulturne manifestacije prema njezinim vanjskim kvalitetama“. Zaštita nematerijalne baštine pretpostavlja zaštitu njezine autentičnosti identiteta, nositelja i kreatora vrijednosti, prenositelja vrijednosti koji komuniciraju s okolinom i publikom.<sup>11</sup>

## **2.2. Zaštita nematerijalne kulturne baštine**

Republika Hrvatska se, kao zemlja bogata nematerijalnom kulturnom baštinom, zalaže za izgradnju učinkovitog sustava zaštite i očuvanja na međunarodnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te za uspostavljanje i unapređivanje međunarodne suradnje. Također ističe i potrebu poduzimanja zaštitnih mjera u suradnji s drugim zemljama potpisnicama UNESCO-ve Konvencije za zaštitu nematerijalne kulturne baštine u okviru djelotvornog obogaćivanja i dopune postojećih međunarodnih sporazuma, preporuka i rezolucija o kulturnoj i prirodnoj baštini, s novim odredbama koje se odnose na nematerijalnu kulturnu baštinu.<sup>12</sup>

Republika Hrvatska ima bogatu nematerijalnu kulturnu baštinu koju je potrebno zaštititi i očuvati za buduće generacije. U Hrvatskoj je zaštita nematerijalne kulturne baštine regulirana Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Osim zakonskih mjera zaštite, postoje i brojne organizacije koje se bave očuvanjem nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj. Tako Ministarstvo kulture Republike Hrvatske osniva i

---

<sup>10</sup> Hameršak, M., Pleše, I., *Proizvodnja baštine. Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, Biblioteka Etnografija, Zagreb, 2013., str. 11.

<sup>11</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 73.

<sup>12</sup> Turistička zajednica, *Nematerijalna kulturna baština*, 2023, preuzeto s: <https://tzp-sredisnja-podravina.hr/sto-je-nematerijalna-kulturna-bastina/> (20. travnja 2023.)

financira projekte za očuvanje nematerijalne kulturne baštine, a postoje i brojne nevladine organizacije i udruge koje se bave istim ciljem.

Temeljni zakon kojim su pravno regulirana pitanja zaštite nematerijalne kulturne baštine u Republici Hrvatskoj je Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara kojim se Zakonom uređuju sve vrste kulturnih dobara pa tako i nematerijalne kulturne baštine. Republika Hrvatska je također usvojila UNESCO-ovu Konvenciju o zaštiti nematerijalne kulturne baštine (NN 5/05), donesenu 17. listopada 2003.<sup>13</sup> s ciljem osiguravanja održivosti nematerijalne kulturne baštine.<sup>14</sup>

Ideja o potrebi zaštite nematerijalne kulturne baštine, pa i samo donošenje Konvencije o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara iz 2003., potaknuta je pretpostavkama o štetnom učinku globalizacije na opstanak nematerijalne baštine.<sup>15</sup>

Jedan od načina zaštite nematerijalne kulturne baštine u Republici Hrvatskoj predstavlja izradba i čuvanje zapisa o njima, poticanje njihova prenošenja predajom ili na drugi način i njegovanje nematerijalne baštine u izvornim i drugim sredinama. Godine 2002., na prijedlog Hrvatskog povjerenstva za UNESCO, u okviru Ministarstva kulture, osnovan je Stručni savjet za nematerijalnu baštinu, a sastojao se od uglednih stručnjaka koji se bave različitim oblicima nematerijalne kulturne baštine. U travnju 2004. u Ministarstvu kulture, u sklopu Odjela za pokretnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, osnovan je i Odsjek za nematerijalna kulturna dobra.<sup>16</sup>

Prije ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju primarni način potpore i zaštite nematerijalne baštine odvijao se putem Ministarstva kulture kroz mogućnost prijave

---

<sup>13</sup> Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine iz 2003. produkt je niza prethodnih napora očuvanja nematerijalne kulturne baštine. Tako je, primjerice, Skupština Svjetske turističke organizacije (STO), 28. lipnja 1985. donijela deklaraciju koja proklamira principe o zaštiti i promociji prirodne, kulturne i povijesne zaštite i kriterije za njihovo korištenje u turističke svrhe. Deklaracija glasi: „Kulturna baština jednog naroda podrazumijeva djela njegovih umjetnika, arhitekata, kompozitora, pisaca i filozofa, djela nepoznatih autora, koja su postala sastavnim dijelom naroda, kao i ukupnost vrijednosti, koje daju smisao životu“. (Gredičak, T., Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008., str. 205.-234.).

<sup>14</sup> UNESCO, preuzeto s: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-HR-WORD.doc> (1. lipnja 2023.)

<sup>15</sup> Hameršak, M., Pleše, I., *Proizvodnja baštine. Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, Biblioteka Etnografija, Zagreb, 2013., str. 11.

<sup>16</sup> Carek, R., Nematerijalna kulturna baština – UNESCO i njegova uloga, *Informatica museologica*, Vol. 35 No. 3-4, 2004., str. 69.-71.

nematerijalnih kulturnih dobara koja su upisana u Registar na javni poziv za programe u kulturi, a koji se redovito godišnje provodio od 2008. Nematerijalna kulturna dobra podupiru se financijski primarno kroz različite oblike financiranja osigurane od strane Ministarstva kulture (kulturno-umjetnički amaterizam, novi mediji, nakladništvo itd.), drugih resornih ministarstva (turizma, gospodarstva, poljoprivrede) te drugih institucija (Hrvatska gospodarska komora). Financijska potpora daje mogućnost nositeljima nematerijalne baštine da stvore pogodne uvjete za očuvanje nematerijalne baštine, da potaknu lokalne vlasti na moralnu, etičku i savjetodavnu potporu te investiranje u očuvanje i održivost kulturne baštine.<sup>17</sup>

Očuvanje kulturne baštine odvija se na razini raznih institucija koje provode programe i projekte bilo u lokalnoj bilo u državnoj domeni. Na taj način generira se pozitivno okruženje, pobuđuje veći interes te se stvaraju uvjeti za lokalnu podršku i realizaciju raznih projekata.<sup>18</sup>

Do 2018. upisano je preko 160 nematerijalnih kulturnih dobara u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske - 17 nematerijalnih kulturnih dobara upisano je u UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva i to Reprezentativni popis nematerijalne baštine čovječanstva (15 dobara), Popis nematerijalne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita (1 dobro) i Registar najboljih praksi očuvanja nematerijalne baštine (1 dobro). Posljedica je to suradnje Ministarstva kulture, stručnih službi Ministarstva, Uprave za zaštitu kulturne baštine i Službe za UNESCO, Hrvatskoga povjerenstva za UNESCO, Povjerenstva za nematerijalnu baštinu te stručnjaka iz različitih znanstvenih institucija s nositeljima tih tradicija.<sup>19</sup>

Zaštita nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj važan je zadatak koji se provodi kroz zakonske mjere i aktivnosti organizacija i udruga. Cilj je očuvati bogatu kulturnu baštinu Hrvatske za buduće generacije. Osim zakonskih mjera zaštite, postoje i brojne organizacije koje se bave očuvanjem nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj. Primjerice, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske osniva i financira

---

<sup>17</sup> Hrovatin, M., *Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, No. 36, 2012., str. 132.

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

<sup>19</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 74.

projekte za očuvanje nematerijalne kulturne baštine, a postoje i nevladine organizacije i udruge koje se bave istim ciljem.

Zaključno, zaštita nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj važan je zadatak koji se provodi kroz zakonske mjere i aktivnosti organizacija i udruga. Cilj je očuvati bogatu kulturnu baštinu Hrvatske za buduće naraštaje.

### **2.3. Oblici nematerijalne kulturne baštine**

Nematerijalna kulturna baština skup je različitih oblika izraza, znanja, vještina i praksi koje društvene zajednice, grupe ili pojedinci prenose s koljena na koljeno. Oblike nematerijalne kulturne baštine prema izvoru i području nastanka moguće je klasificirati kao:

- Nematerijalna kulturna baština koja se prenosi usmenom i nematerijalnom predajom s koljena na koljeno. Usmenom predajom kroz priče, legende, bajke, mitove, šale, pjesme, izreke i usmenu pripovijest nematerijalna kulturna baština prenosi se s generacije na generaciju usmenim putem.
- Tradicionalna glazba. To uključuje tradicionalne instrumente, melodije, ritmove, pjesme i plesove koji su dio kulturnog identiteta određene zajednice.
- Plesovi i izvedbene umjetnosti. Različiti plesovi, kazališne izvedbe, folklorni i ritualni plesovi koji se izvode kao dio obreda, proslava ili društvenih događaja.
- Rituali i obredi. Religiozni i sekularni obredi, ceremonije i prakse koje se koriste za obilježavanje važnih trenutaka i tranzicija u životu, poput rođenja, vjenčanja, inicijacija i pogreba.
- Kulinarstvo i gastronomija. Tradicionalne recepte, pripremu hrane, gastronomske prakse, običaje stola i jelovnike koji čine dio kulturnog identiteta određenog područja ili zajednice.
- Običaji i festivali. Tradicionalni običaji, proslave, festivali i ceremonije koje su sastavni dio kulturnog kalendara i društvenog života zajednice.
- Zanati i rukotvorine. Tradicionalni zanati, poput tkanja, kovačenja, lončarstva, izrade tradicionalnih nošnji, šivaćih tehnika i drugih rukotvorina koje se prenose s generacije na generaciju.



- Jezici i dijalekti. Nematerijalna kulturna baština također obuhvaća jezike i dijalekte koji predstavljaju kulturnu raznolikost i identitet određene zajednice.
- Medicinske tradicije. Tradicionalne medicinske prakse, biljne terapije, metode liječenja i znanja koja se prenose kroz generacije kao dio lokalnih kultura.

### **3. PREPOZNATLJIVOST HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU**

#### **3.1. Načini prepoznatljivosti hrvatske kulturne baštine u svijetu**

Posljednja dva desetljeća u Republici Hrvatskoj značajna su za financijska ulaganja na području očuvanja i razvoja kulturne nematerijalne baštine, što je utjecalo na daljnji razvoj kulturnih aktivnosti, njezine nositelje i kreatore u okviru lokalnih zajednica.<sup>20</sup> Tako se na razini lokalnih zajednica, udruga i pojedinaca javlja povećani interes za promoviranje kulturnih praksa i baštine, što posljedično povećava prepoznatljivost hrvatske kulturne baštine i u svijetu.

Prepoznatljivost nematerijalne kulturne baštine Hrvatske u svijetu očituje se na različite načine. Neki od primjera su:

1. Kulturni festivali: Hrvatska je poznata po mnogobrojnim kulturnim festivalima koji promoviraju nematerijalnu kulturnu baštinu, poput Međunarodnog dječjeg festivala u Šibeniku, Festivala klapa u Omišu ili Sinjske alke.
2. Tradicionalni običaji: Hrvatska ima bogatu tradiciju i običaje koji se često prenose s koljena na koljeno. Primjeri su procesije na Veliki petak u Hvaru, korčulanske mačkare, pokladni običaji u Dalmatinskoj zagori ili Sinjske alke.
3. Gastronomija: Hrvatska ima brojne tradicionalne specijalitete koji su prepoznati u svijetu, kao što su dalmatinska pašticada, istarska fuži s tartufima ili zagorski štrukli.
4. Narodna nošnja: Hrvatska ima mnogo različitih narodnih nošnji, koje se još uvijek nose u nekim dijelovima zemlje na svetkovine ili drugim posebnim prilikama.
5. UNESCO-va lista nematerijalne kulturne baštine: Hrvatska ima sedam tradicija koje su upisane na UNESCO-vu listu nematerijalne kulturne baštine.

---

<sup>20</sup> Brkljačić, M., Nematerijalna kulturna baština u natjecajima na području Zadarske županije, *Ethnologica Dalmatica*, Vol. 27, 2020., str. 103.

### **3.1.1. Kulturni festivali u Republici Hrvatskoj**

U Hrvatskoj se održava velik broj kulturnih festivala tijekom cijele godine, a neki od najpoznatijih su:

- Dubrovačke ljetne igre - najpoznatiji i najstariji kulturni festival u Hrvatskoj koji se održava svake godine od 1950. u Dubrovniku.
- Splitsko ljeto - festival koji se održava u Splitu tijekom ljeta, a obuhvaća različite umjetničke i kulturne događaje poput koncerata, kazališnih predstava i filmskih projekcija.
- Rijeka *summer nights* - festival koji se održava u Rijeci, a nudi različite kulturne događaje poput koncerata, predstava i izložbi.
- Pula Film Festival - međunarodni filmski festival koji se održava u Puli svake godine u srpnju.
- Šibenik Dance Festival - festival suvremenog plesa koji se održava u Šibeniku.
- INmusic Festival - glazbeni festival koji se održava u Zagrebu i okuplja brojne domaće i strane glazbene izvođače.
- Motovun Film Festival - međunarodni filmski festival koji se održava u Motovunu, a fokusiran je na nezavisnu i autorsku kinematografiju.
- Zagreb Film Festival - festival koji se održava u Zagrebu, a posvećen je prikazivanju najnovijih domaćih i stranih filmskih ostvarenja.

Ovo su samo neki od brojnih kulturnih festivala u Hrvatskoj, a svaki od njih nudi jedinstveno tradicionalno iskustvo i nezaboravne trenutke.

Osim raznih kulturno-umjetničkih festivala, u Republici Hrvatskoj održavaju se i brojne lokalne manifestacije od kojih se neke od najvažnijih prikazuju u nastavku diplomskog rada.

- Omiški festival – radi se o festivalu s dugom tradicijom održavanja, točnije iz 1968., a pretpostavlja se da je do danas izvedeno oko 1250 naslova. Natjecateljska Večer novih skladbi jedna je od manifestacija koja se odvija u okviru Omiškog festivala, s ciljem nastavljanja tradicije klapskih pjesama, izražavanja novih ideja i glazbenih tradicionalnih oblikovanja klapske pjesme.

Izdavačka djelatnost Omiškog festivala bitan je čimbenik, zajedno sa zabilježenom, analiziranom i dokumentiranom klapskom pjesmom, budućim naraštajima. Realizaciju Omiškog festivala provode stručnjaci etnomuzikološke znanosti te razni teoretičari, muzikolozi, dirigenti, skladatelji, voditelji zborova i klapa, a stručno ocjenjivačko povjerenstvo klapama prema zaslugi dodjeljuje Zlatni, Srebrni i Brončani štit na kojem se nalazi povijesni grb grada Omiša.<sup>21</sup>

- Večer ojkavice događaj je kojem je cilj očuvanje i prezentacija ojkanja. Večer ojkavice prvi put je održana 2011., nakon što je UNESCO proglasio otkanje nematerijalnim kulturnim dobrom čovječanstva.<sup>22</sup>
- Srednjovjekovni festival u Trogiru je događaj koji se odvija u gradskoj jezgri Trogira, koji je ujedno i spomenik kulturne baštine i simbol romaničko-gotičkoga grada koji je UNESCO uvrstio na listu spomeničke baštine.<sup>23</sup> Srednjovjekovni festival u Trogiru, događaj koji rekonstruira srednjovjekovni stil života, primjer je osobito značajne uloge prostora u izvedbi turističkih događanja. Zbog svoje prirodne, estetske i kulturne vrijednosti, stara jezgra grada Trogira savršen je ambijent za Srednjovjekovni festival koji predstavlja objedinjeni spoj spomeničke i kulturno-umjetničke nematerijalne baštine.<sup>24</sup>

### **3.1.2. UNESCO-va lista nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj**

UNESCO-va lista nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj uključuje sljedeće elemente<sup>25</sup>:

- Čipkarstvo - upisano na UNESCO-v popis nematerijalne svjetske baštine u Europi 2009.<sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 76.

<sup>22</sup> Brkljačić, M., *Nematerijalna kulturna baština u natječajima na području Zadarske županije*, *Ethnologica Dalmatica*, Vol. 27, 2020., str. 105.

<sup>23</sup> Stipanović, B., *Mjesto i uloga prostora u turizmu Trogira – primjer manifestacije Srednjovjekovni festival*, *Ekonomski misao i praksa*, Vol. 24 No. 2, 2015., str. 661

<sup>24</sup> Stipanović, B., *Mjesto i uloga prostora u turizmu Trogira – primjer manifestacije Srednjovjekovni festival*, *Ekonomski misao i praksa*, Vol. 24 No. 2, 2015., str. 667

<sup>25</sup> Ministarstvo kulture i medija, *Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama*, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

- Klapa, višeglasno pjevanje iz Dalmacije – upisano na UNESCO-vu listu 2012.
- Bećarac, zajedničko pjevanje i sviranje u Slavoniji, Baranji i Srijemu - upisano na UNESCO-vu listu 2013.
- Konjaničke igre Sinjske alke - upisano na UNESCO-vu listu 2010.
- Međimurska popevka, tradicionalno glazbeno izražavanje Međimurja - upisano na UNESCO-vu listu 2019.
- Nijemo kolo, tradicionalni plesovi Hrvatskog zagorja - upisano na UNESCO-vu listu 2017.
- Mediteranska prehrana kao način prehrane u Hrvatskoj - upisano na UNESCO-vu listu 2013.
- Soparnik, tradicionalno jelo s područja Dalmacije – upisano na UNESCO-vu listu 2017.
- Ojkanje, tradicionalno višeglasno pjevanje u Istri, Kvarneru i na sjeverozapadnom dijelu Hrvatskog primorja - upisano na UNESCO-vu listu 2010.
- Umijeće izrade drvenih dječjih igračaka u Hrvatskoj - upisano na UNESCO-vu listu 2016.
- Proljetni ophod Kraljice ili Ljelje – upisano na UNESCO-vu listu 1996.

Ovi elementi predstavljaju važan dio nematerijalne kulturne baštine Hrvatske te ih UNESCO štiti i promovira na globalnoj razini.

### **3.2. Reprezentativni primjeri hrvatske nematerijalne kulturne baštine sa UNESCO-ve liste**

Čipkarstvo u Hrvatskoj (Slika 1.) umijeće je izrade ručnog rada nastalo tehnikom šivanja iglom i preplitanjem uz pomoć batića, a razvijalo se u doba renesanse na području Mediterana i zapadne Europe. Osnovna razlika između čipkarstva u europskim zemljama i čipkarstva u Hrvatskoj jest u tome što se u Europi čipka izrađivala unutar ženskih crkvenih redova, građanstva i plemstva, dok su je na hrvatskim područjima razvijale žene mahom u ruralnim sredinama. Čipkarstvo se kao

---

<sup>26</sup> Kamenjar, Hrvatska kulturna baština čipkarstva, preuzeto s: <https://kamenjar.com/hrvatska-kulturna-bastina-cipkarstva/> (22. travnja 2023.)

tradicionalno umijeće zadržalo u Hrvatskoj do današnjih dana, a danas postoje tri glavna središta izrade čipke u Hrvatskoj: Lepoglava, Pag i Hvar. Svako od tih središta ima svoje specifičnosti i posebnosti u tehnici izrade čipka, a i namjena čipaka razlikuje se od kraja do kraja. Tako je osnovna tehnika izrade čipke u Lepoglavi uz pomoć batića, a služi kao ukras ruha ili za prodaju, dok se paška čipka koristi kao ukrasni ornament na folklornom tekstilu, a u novije vrijeme i kao samostalni ukrasni predmet. U gradu Hvaru koristi se vještina izrade čipke od agave koja se od paške i lepoglavske razlikuje upravo zbog specifičnosti materijala iz kojega se izrađuje i njene vezanosti uz benediktinski samostan.<sup>27</sup>



Slika 1. Čipkarstvo Republici Hrvatskoj

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/> (22. travnja 2023.)

Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskoga primorja (Slika 2.) složen je stil hrvatske folklorne glazbe, nastao na području Istre i Hrvatskoga primorja. Zasniva se na netemperiranim tonskim odnosima i specifičnoj boji tona kroz snažno pjevanje djelomice kroz nos. Tijekom izvođenja u obje dionice dolazi do improvizacije i varijacije, ali završeci u oktavi ostaju i dalje postojano pravilo. Tonski nizovi sastavljeni su uglavnom od četiri do šest tonova, formalna struktura i struktura teksta kreću se u rasponu od jednostavnih do kompleksnih obrazaca, a specifičan je i sam odnos glazbe i teksta.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>28</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 2. Dvoglasje tijesnih intervala

Izvor: Hrvatska katolička mreža, preuzeto s: <https://hkm.hr/kulturni-biseri/dvoglasje-tijesnih-interval-a-istre-i-hrvatskog-primorja/> (22. travnja 2023.)

Festa svetoga Vlaha (Slika 3.), zaštitnika Dubrovnika, izuzetna je pojava nematerijalne kulturne baštine, čiji počeci datiraju iz 10. stoljeća i koja je kroz svu svoju dugu stoljetnu tradiciju zadržala svoje tradicionalne i prepoznatljive odlike vrsnosti izričaja, svestranu pojavnost, prožimajući time materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu posebnom duhovnom dimenzijom. Temelji se na legendi o svetom Vlahu koji je priskočio u pomoć Dubrovčanima u obrani protiv napadača. U svečani događaj Feste svetog Vlaha uključeni su stanovnici Grada Dubrovnika i okolice, a nazočni su i predstavnici države i lokalnih vlasti te predstavnici Rimokatoličke crkve. Festa svetog Vlaha kao izraz štovanja sveca ima duhovno značenje, a ujedno oblikuje društvene odnose i pravila te kulturu nasljeđivanja, a potiče također međukulturni dijalog.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 3. Festa Svetog Vlaha

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/kulturna-bastina/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/festa-svetoga-vlaha-zastitnika-dubrovnika/16456> (22. travnja 2023.)

Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana (Slika 4.) nematerijalna je kulturna baština Republike Hrvatske u obliku običaja koji se provodi kada djevojke u proljeće, o blagdanu Duhova, u povorci obilaze selo Gorjane u Slavoniji i izvode ritual sastavljen od osobitih pjesama i plesa sa sabljama. Iz širokog repertoara kraljičkih tekstova odabiru se pjesme primjerene onoj obitelji koju povorka posjećuje, a najčešće se pjeva djevojci, mladiću ili mladoj nevjesti. Nakon pjesme, kraljevi izvode ples sa sabljama, a kraljice pjesmom komentiraju kraljeve plesne figure. Nakon što ukućani povorku počaste hranom i pićem, ona odlazi u drugu kuću. Na drugi dan Duhova, povorka odlazi u susjedno mjesto. Kraj godišnjeg proljetnog ophoda Kraljice ili Ljelje iz Gorjana obilježen je gozdom ili zabavom kod jedne od sudionice.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)





Slika 4. Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana  
Izvor: Croatia.hr, Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana, preuzeto s:  
<https://croatia.hr/hr-hr/unesco/godisnji-proljetni-ophod-kraljice-ili-ljelje-iz-gorjana>  
(24. travnja 2023.)

Procesija Za križen na otoku Hvaru (Slika 5.) nematerijalna je kulturna baština u obliku jedinstvenog obreda osobite pobožnosti, nastala kao izraz vjerskog i kulturnog identiteta stanovnika otoka Hvara, koji ima petostoljetnu tradiciju. Procesija se u noći s Velikog četvrtka na Veliki petak odvija kroz šest mjesta središnjega dijela otoka Hvara: Jelsu, Pitve, Vrisnik, Svirce, Vrbanj i Vrbosku. U 22 sata navečer iz navedenih šest župnih crkava započinju ophodi na čelu s križonošom koji nosi križ težak i do 18 kilograma, u svrhu molbe ili zahvalnosti i traju do ranih jutarnjih sati. Iza križonoše korača pratnja u bratimskim tunikama te vjernici i hodočasnici, koji se na svom putu zaustavljaju u crkvama i kapelicama drugih župa, a ujutro se vraćaju u svoju župnu crkvu. Okosnicu procesije čini Gospin plač, osmerački pasionski tekst nastao u 15. stoljeću, koji pjevaju izabrani pjevači, kantaduri.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 5. Procesija Za križen na otoku Hvaru

Izvor: Stari Grad, preuzeto s: <https://www.visit-stari-grad.com/hr/> (24. travnja 2023.)

Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskoga zagorja (Slika 6.) tradicijski su proizvodi porijeklom iz Hrvatskoga zagorja s dugom poviješću. Na prostorima sjeverozapadne Hrvatske u 19. st. razvilo se osebujno umijeće izrade igračaka, koje se u mjestima Laz Stubički i Laz Bistrički, Stubica, Tugonica i Marija Bistri zadržalo sve do danas. Asortiman drvenih dječjih igračaka se kroz prošlost širio pa se tako u pojedinim razdobljima izrađivalo sto i dvadeset različitih igračaka. Tehnika izrade generacijski se prenosila u određenim obiteljima i zadržana je do današnjeg dana.

Svaka igračka unikatni je ručni rad. Materijal korišten u proizvodnji drvenih igračaka je meko drvo iz Hrvatskog zagorja kao što su vrba, lipa, bukva i javor. Pri oslikavanju igračaka koriste se ekološke boje, a za podlogu koristi se crvena, žuta ili plava boja. Najčešći ornamenti na igračkama su cvjetni ili geometrijski ukrasi. Danas je u optjecaju oko pedeset različitih vrsta igračaka, od raznovrsnih svirala, tamburica, igračaka u obliku životinja, sve do uporabnih predmeta. Unatoč velikoj konkurenciji zbog rastućeg broja modernih industrijskih igračaka, tradicija izrade drvenih igračaka u Hrvatskoj se do danas zadržala i sačuvala svoju originalnost i posebnost.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 6. Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskoga zagorja

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/> (22. travnja 2023.)

Godišnji proljetni ophod Zvončari s područja Kastavštine (Slika 6.) tradicionalni je ritual i simbol lokalnog kulturnog identiteta, razvijen u blizini lučkoga grada Rijeke i mondenog ljetovališta Opatije. Godišnji proljetni ophod odvija se u vrijeme poklada od 17. siječnja do Pepelnice na način da desetak grupa muškaraca s maskama i zvonom te odjećom od naopako okrenute ovčje kože, obilazi svoja i susjedna sela na višekilometarskim ophodima po tradicijskim putovima. Grupe zvonima zvone kretajući se na različite načine, što iziskuje određene vještine i fizičku izdržljivost. Tradicionalno je ova povorka utjelovila drevna magijska značenja kojima se krajem zime prizivala plodnost, ali ovaj običaj ostao je i danas živ. Običaj se posebno zadržao na području nekadašnje Kastavštine, općine Matulji i Viškovo. Na području Matulja djeluju Rukavački, Zvonejski, Brgujski, Munski, Frlanski i zvončari Vlahov Breg - Korensko, a na području Viškova Halubajski zvončari.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 7. Godišnji proljetni ophod Zvončari s područja Kastavštine  
Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/>  
(22. travnja 2023.)

Medičarski obrt, razvijen na području sjeverne Hrvatske (Slika 8.), višestoljetna je tradicija izrade proizvoda od tijesta, tzv. licitara u pojedinim regijama Republike Hrvatske. U današnje doba djeluje oko trideset i pet medičara na prostoru trinaest hrvatskih županija. Šareni licitari izrađuju se od gradova Karlovca preko Varaždina do Osijeka, a nastaju u obrtnim obiteljskim medičarskim radionicama. Svaki licitar mora sadržavati osnovne sastojke kao što su brašno, šećer, voda i amonijak-bikarbonat. Tehnika izrade podrazumijeva oblikovanje licitara limenim kalupima, nakon čega se licitari peku, suše i u konačnici oslikavaju šarenim jestivim bojama. Najzastupljenija boja je crvena. Nakon drugog sušenja licitari se ukrašavaju smjesom u koju dodaju jestive boje i to žuta, bijela, zelena, ružičasta i plava, potom se stavljaju u smjesu u tuljce i koristeći se maštom, izrađuju se različiti ukrasi. Na oslikani licitar mogu se otisnuti sličice, ogledalca ili pisati stihovi. Motivi i oblici licitara su razni, a najčešće je licitarsko srce. Od ostalih oblika najzastupljenije se bebe, konji, konjanici te manji licitari kojima se ukrašavaju božićna drvca. Veliko umijeće izrade i poseban način izrade i oslikavanja licitara očuvali se se kao jedan od najprepoznatljivijih hrvatskih proizvoda i preraslo u autohtoni hrvatski suvenir.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



Slika 8. Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske  
Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/>  
(22. travnja 2023.)

Sinjska alka (Slika 9.) tradicionalni je viteški turnir i neizostavni dio hrvatske kulturne baštine koji se od 1715. održava u gradu Sinju koji se smjestio na području Cetinske krajine između dva planinska lanaca Svilaje i Dinare, okružen rijekom Cetinom, koja protječe kroz Cetinsko, Vrličko, Hrvatačko i Sinjsko polje. Tradicionalna viteška igra provodi se po strogo kodificiranim pravilima, uz povijesnu odoru, opremu i oružje. Sinjska alka nastala je po uzoru na stara viteška natjecanja, osobito tzv. "gađanja u prsten". Temelj Sinjske alke je u širim europskim i orijentalnim viteškim tradicijama, ali je zadržala svoje autohtono lokalno ruho i bila istinsko etičko mjerilo u ljubomornom čuvanju viteškog duha i zavičajnosti.<sup>35</sup>

Specifičnost je Sinjske Alke, kao jednog od reprezentativnog primjera nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske, u tome što je fenomen ove manifestacije tijekom čitave svoje povijesti, od njezina nastanka do današnjih dana, ostao u svojoj suštini nepromijenjen, društveni događaj čiju višestoljetnu tradiciju nisu uspjele prekinuti ni brojne društveno-političke promjene, ekonomski, kulturološki i ostali sociološki događaji s područja grada Sinja i Cetinske doline, ali i šire regije.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>36</sup> Nikičić, I., Berbić, Kolar, E., *Sinjska alka – primjer dobre prakse održivosti nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske, Održivo nasljeđe*, Zbornik radova znanstvenih konferencija Učiteljskog fakulteta na mađarskom nastavnom jeziku, Sveučilište u Novom Sadu, 2021., str. 177.

Mnogi autori izučavali su fenomen Sinjske alke u nacionalnom, ali i međunarodnom kontekstu. Studije o Sinjskoj alki od 2000. fokusirane su na široki spektar aspekata Sinjske alke kao pojave specifičnog društvenog fenomena. Vukušić (2002.) tako proučava transformaciju viteštva u Sinjskoj alki kojom je promatra kao vitešku igru. Autorica smatra da sama Alka prolazi kroz burnu transformaciju u aktualnom, kulturnom i političkom trenutku Hrvatske. Vukušić se također bavi osobitostima Sinjske alke kao načina i sredstva artikulacije te prenošenja sjećanja bitnih za lokalnu zajednicu grada Sinja i Cetinske krajine. Barić (2006.) istražuje i razmatra neredu na Sinjskoj alki 1935. s povijesno političke pozicije. Vukušić (2007.) dalje istražuje zapise o Sinjskoj alki i mogućnost njihove primjene u etnološkome istraživanju, a 2008. istražuje ulogu tradicije u samoj konstrukciji identiteta Sinjske alke. Kako je UNESCO-a 16. studenoga 2010. u Nairobiju donio odluku o upisu Sinjske alke na Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, tako je Sinjska alka dobila i službeno priznanje najrelevantnije svjetske organizacije za promicanje kulturnih vrijednosti.<sup>37</sup>



Slika 9. Sinjska alka

Izvor: Alka.hr, preuzeto s: <https://www.alka.hr/muzej/sinjska-alka-s41>  
(22. travnja 2023.)

Glazbeni izričaj ojkanje (Slika 10.) naziv je za najstariji sloj arhaičnih, tradicijskih pjevanja na hrvatskim područjima dalmatinskog zaleđa, Ravnih kotara, Bukovice, podvelebitskog kraja, Like, Korduna i karlovačkog područja. Ojkanje je arhaično pjevanje potresanjem glasa posebnim načinom pjevanja “iz grla”. Danas se ovaj način pjevanja u većini krajeva naziva starovinskim pjevanjem, a izvodi ga pojedinac,

---

<sup>37</sup> Isto, str. 178.

sam ili uz pratnju drugoga glasa, koji za vrijeme potresanja leži na duljem pratećem tonu.<sup>38</sup>

Ovo pjevanje ima lokalne i regionalne nazive poput ojkanje, orcanje, orzenje, treskavica i slično. Orzenje je naziv koji se za ovu vrstu pjevanja koristi u Lišanima i nekim drugim mjestima Bukovice i Ravnih kotara. Orzenje najčešće izvode minimalno dva pjevača. Prvi glas poziva, drugi glas odgovara na pozivanje i skalina (potresa glasom). Ostali glasovi su, ako ih ima, pratnja i ulaze u pjesmu nakon što drugi pjevač prihvati. Upravo je skaliranje (groktanje, treskanje itd.), odnosno potresanje glasa na slog oj, zajednička i najkarakterističnija crta svih regionalnih stilova koji su skupa svedeni pod naziv "Glazbeni izričaj ojkanje"<sup>39</sup>

Specifičnost ojkanja ogleda se u njegovom izraženom performativnom karakteru. Svaka izvedba u ojkanju je jedinstvena i kvaliteta izvedbe ovisi o inovativnosti i vještinama pjevača. Ojkanje je također izrazito zahtjevno i arhaično pjevanje te ga je teško savladati, osobito mlađim neiskusnim generacijama. Stoga se provodi edukacija ojkanja i organizacije izvedbe ojkanja na smotrama folkloru u okviru Kulturno-umjetničkih društava.<sup>40</sup>



Slika 10. Ojkanje

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/> (22. travnja 2023.)

---

<sup>38</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>39</sup> Brkljačić, M., Nematerijalna kulturna baština u natječajima na području Zadarske županije, *Ethnologica Dalmatica*, Vol. 27, 2020., str. 126.

<sup>40</sup> Isto, str. 121.

Bećarac (Slika 11.) tradicijski je usmeni glazbeni žanr nastao na području istočne Hrvatske i predstavlja simbol identiteta Slavonaca, Baranjaca i Srijemaca. Stilom izvođenja i tekstualnom sastavnicom izražava društvene vrijednosti, ali i misli i osjećaje koje se inače ne izražava izravno ili u drugim kontekstima, kao npr. u slučaju odstupanja od seksualnih normi. Značajka ovakvog stila pjevanja je komunikacija među izvođačima: izmjenjivanje vodećih pjevača i njihovo nadovezivanje na prethodnoga međusobno nadmetanje jedan s drugim u izvođenju deseteračkih dvostihova i u oblikovanju vodeće melodijske linije, a njihovoj se interakciji redovito pridružuje i skupina pjevača i svirača najčešće u obliku tamburaškog sastava. Mjere koje se provode radi očuvanja i zaštite bećarca podržavaju bogatu raznolikost unutar ovoga žanra i održavaju njegovu komunikacijsku funkciju.<sup>41</sup>



Slika 11. Bećarac

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/> (22. travnja 2023.)

Nijemo kolo (Slika 12.) vrsta je nematerijalne kulturne baštine u obliku plesa nastalo na području Dalmatinske zagore. Nijemo kolo smjestilo se na listu zaštićene nematerijalne baštine zbog specifičnosti u načinu izvođenja. Izvodi se bez pratnje ili potpuno neovisno o vokalnoj ili instrumentalnoj izvedbi koja katkad, ovisno o zbivanju, može bio dio zvučne pozadine kao što je svirka u diple, mijeh ili specifičan način pjevanja potresanjem glasa u malim skupinama, tzv. ojkanje. Nijemo kolo može se izvoditi odvajanjem u parove ili izvođenjem slobodnim kretanjem parova po plesnom podiju. Zbog svojih specifičnosti u izvedbi plesne strukture i plesnih koraka, kolo je osnovno obilježje lokalnoga identiteta. Izvedba nijemog kola u pravilu se

---

<sup>41</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)



odvija u spontanijama o pokladama, na sajmovima, često blagdanima i u svadbama.

Nijemo kolo izvode folklorne skupine u povodu blagdana zaštitnika svojih župa ili na smotrama folkloru. Umijeće izvedbe nijemog kola prenosi se generacijski, danas sve više u kulturnim društvima. Za nijemo kolo koristi se još naziv mutavo, gluho, šuplje kolo, a prema mjestu na kojem se izvodi može biti vrličko, sinjsko.<sup>42</sup>



Slika 12. Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore

Izvor: Visit Sinj, preuzeto s: <https://www.visitsinj.hr/hr/vodic/sinj/etno/nijemo-kolo-dalmatinske-zagore> (22. travnja 2023.)

Klapsko pjevanje (Slika 13.) stara je pojava i izvorna nematerijalna kulturna baština Hrvatske poznata po svom prepoznatljivom stilu pjevanja, nastalo na području Dalmacije, u vrijeme razvoja dalmatinskih gradova pod utjecajem organizirane glazbene djelatnosti preporodnog razdoblja. U svojim počecima, klapsko pjevanje bilo je isključivo muško tradicionalno pjevanje, a izvodile su ga manje skupine pjevača, u pravilu bliskih prijatelja povezanih zajedničkim poslovnim i drugim interesima koje je vezivala ljubav prema klapskoj pjesmi. Klapsko pjevanje pjevači su izvodili za svoju dušu po uskim kalama, tražeći skrivene kutke u kojima glas najbolje odzvanja. Iz takvih neformalnih pjevačkih druženja izrodila se organizirana glazbena djelatnost, koja je našla svoje mjesto diljem otočne, obalne i gorske Dalmacije. Klapsko pjevanje s glazbenog aspekta spada u *a capella* homofono pjevanje koje se razvilo od svog prvotnog tradicijskog oblika pjevanja (klapska pjesma) i postojanja (klapa) do stručno vođenog, organiziranog oblika pjevanja, više popularne nego tradicionalne glazbe. Klapske pjesme spadaju u homofone napjeve, prepoznatljive po

---

<sup>42</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

svojoj unutrašnjoj glazbenoj strukturi, kretanju melodijskih linija glasova, harmonijskoj konstrukciji i sadržaju tekstova napjeva. Melodija napjeva (prvi tenor) praćena je drugim glasom, uvijek u terci (drugi tenor). Treći glas (bariton) ima zadaću popuniti akord, a prvenstvena zadaća basa je jasno označiti harmonijske funkcije u osnovnom položaju.<sup>43</sup>

Klapsko pjevanje dinamičan je oblik nematerijalne baštine s potencijalom generiranja dodatne vrijednosti, prenošenjem vrijednosti prostornog bogatstva i svojim živopisnim elementima, kao turistički proizvod. Kao kulturni proizvod, klapsko pjevanje je medij komunikacije tradicionalne vrijednosti ciljnoj publici, govori u prilog specifičnog načina života, a ujedno je prikaz lokalne samoidentifikacije lokalnog stanovništva. Tradicija klapskog pjevanja prvi put se pojavila u pučkim slojevima društva sredinom 19. stoljeća kao rezultat duhovnog stanja mediteranskih gradova. Klapsku pjesmu oblikovalo je i liturgijsko pjevanje zapadnog obreda kao što su gregorijanski koral, glagoljaško pjevanje i crkveno pučko pjevanje.<sup>44</sup>

Klapsko pjevanje korijenski je vezano za otoke i gradove u Dalmaciji, radi čega je bitan poseban pristup u promociji klapskog pjevanja s obzirom na njegovu prostornu heterogenost i različitost. Klapsko pjevanje neophodno je primarno zaštititi, a zatim integrirati snagu identiteta klapskog pjevanja kroz kvalitetnu promociju. Klapsko pjevanje dalo je svoj doprinos izvornosti etnosocijalne vrijednosti, po kojoj je jedinstveno nematerijalno kulturno dobro, koje je uz ostalih šesnaest nematerijalnih kulturnih dobara Republike Hrvatske 2012. upisano i uvršteno u UNESCO-vu reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Klapa nije izolirani fenomen, a karakter, glazbeni sadržaj i stil klape, kroz povijest su se prilagođavali novonastalim promjenama, što je jedan od razloga porasta njezine popularnosti čak i kod mlađe publike, a klapsko pjevanje gotovo da je došlo do razine popularne glazbe.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>44</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 74.

<sup>45</sup> Isto, str. 75.-76.

Utjecaji na stil klapskog pjevanja predmet je rasprave među hrvatskim znanstvenicima, a ključni moment odigrala je sistematizacija klapske pjesme pjevane na prvih deset omiških festivala. Razvrstane su kao<sup>46</sup>:

1. dalmatinska (tradicionalna) klapska pjesma;
2. gregorijansko pjevanje;
3. talijanska, šira mediteranska melodija;
4. pohodne i uzbudljive melodije pjesama;
5. komponirana dalmatinska klapska pjesma;
6. pjesme iz unutrašnjosti Hrvatske;
7. pjesme iz starijeg sloja sjeverno-dalmatinske narodne tradicije;
8. svečane, narativne ili druge pjesme koje izvodi klapa, a pjevaju se poput klapskih pjesama;
9. pjesme preuzete iz starih i suvremenih pop hitova.

Repertoar klapskih pjesama u svojim počecima se bazirao na ljubavnoj tematici, a nakon utemeljenja Omiškog festivala pokrivene su sve sfere suvremenog života stanovnika Dalmacije.<sup>47</sup>



Slika 13. Klapsko pjevanje

Izvor: Službene stranice Grada Šibenika, preuzeto s: [www.sibenik.hr](http://www.sibenik.hr)  
(22. travnja 2023.)

Mediteranska prehrana (Slika 14.) dospjela je na UNESCO-vu listu kada se sedam mediteranskih država - Cipar, Hrvatska, Italija, Grčka, Maroko, Portugal i Španjolska

---

<sup>46</sup> Na i. mj.

<sup>47</sup> Na i. mj.

- okupilo u multinacionalnoj nominaciji ne bi li očuvale svoju prehranu kao sukus zajedničkoga geografskog, povijesnog i kulturnog nasljeđa. Na Braču je tako zaštićeno jelo vitalac i torta hrpačuša, a na Hvaru starogrojski paprenjok. Osnovne kulinarske tehnike mediteranske prehrane su kuhanje (na lešo), pečenje (na gradelama ili pod pekom), sušenje (meso i riba) te soljenje (riba, masline...).

Uska povezanost mediteranske prehrane s okolišem i prirodnim sezonskim ritmom danas se izražava i kroz djelovanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i poljoprivrednih zadruga te mnogobrojnih udruga. Dosad je umijeće pripreme tradicijskih mediteranskih jela, znanja i vještina proizvodnje ili ulova namirnica spadalo u domenu usmenog prenošena znanja, dok danas mediteranska zajednica aktivno radi na pisanom te audiovizualnom dokumentiranju ovih umijeća.<sup>48</sup>



Slika 14. Mediteranska prehrana

Izvor: Croatia.hr, preuzeto s: <https://croatia.hr/hr-hr/unesco/mediteranska-prehrana> (22. travnja 2023.)

Ekomuzej Batana (Slika 15.) nematerijalna je kulturna baština u obliku projekta koji je pokrenula grupa lokalnog stanovništva s pomoću konzervatorice, stručnjakinje za ekomuzeologiju Dragane Lucije Ratković. Prema predaji, ime batana dolazi od talijanskog glagola *battere*, što znači udarati, tući, mlatiti, a asocijacija je na zvuk

---

<sup>48</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

udaranja ravna dna barke o valove. Ekomuzej Batana svoju misiju realizira putem svojih glavnih sastavnica:

1. "Kuća o batani" - predstavlja središnji interpretacijski i dokumentacijski centar;
2. "Mali škver", lokalnog naziva *peñcio squèro*, postavljen na rivi gdje se ljeti grade batane, kombinirajući na najbolji način javnu prezentaciju i održivost izgradnje batane kao načina života;
3. Spacio Matika je integriran u Ekomuzej 2006. kao jedna od posljednjih rovinjskih kantina koja je ostala netaknuta i gdje se lokalna zajednica zajedno s gostima okuplja, uživa u tradicijskoj kuhinji, vinu i glazbi.

Osim upravljanja fizičkim prostorima, Batana organizira brojne aktivnosti koje svaka na svoj način pridonose ostvarenju glavnog cilja Ekomuzeja, očuvanju lokalne nematerijalne i materijalne kulture. Najpopularnije su tradicionalno porinuće batane u more te Rovinjska regata osnovana 2006. s ciljem revitalizacije tradicijskih plovila s latinskim jedrom.<sup>49</sup>



Slika 15. Ekomuzej Batana

Izvor: Rovin-torism.com, preuzeto s: <https://www.rovinj-tourism.com/hr> (22. travnja 2023.)

Međimurska popevka (Slika 16.) tradicijski je napjev Međimurja. Izvodila se samo u crkvi, a međimurska biskupija je od 11. stoljeća uključena u Zagrebačku biskupiju. Upravo je taj hrvatski identitet tako pridonio pripojenju Međimurja matici zemlji u 20.

---

<sup>49</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

stoljeću. Međimurska popevka obuhvaća jednoglasno ispjevane lirske i epske napjeve, balade i romance. Tekst međimurske popevke prožet je pretkršćanskim, povijesno-suvremenim i svjetovno-duhovnim elementima lokalne, hrvatske, slavenske i europske ruralne i urbane, profane i sakralne tradicije. Međimurska popevka neizostavni je dio lokalnih i nacionalnih javnih manifestacija te izvedbenih umjetnosti. Nadahnula je brojne međimurske i druge hrvatske skladatelje. Međimurska popevka je 14. lipnja 2013. upisana na Listu zaštićenih nematerijalnih dobara Republike Hrvatske, a 28. studenoga 2018. na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne baštine čovječanstva.<sup>50</sup>



Slika 16. Međimurska popevka

Izvor: eMeđimurje, preuzeto s: <https://emedijimurje.net.hr/> (22. travnja 2023.)

Umijeće suhozidne gradnje (Slika 17.) predstavlja umijeće konstrukcija od neobrađenoga ili minimalno obrađenoga kamena bez upotrebe vezivnih konstruktivnih elemenata. Kao rezultat ovoga umijeća nastale su brojne prostorne pojave u rasponu od skromnih pojedinačnih građevina do impresivnih suhozidnih krajolika. Posebno se javljaju na mediteranskom ruralnom prostoru gdje je umijeće suhozidne gradnje odigralo najvažniju povijesnu ulogu. Upravo je iz mediteranskoga kruga zemalja, Cipra, Grčke, Francuske, Hrvatske, Italije, Slovenije, Španjolske i Švicarske, krenula inicijativa za prepoznavanje umijeća suhozidne gradnje kao univerzalne vrijednosti čovječanstva. Suhozid je i dan danas simbol osobne vještine pojedinca, akumuliranoga rada generacija graditelja i kulturnoga kontinuiteta zajednice u cjelini. Suhozid je danas valoriziran kao vrijedni okolišni element, posebice u sustavu poljoprivrednih potpora.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: travnja <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>51</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: travnja <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192>

Vještina slaganja kamena uvijek je ostala tražena vještina u građevinarstvu, a odnedavno je, kroz različite društvene i edukacijske programe i aktivnosti, suhozid poprimio i jednu sasvim novu ulogu kroz koju dolazi do izražaja društveni i obrazovni baštinski potencijal ovoga kompleksnog fenomena.<sup>52</sup>



Slika 17. Umijeće suhozidne gradnje

Izvor: Croatia.hr, preuzeto s: <https://croatia.hr/hr-hr/unesco/umijece-suhozidne-gradnje> (22. travnja 2023.)

Zaključno, kulturno-umjetničke manifestacije, festivali, razna umjeća, znanja i vještine nematerijalne kulturne baštine mogu biti snažan pokretač razvoja manifestacijskog turizma. U stručnoj literaturi, zbog brojnosti tumačenja pojma manifestacija, nije moguće provesti sveobuhvatnu klasifikaciju terminoloških razgraničenja pojmova, a da se one sadržajno ne preklapaju. Manifestacije nematerijalne kulturne baštine često se vrednuju isključivo razinom zadovoljstva stečenog iskustvom njezinih posjetitelja. Kulturne manifestacije i festivalska događanja lako se mogu integrirati u ukupni kulturni turistički proizvod koji na taj način pridonosi stvaranju dodatne vrijednosti već postojećoj turističkoj ponudi.<sup>53</sup>

---

[ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192](https://croatia.hr/hr-hr/unesco/umijece-suhozidne-gradnje) (22. travnja 2023.)

<sup>52</sup> Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ovim listama, preuzeto s: travnja <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/kulturna-bastina-na-unesco-ovim-popisima/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise-21192/21192> (22. travnja 2023.)

<sup>53</sup> Šerić, L., *Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja*, Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, godina 2, broj 1/2020, str. 73.

Kulturne manifestacije i festivali imaju atraktivni element u etnosocijalnoj komponenti koji privlači novi i drugačiji profil turista čiji je cilj odmaknuti se od standardnog proizvoda. Utjecaj lokalnog izričaja i autohtonosti te identitet destinacije i izgradnja brenda, učvršćuju veze između turista koji su zainteresirani za takav proizvod i samog proizvoda destinacije. Kulturno-umjetnički festivali, smotre i razna druga događanja pridonose stvaranju pozitivnog imidža i obogaćuju doživljaj posjetitelja sadržan u rukopisu autohtonog proizvoda koji se integrira s elementima proizvoda u jedinstveni brend destinacije. Privlačenje inozemnih posjetitelja kroz naglašenu užu suradnju s lokalnim zajednicama i promicanje opstojnosti nematerijalne kulturne baštine pruža turistima jednu sasvim novu percepciju posjećene destinacije. Nematerijalna baština u svojoj je suštini krhka i potrebno ju je pažljivo njegovati i prezentirati kako ne bi izgubila svoj identitet. Naglasak kod nematerijalne kulturne baštine mora biti na izvornosti i reputaciji, čime se otvara pitanje neophodnosti njene prevencije i zaštite. Nematerijalna kulturna baština ima iznimni potencijal da može stvarati brend destinacije i povezivati se s identitetom lokalnog kraja. Pritom je bitno da nematerijalna baština ne riskira gubitak svoje autentičnosti kao rezultat prilagodbe širim potrebama. S kulturno-antropološkog gledišta, izvornost koja je sadržana u kulturnim vrednotama s vremenom se generira u nove okvire prihvatljive kvalitete, pri čemu se na taj način artikulira s prostornim izričajem lokalnog kraja.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Na i. mj.



## 4. ANALIZA PREPOZNATLJIVOSTI HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU

### 4.1. Istraživačka metoda

Za izradu istraživačkog dijela diplomskog rada upotrijebljena je metoda anketiranja i provedeno je primarno istraživanje kojim su se prikupili podaci o stavovima i mišljenjima ispitanika, odnosno došlo se do informacija o poznavanju hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu. Instrument istraživanja je anketni upitnik, a samo istraživanje temelji se na metodi prikupljanja podataka putem Google obrasca koji su ispitanici popunjavali *online*, postavljenim, na društvenim stranicama Facebooka u raznim Erasmus grupama.

Istraživanje koje je provedeno na uzorku od 48 ispitanika obuhvaća ispitanike iz različitih demografskih područja te različitih dobni, spolnih i obrazovnih karakteristika.

Anketni upitnik sastavljen je od dvije kategorije pitanja; dihotomne skale i Likertove skale, a sastoji se od ukupno osam pitanja, od čega četiri dihotomna pitanja i četiri pitanja po Likertovoj skali vrednovanja odgovora. Likertova skala sastoji se od tvrdnji koje se odnose na prikupljanje podataka o prepoznavanju hrvatske kulturne nematerijalne baštine i prepoznavanju važnosti nematerijalne kulturne baštine uopće, za koje su ispitanici zatraženi da označe stupanj svojeg slaganja s ponuđenim tvrdnjama pri čemu je 1 = u potpunosti se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = niti se slažem niti ne slažem, 4 = slažem se, 5 = u potpunosti se slažem.

Anketna pitanja postavljena su ispitanicima u obliku izjavne tvrdnje, na hrvatskom i engleskom jeziku, a glase:

1. Upoznat sam sa sljedećim oblicima hrvatske kulturne baštine.
2. Prisustvovao sam festivalima/događanjima koji utjelovljuju hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu.
3. Očuvanje nematerijalne kulturne baštine ima brojne prednosti za zajednicu.
4. Nematerijalna kulturna baština pridonosi očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog nasljeđa.
5. Očuvanje hrvatske kulturne baštine iznimno je važno.
6. Svjestan sam postojanja nematerijalne kulturne baštine.

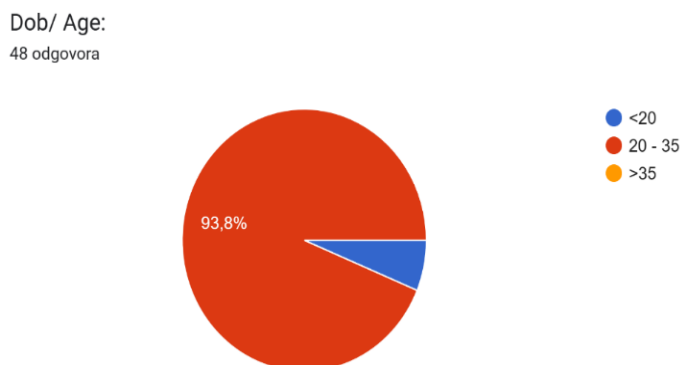
7. Smatram da se koncept nematerijalne kulturne baštine i briga o njezinoj zaštiti treba implementirati u obrazovni sustav i druge društvene sfere.
8. Napore za očuvanje nematerijalne kulturne baštine ocjenjujem pozitivno.

Cilj anketiranja je prikupljanje i analiza danih podataka kako bi se izveli zaključci o poznavanju reprezentativne hrvatske nematerijalne kulturne baštine, utvrdio stupanj važnosti i interesa ispitanika za hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu te kako bi se na temelju provedenog anketnog istraživanja iznijeli prijedlozi za daljnji progres i promoviranje hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu te ukazalo na važnost zaštite i promocije hrvatske nematerijalne kulturne baštine kao jedinstvenog fenomena hrvatske kulture i tradicije te kao vrijednost turističkog proizvoda.

#### 4.2. Uzorak ispitanika

Grafikon 1. prikazuje strukturu anketiranih ispitanika prema dobi. Najveći broj anketiranih ispitanika (njih 93,8 %) u dobi je između 20-35, a njih 6,2 % ispitanika je u dobi manjoj od 20 godina.

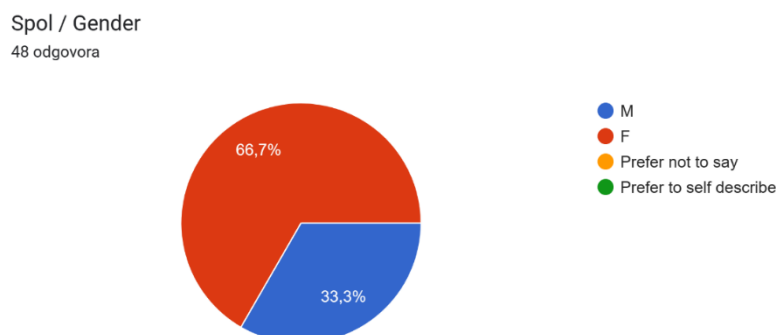
Grafikon 1. Struktura ispitanika prema dobi



Izvor: Izrada autorice

U istraživanju je sudjelovao veći broj ženskih ispitanika, odnosno 66,7 % ispitanika ženskog spola i 33,3 % ispitanika muškog spola, kako je vidljivo iz Grafikona 2.

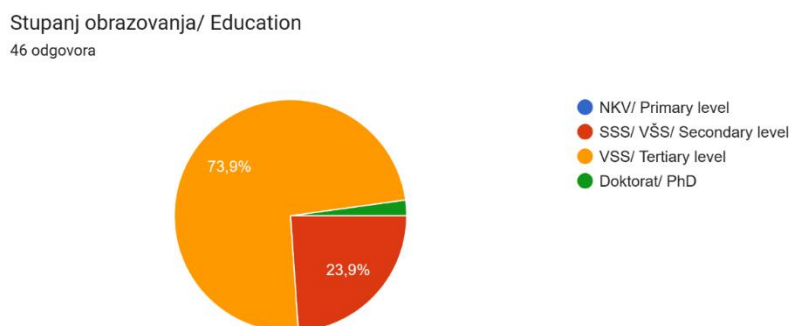
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 3. daje prikaz strukture ispitanika prema stupnju obrazovanja. Tako 73,9 % ispitanika ima završenu visoku stručnu spremu, slijede ispitanici sa srednjom ili višom školom (23,9 %), broj ispitanika sa stručnim zvanjem magistra ili doktorata iznosi 2,2 %, 2 ispitanika se na navedeno pitanje nisu izjasnili, dok nekvalificirani ispitanici nisu pristupili istraživanju.

Grafikon 3. Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja



Izvor: Izrada autorice

Najveći broj ispitanika je iz zemalja europskog kontinenta, i to Zapadne, Sjeverne i Srednje Europe (Njemačka, Francuska, Italija, Nizozemska, Poljska, Portugal, Španjolska, baltičke i nordijske zemlje), a slijede ih ispitanici s azijskog kontinenta, od čega najviše iz Azerbajdžana, Gruzije, Japana i Južne Koreje. U anketnom upitniku sudjelovali su također ispitanici iz afričkih zemalja (Tanzanija, Tunis), Južne Amerike (Meksiko, Čile, Kolumbija, Peru), a po jedan ispitanik iz Sjedinjenih Američkih Država

i Kanade te Francuske Polinezije. S australskog kontinenta također su sudjelovali u anketnom istraživanju, iz čega proizlazi da je, iako je u pitanju relativno mali uzorak ispitanika, obuhvaćeno veliko geografsko područje, odnosno ispitanici iz svih krajeva svijeta i svih kontinenata. Također su, osim već spomenutih država, u anketnom upitniku sudjelovali i ispitanici iz Bjelorusije, Turske, Irske, Češke Republike, Engleske, Irske i Ukrajine.

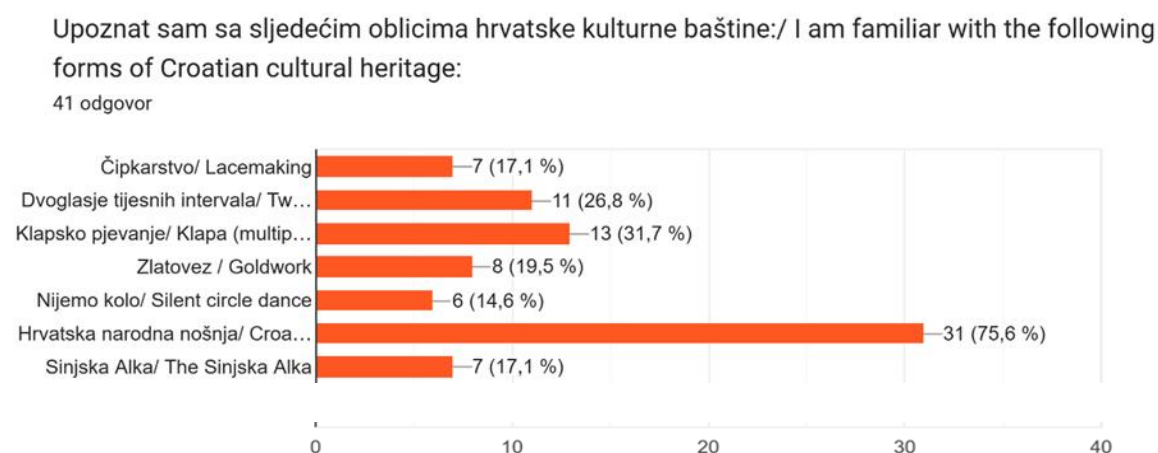
### 4.3. Rezultati upitnika

Kako bi se prikupili relevantni podaci o iskustvima, doživljajima, praksi i stavovima ispitanika, postavljena su im dijelom dihotomna pitanja, a dijelom pitanja s Likertovom ljestvicom vrednovanja njihovih odgovora.

Kako bi se utvrdilo elementarno poznavanje hrvatske nematerijalne kulturne baštine, ispitanicima su postavljena dihotomna pitanja, na koja su ispitanici trebali odgovoriti s: DA ili NE.

Na prvom od 8 anketnih pitanja (1. Upoznat sam sa sljedećim oblicima hrvatske kulturne baštine) ispitanicima je ponuđeno 7 oblika hrvatske nematerijalne kulturne baštine, a trebali su ocijeniti jesu li upoznati s njima ili ne. Rezultati provedenog upitnika vidljivi su u Grafikonu 4.

Grafikon 4. Poznavanje oblika hrvatske nematerijalne baštine na reprezentativnim primjerima



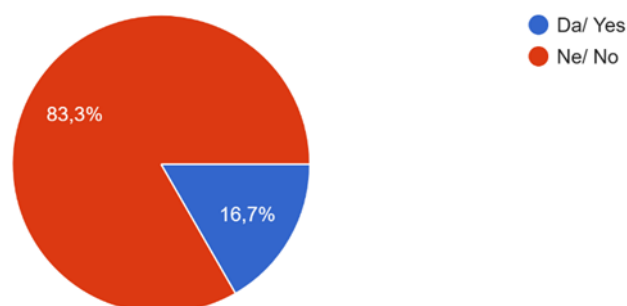
Izvor: Izrada autorice

Iz Grafikona 4. proizlazi da je odgovor na pitanje o prepoznatljivosti reprezentativnih primjeraka hrvatske nematerijalne kulturne baštine dao 41 ispitanik, dok 7 ispitanika nije odgovorilo na postavljeno pitanje. Zaključuje se da najviše ispitanika prepoznaje hrvatsku narodnu nošnju (31), zatim klapsko pjevanje (13), zatim dvoglasje tijesnih intervala (11), a zatim zlatovez (8). Čipkarstvo i Sinjsku alku prepoznaje jednaki broj ispitanika (7), a najmanje ispitanika, njih 6, u mogućnosti je prepoznati nijemo kolo. S druge strane to znači da je negativan odgovor na prepoznavanje nematerijalne kulturne baštine u vidu hrvatske narodne nošnje dalo 10 ispitanika, klapsko pjevanje 28, dvoglasje tijesnih intervala 30, zatim zlatovez 33, a čipkarstvo i Sinjsku alku nije prepoznalo 34 ispitanika, dok nijemo kolo ne prepoznaje čak 35 ispitanika. Rezultati dobiveni ovim anketnim pitanjem pokazuju da, osim tradicionalne hrvatske narodne nošnje, ne postoji značajnije poznavanje reprezentativnih oblika hrvatske nematerijalne baštine u svijetu. Posebice iznenađuje činjenica da je Sinjska alka prepoznata od strane samo 7 ispitanika, iako spada u kulturne manifestacije koje se značajnije promoviraju u okviru turističkih ponuda Republike Hrvatske.

Grafikon 5. odgovara na pitanje posjećenosti kulturnih manifestacija u Republici Hrvatskoj. Iz anketnog pitanja o prisustvovanju festivalima ili kulturnim događanjima proizlazi da čak 83,3 % od 48 ispitanika nikada nije prisustvovalo nijednom festivalu ili kulturnom događanju u Republici Hrvatskoj, dok tek njih 16,7 % na navedeno pitanje daje pozitivan odgovor.

Grafikon 5. Posjećenost festivala/događanja koji utjelovljuju hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu

Prisustvao sam festivalima/ događanjima koji utjelovljuju hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu/ I have attended festivals/ evants that embody Croatian intangible cultural heritage.  
48 odgovora



Izvor: Izrada autorice

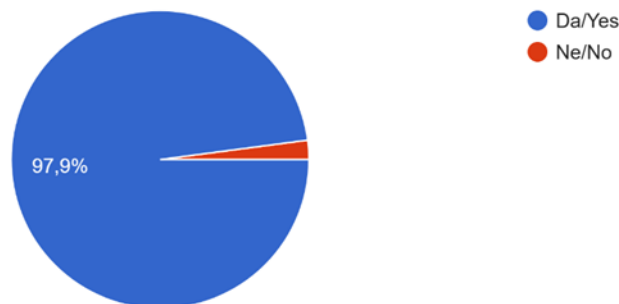
Pokazatelj je to da, barem ako je suditi prema ispitanicima iz relativno mlade dobne skupine, ne postoji veći interes za posjećivanje kulturno-umjetničkih događanja u Republici Hrvatskoj.

Grafikon 6. daje odgovor na pitanje o prednostima nematerijalne kulturne baštine za društvenu zajednicu iz koje proizlazi. Čak 97,9 % (47) ispitanika odgovara potvrdno na navedeno pitanje, dok suprotno misli tek 2,1 % ispitanika, odnosno jedan ispitanik.

Grafikon 6. Prednosti očuvanja nematerijalne kulturne baštine za zajednicu

Očuvanje nematerijalne kulturne baštine ima brojne prednosti za zajednicu./ Preserving intangible cultural heritage has numerous benefits for the community.

48 odgovora

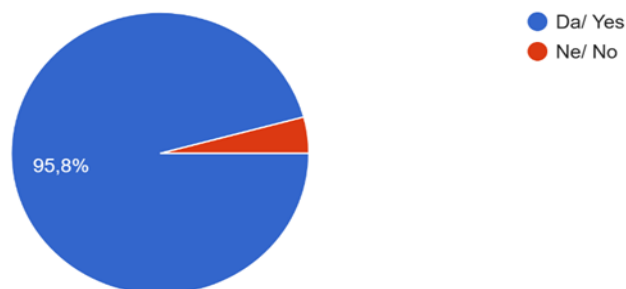


Izvor: Izrada autorice

Grafikon 7. odgovara na pitanje o doprinosu nematerijalne kulturne baštine očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog nasljeđa. I ovdje je visok postotak ispitanika (95,8) koji se slaže s navedenom tvrdnjom, dok tek 4,2 % ispitanika smatra da nematerijalna kulturna baština ne pridonosi očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog nasljeđa.

## Grafikon 7. Doprinos nematerijalne kulturne baštine očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog naslijeđa

Nematerijalna kulturna baština doprinosi očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog naslijeđa./ Intangible cultural heritage contributes to the preservation of national identity and cultural heritage  
48 odgovora

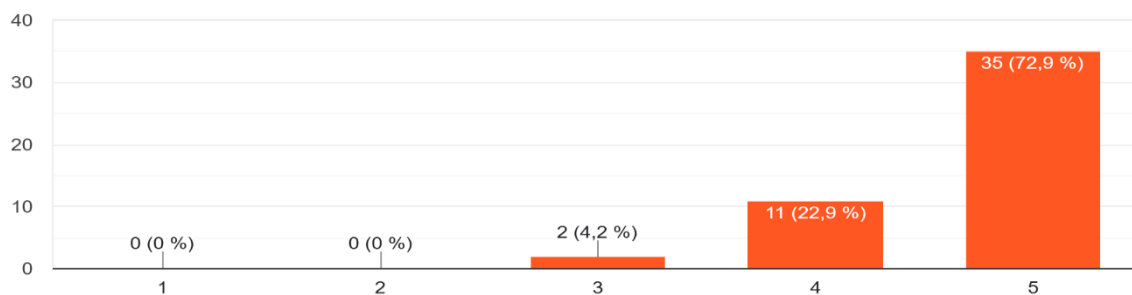


Izvor: Izrada autorice

U Grafikonu 8. prikazan je stav ispitanika o važnosti očuvanja hrvatske nematerijalne kulturne baštine, a odgovori su vrednovani Likertovom skalom. Najveći broj ispitanika, njih 72,9 %, u potpunosti se slaže da je očuvanje hrvatske kulturne baštine iznimno važno. Dalje, s navedenim odgovorom slaže se 22,9 % odnosno 11 ispitanika, dok su dva (4,2 %) ispitanika ostala neopredijeljena. Niti jedan ispitanik na postavljeno pitanje nije dao odgovor da se s tvrdnjom ne slaže ili da se u potpunosti ne slaže.

## Grafikon 8. Važnost očuvanja hrvatske nematerijalne kulturne baštine

Očuvanje hrvatske kulturne baštine iznimno je važno./ The preservation of Croatia cultural heritage is extremely important  
48 odgovora



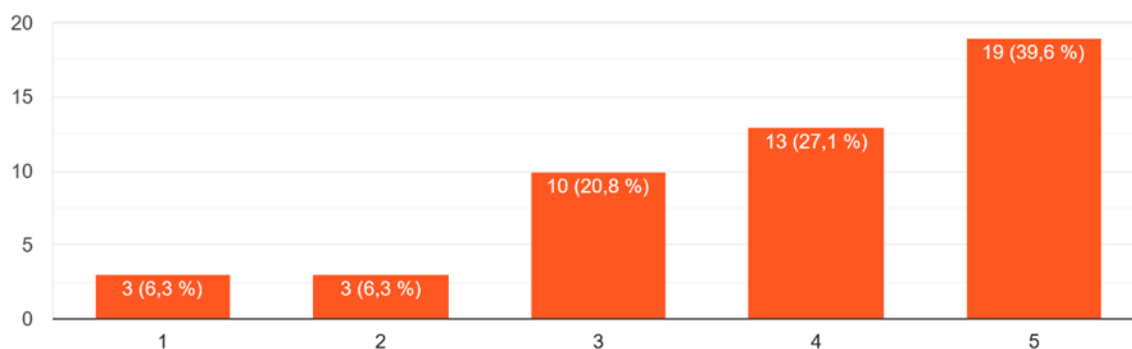
Izvor: Izrada autorice

U Grafikonu 9. prikazani su rezultati o svijesti postojanja nematerijalne kulturne baštine. Iako najveći broj ispitanika odgovor na ovo pitanje ocjenjuje pozitivno, ipak, čak 12,6 % ispitanika nije upoznato s postojanjem nematerijalne kulturne baštine. Na tvrdnju: „Svjestan sam postojanja nematerijalne kulturne baštine“, 66,7 % ispitanika daje potvrđan odgovor, i to 19 ispitanika se s tvrdnjom u potpunosti slaže, a 13 ispitanika se slaže s tvrdnjom. Ovo je ujedno tvrdnja na koju je dano najviše odgovora „niti se slažem, niti se ne slažem“, odnosno tvrdnja s najvećim brojem neutralnih odgovora. A 6 ispitanika ukupno nema svijest o postojanju nematerijalne kulturne baštine, od čega 3 ispitanika na navedenu tvrdnju daje odgovor: „ne slažem se“, a 3 ispitanika odgovor: „u potpunosti se ne slažem“.

Grafikon 9. Svijest o postojanju nematerijalne kulturne baštine

Svjestan sam postojanja nematerijalne kulturne baštine./ I am aware of the existence of intangible cultural heritage.

48 odgovora



Izvor: Izrada autorice

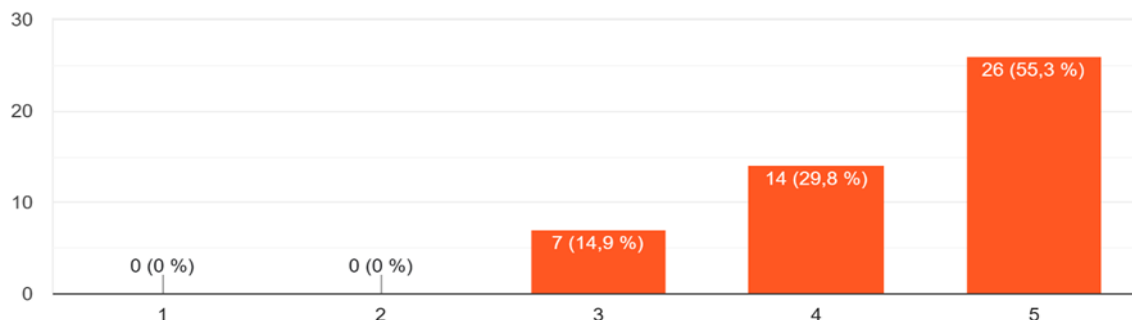
Grafikon 10. iznosi stavove ispitanika o potrebi implementacije koncepta nematerijalne kulturne baštine i brige o njezinoj zaštiti u obrazovni i druge sustave. Tu 26 ispitanika, odnosno više od polovice (55,3 %), u potpunosti se slaže s tvrdnjom da je koncept nematerijalne baštine potrebno implementirati u obrazovni sustav i druge društvene sustave. S tvrdnjom se slaže i 14 ispitanika (29,8 %), dok 7 ispitanika, odnosno njih 14,9 %, zauzima neutralan stav na navedenu tvrdnju. Nijedan ispitanik nije zauzeo negativan stav prema navedenoj tvrdnji, dok se jedan ispitanik od njih 48 nije očitovao.



## Grafikon 10. Implementacija koncepta nematerijalne kulturne baštine i brige o njezinoj zaštiti u obrazovni i druge sustave

Smatram da se koncept nematerijalne kulturne baštine i brige o njezinoj zaštiti treba implementirati u obrazovni sustav./ I believe that the concept of in...d in the education system and other social spheres.

47 odgovora



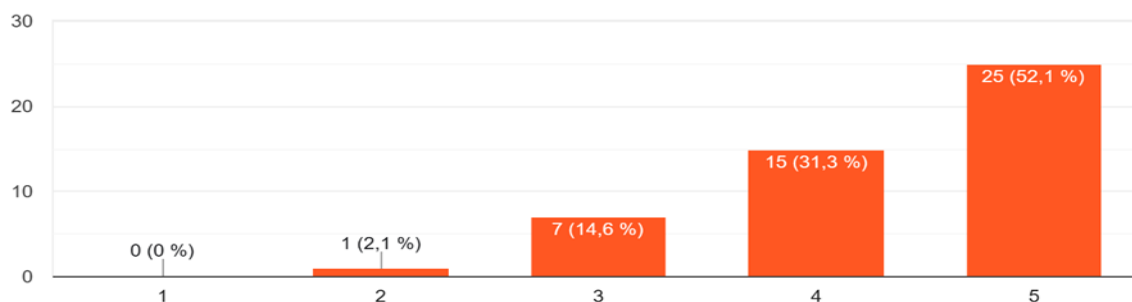
Izvor: Izrada autorice

Procjenu napora za očuvanje nematerijalne kulturne baštine preko 80 % ispitanika ocjenjuje pozitivno, točnije njih 25 (52,1 %) se u potpunosti slaže da s tvrdnjom: „Napore za očuvanje nematerijalne kulturne baštine ocjenjujem pozitivno“, a s navedenom tvrdnjom slaže se i daljnjih 15 ispitanika (31,3 %). A 7 ispitanika zauzima neutralan stav na navedenu tvrdnju, dok 1 ispitanik napore za očuvanje nematerijalne kulturne baštine ocjenjuje negativno.

## Grafikon 11. Procjena napora za očuvanje nematerijalne kulturne baštine

Napore za očuvanje nematerijalne kulturne baštine ocjenjujem pozitivno./ I evaluate the efforts to preserve the intangible cultural heritage positively.

48 odgovora



#### **4.4. Rasprava**

Iz provedenog anketnog istraživanja dolazi se do zaključka da postoji niska razina prepoznavanja u svijetu, čak i onih reprezentativnih primjeraka hrvatske nematerijalne kulturne baštine kao što je Sinjska alka, nijemo kolo, zlatovez i čipkarstvo. Navedene oblike kulturne baštine prepoznaje manje od četvrtine ispitanika. Relativno bolju prepoznatljivost iz predstavljenog popisa nematerijalne kulturne baštine postignula je hrvatska narodna nošnja, a slijedi je klapsko pjevanje s područja Dalmacije i dvoglasje tijesnih intervala s područja Istre. Tako 31 ispitanik smatra da može prepoznati hrvatsku narodnu nošnju, 13 ispitanika smatra da prepoznaje klapsko pjevanje, a 11 ispitanika, prema anketnom upitniku, prepoznaje dvoglasje tijesnih intervala.

Osim relativno niske razine prepoznatljivosti hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu, tek šestina ispitanika je prisustvovala kulturno-umjetničkim manifestacijama hrvatske nematerijalne kulturne baštine. Podatak ukazuje na malu posjećenost takvih događanja.

Uvidom u daljnje rezultate empirijskog istraživanja dolazi se do zaključka da postoji visok postotak svijesti i razumijevanja važnosti nematerijalne kulturne baštine. Osim toga, utvrđeno je i da postoji tendencija ka razumijevanju potrebe implementacije nematerijalne kulturne baštine u obrazovni sustav, razumijevanje važnosti kulturne baštine za društvenu zajednicu, kao i tendencija prema njenom očuvanju i zaštiti. Tek manji postotak ispitanika nema dovoljno razvijenu svijest o postojanju nematerijalne kulturne baštine i njezine važnosti za društvenu zajednicu.

Rezultate analize anketnog upitnika moguće je koristiti kao izvor i temelj za daljnje unaprjeđenje i podizanje svijesti hrvatske nematerijalne kulturne baštine na višu razinu. Potrebno je napomenuti da provedeno istraživanje sadrži nekoliko metodološki ograničavajućih faktora, čije postojanje može utjecati na ispravnost i točnost rezultata te u konačnici nemogućnost donošenja u cijelosti ispravnih zaključaka, a odnosi se na parametre anketnog upitnika, njegov obujam,

neodgovaranje na sva postavljena pitanja i manjkavost u reprezentativnosti uzorka ispitanika na istraživanu temu. Osim što je istraživanje provedeno na relativno malom broju ispitanika (48), većina ispitanika se nalazi u starosnoj dobi od 18 do 35 godina (42 ispitanika), te nije za očekivati da pokazuju značajniji interes za kulturno-umjetničke manifestacije koje utjelovljuju hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu. Za pretpostaviti je da je navedena dobna skupina ispitanika više orijentirana na populističke i modernije zabavne asortimane, slijedom čega je rezultat posjećenosti kulturno-umjetničkih događanja ocijenjen nisko.

Na stavove ispitanika o hrvatskoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini općenito utječe i njihov uobičajeni životni stil i preferencije, obrazovanje i starosna dob. Iz prezentiranih rezultata anketnog istraživanja može se zaključiti da ispitanici imaju približno slične vrijednosti. Za daljnja istraživanja na temu nematerijalne kulturne baštine preporučuje se uzeti u obzir postojanje opisanih ograničenja koja su se pojavila pri ovom provedenom istraživanju. Za izradu kvalitetnog upitnika potrebno je posjedovati odgovarajuće znanje, informacije i dobro poznavati problematiku. Ispravno konstruiran anketni upitnik s pravilno odabranim anketnim pitanjima, reprezentativan uzorak ispitanika i odgovarajuća prateća analiza podataka, mogu biti i ubuduće izvor bitnih i korisnih podataka za daljnja istraživanja. Anketnim upitnikom neophodno je, radi postizanja što vjerodostojnijih rezultata i prikupljanja reprezentativnih podataka, obuhvatiti što je moguće veći broj ispitanika iz različitih demografskih i socijalnih krugova, kako bi dobiveni podaci pružili bitne smjernice u daljnjem razvoju svijesti o nematerijalnoj kulturnoj baštini.

Zaključno, prednosti očuvanja i zaštite nematerijalne kulturne baštine i njezina važnost za društvenu zajednicu jesu prepoznati, ali poboljšanje uvjeta i načina njezine prepoznatljivosti u svijetu ukazivanjem na prednosti i slabosti turističkih ponuda na koje je ukazano u ovom diplomskom radu, mogu učiniti hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu još privlačnijom i zanimljivijom.

## **5. PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE PROMOCIJE HRVATSKE NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE U SVIJETU**

### **5.1. SWOT analiza tržišta nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda**

Kako bi se istražilo poznavanje hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu, što bi pomoglo definiciji ciljeva i ostalih elemenata strategije značajnih za ukupnu turističku valorizaciju hrvatske nematerijalne kulturne baštine i njeno pozicioniranje na domaćem i inozemnom tržištu, pristupilo se prikupljanju primarnih podataka putem anketnog upitnika. Kako bi se postigao cilj odgovarajuće promocije nematerijalne kulturne baštine sa svrhom njene veće prepoznatljivosti u svijetu, te plasiranja nematerijalne kulturne baštine na ciljno tržište, prethodno je potrebno napraviti SWOT analizu tržišta i okruženja u kojem se nematerijalna kulturna baština plasira kao turistički proizvod.

Osnovni smisao SWOT analize predstavlja prikupljanje podataka o snagama i slabostima, radi usporedbe podataka o prilikama i prijetnjama s kojima se potrebno suočiti te pomaže u premošćivanju strateškog raskoraka, tj. razlike između pozicija u kojem plasiranje nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda na tržištu trenutačno jesu i u onoj u kojoj bi trebalo biti. Svrha postojanja i djelovanja strategije plasmana nematerijalne kulturne baštine na tržištu izražava se kroz postavljenu misiju. Jasno postavljena misija sredstvo je za generaliziranje strateških opcija, a izabrana strategija ujedno utječe na sadržaj misije. Sadržaj misije treba biti motivirajući s naglašenom osnovnom politikom, a vizija i usmjerenje isplanirani za idući period od minimalno deset godina.<sup>55</sup>

Osnovni cilj svih marketinških aktivnosti mora biti usmjeren na zadovoljavanje potreba potrošača, u ovom slučaju zadovoljenje kulturnih potreba turista, uz postizanje obostrane koristi nositeljima marketinških aktivnosti i sudionicima turističke ponude. Realizacija postavljenih ciljeva podrazumijeva da postoje određeni uvjeti, tj. političke mjere koje moraju pratiti razvoj ovog dijela turizma, kao npr. mjere fiskalne politike (izvozne premije), mjere financijske politike (uvjeti kreditiranja, povoljne kamate) i opća državna politika, posebice ona prema drugim zemljama jer

---

<sup>55</sup> Gredičak, T., *Kulturna baština u funkciji turizma*, *Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008., str. 12.

o tome prilično ovisi mogućnost dolaska u zemlju. Pravilno postavljena strategija ključ je uspjeha i to je jedan od razloga zašto bavljenje strategijom može biti profitabilno i korisno. Strategija mora biti okrenuta prema tržištu i temeljena na pažljivo kreiranim marketinškim načelima.<sup>56</sup>

Cilj marketinške strategije je učinkovita promocija nematerijalne kulturne baštine i približavanje različitih aspekata nematerijalne baštine ciljnom domaćem, i inozemnim tržištima, kao temelj za postizanje konkurentske prednosti. Okvir za strategiju marketinga nematerijalne kulturne baštine odvija se unutar granica vanjskih činitelja (tržišta, potrošači, konkurencija) i unutarnjih činitelja, analize snage i slabosti, povoljnih prilika i prijetnji (SWOT analiza), definiranja misije, ciljeva i strategija, izbora optimalne strategije marketinga, planiranja, uvođenja i kontrole planiranih i implementiranih strategija marketinga.

Praćenjem vanjskih činitelja dolazi se do podataka o makroekonomskom okruženju kao što su tehnološka, demografska, ekonomska i fizička okolina, političko-pravna klima i geografska okolina. Analiza vanjskih činitelja ujedno daje odgovor na pitanje o postojećim i potencijalnim konkurentima, identifikaciji strateških grupa, njihovoj razini udjela na tržištu, njihovim snagama i slabostima. Analiza okruženja samo je jedna faza analize vanjskih čimbenika. Demografski trendovi kao što su brojnost stanovništva, geografska rasprostranjenost i gustoća, trendovi kretanja, starosna podjela, stope nataliteta i mortaliteta, te rasna, etnička i vjerska struktura, prema dosadašnjoj stručnoj ekonomskoj literaturi nisu lako promjenjive varijable, a vrlo su važan čimbenik na tržištu.

Sociodemografske čimbenike određuje ujedno i starost stanovništva, zanimanje i obiteljski položaj. Način provođenja i korištenja turističkog slobodnog vremena mijenja se također ovisno o samoj fazi u životnom ciklusu pojedinca i obitelji. Na preferencije turista utječu također fizičke sposobnosti (koje opadaju starenjem), potreba za socijalizacijom (koja se mijenja s položajem pojedinca na poslu, ili u okviru zajednice), raspoloživi dohodak i vrijeme (koji ovisi o radnom i obiteljskom položaju). Dobne skupine ispod 25 godina i iznad 65 godina spadaju u turiste s

---

<sup>56</sup> Isto, str. 12.-13.

najviše raspoloživog vremena. S druge strane, raspoloživo vrijeme kod osoba ispod 25 i iznad 65 godina starosti obratno je proporcionalno diskrecijskom dohotku, odnosno diskrecijski dohodak je tada ujedno na najnižoj razini. Najviši diskrecijski dohodak<sup>57</sup> ima skupina zaposlenih samaca i ljudi iznad 45, a do 65 godina starosti.<sup>58</sup>

Gledano s aspekta preferencija odabira proizvoda i usluga iz turističkog asortimana po spolnoj strukturi, treba napomenuti da u većini razvijenih, ali i onim manje razvijenim zemljama, žene zauzimaju visoki omjer u ulozi ženske populacije u okviru turističke potrošnje i potreba. Ekonomski čimbenici pokazuju kupovnu moć turista, a ona ovisi o tekućem dohotku, cijenama, štednji i kreditima, a bitno je poznavati glavne promjene trendova dohotka i strukture trošenja potrošača. Suvremeni potrošači proizvoda i usluga, posebice u turizmu, nisu više izrazito osjetljivi na cijenu, nego na sadržaj ponude proizvoda i usluga koja s njihovog stajališta zadovoljstva i položaja, mora imati visoku ocjenu.<sup>59</sup>

Razvijena prometna infrastruktura, dobra povezanost i mogućnost lakog pristupa lokalitetima gdje se ostvaruje ponuda proizvoda nematerijalne kulturne baštine, pod utjecajem su tehnoloških čimbenika, a veliku važnost u tome igraju i vladine mjere i zakonski propisi koji mogu izazvati i znatne promjene i tako primjerice otežati ili olakšati pristup ovim kapacitetima. Političko – pravni čimbenici također imaju značajan utjecaj na sve djelatnosti pa tako i na turizam. Društveno okruženje u kojem ljudi žive gotovo nesvjesno generira njihova osnovna uvjerenja, vrijednosti, mjerila te njihov odnos prema samima sebi, drugima, prirodi i svijetu. Analizom turističkog tržišta postiže se razumijevanje atraktivnosti i dinamike tržišta. Analiza tržišta obuhvaća: aktualnu i potencijalnu veličinu tržišta, predviđanje rasta tržišta, profitabilnost tržišta, trendove i smjerove razvoja, ključne faktore uspjeha koje je potrebno uzeti u obzir.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Diskrecijski dohodak je razina dohotka pojedinca i obitelji, koja ostaje nakon podmirenja osnovnih životnih, primarnih i sekundarnih potreba.

<sup>58</sup> Gredičak, T., *Kulturna baština u funkciji turizma, Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008.

<sup>59</sup> Isto, str. 8.

<sup>60</sup> Isto, str. 9.

Nakon provedne analize okruženja, konkurencije i tržišta, bitno je procijeniti smjer budućih tržišnih trendova. U tom kontekstu potrebno je fokusirati se na dugoročne tendencije, koje se odražavaju na ukupni obujam i strukturu turističke potražnje. U ovom kontekstu potrebno je provesti i analizu potrošača. Individualizam predstavlja pogled na svijet potaknut desnim političkim strankama, koje u središte zbivanja stavljaju pojedinca, nasuprot ranije naglašenom zajedništvu i kolektivističkom pokretu. Ljudi se okreću sebi i teže ostvarenju svojih životnih ambicija kroz vlastite napore, bez većeg oslonca na zajednicu kojoj pripadaju. Obilazak kulturnih događanja i manifestacija nematerijalne kulturne baštine tako mogu biti, ako ih se ispravno prezentira, validni elementi turističke potrošnje. Na potrošača tako utječu četiri glavna činitelja: kulturni činitelji, odnosno sama kultura, kao temeljna odrednica preferencija neke osobe, subkultura te društveni sloj. Društveni činitelji su referentne grupe, obitelj te društvena uloga i status, osobni činitelji su životna dob i stadij životnog ciklusa, zanimanje, ekonomske okolnosti, način života, osobnost samog potrošača i njegova predodžba o samom sebi, a psihološki činitelji su motivacija, percepcija, učenje, te uvjerenja i stavovi. Kvalitetna analiza potrošača u fokus stavlja samog turista, koji se razvija od turista kojim upravljaju i manipuliraju drugi preko medija do emancipiranog turista, koji zna raspoznati vlastite želje i preferencije. Motivi turističkih putovanja mogu biti raznoliki i sadrže u sebi težnju za realizacijom velikog broja različitih ljudskih potreba i želja, kao što su širenje znanja, otkrivanje i upoznavanje drugih krajeva, ljudi i kulture, zadovoljenje estetskih potreba te u konačnici želja da se traga za vlastitim identitetom.<sup>61</sup>

Kada je fokus na domaćem tržištu bitno je naglasiti da je to tržište ono s kojim kulturne institucije imaju najviše iskustva i koje najbolje razumiju. Aktiviranje domaćeg tržišta kulturnim institucijama je jednostavnije, a i do njega je jednostavnije doprijeti čak i sa skromnim raspoloživim promotivnim sredstvima nego do stranih tržišta, koje iziskuje značajniju prilagodbu, analizu, interpretaciju i prezentaciju te veće, obuhvatnije i skuplje promotivne materijale. Značaj promocije nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda upoznavanjem lokalnih stanovnika s njime ogleda se u tome da se oni i sami pretvaraju u kulturne ambasadore svojih mjesta,

---

<sup>61</sup> Isto, str. 10.

koji, usmenim putem, mogu potaknuti posjete svojih rođaka i prijatelja na određene destinacije. Rezultati istraživanja Državnog zavoda za statistiku o kulturnoj aktivnosti domaćeg stanovništva pokazuju da su građani Hrvatske važan segment potražnje za kulturno-turističkim proizvodima. Pokazatelji dobiveni istraživanjem pokazuju da je domaće tržište važan segment te da u njemu leži značajna latentna potražnja koja se odgovarajućom promocijom može aktivirati osobito u područjima s niskim stupnjem turističke aktivnosti.<sup>62</sup>

Usporedbe radi, gledano nešto dalje u prošlost, studija iz 2004. pokazuje da turisti iz naših glavnih emitivnih tržišta tijekom svog boravka u Hrvatskoj također pokazuju sve veći interes za proizvode kulturnog turizma. Prema tržišnim istraživanjima TOMAS – Ljeto 2004. Instituta za turizam (2005.) koja prate motivaciju, aktivnosti, zadovoljstvo i potrošnju posjetitelja tijekom ljetnih mjeseci na jadranskoj obali, broj onih koji razgledaju kulturne znamenitosti, posjećuju muzeje i izložbe, prisustvuju koncertima, kazališnim predstavama i lokalnim zabavama značajno je porastao u razdoblju od 1997. do 2004., a kao motiv dolaska u Hrvatsku, samo 6 posto turista navelo je razgledanje kulturnih znamenitosti, od čega je većina razgledala znamenitosti, muzeje, galerije ili prisustvovala kulturnim događanjima. Negativna strana je bila ta da su turisti relativno nezadovoljni kulturnom ponudom. Od 26 elemenata turističke ponude, među pet najlošijih elemenata naše ponude nalazi se označavanje kulturnih znamenitosti, raznolikost kulturnih manifestacija te bogatstvo sadržaja za zabavu. Međutim, indikativni mogu biti rezultati istraživanja TOMAS - Zagreb 2005. (Institut za Turizam 2006.), koji pokazuje da gotovo trećina gostiju u privatnom smještaju, oko petine u hostelima i 17 posto gostiju hotela, dolazi sa željom da razgledaju kulturne znamenitosti.<sup>63</sup>

Tri su skupine potrošača kulturnih proizvoda: realni potrošači kulturnih proizvoda, relativni – potencijalni, suzdržani potrošači kulturnih proizvoda i apsolutni nepotrošači kulturnih proizvoda, najčešće zbog fizičkih ili psihičkih razloga, koji ni pod kojim uvjetima neće postati potrošači kulturnih proizvoda. Kod druge skupine bitno je utvrditi razloge suzdržavanja od potrošnje. Najčešće su ti razlozi nedovoljna

---

<sup>62</sup> Isto, str. 10.

<sup>63</sup> Isto, str.11.



informiranost o kulturnim proizvodima, protivljenje korištenja kulturnih proizvoda uvjetovano različitim predrasudama, nedostatak financijskih sredstava, nezainteresiranost za kupnju, nezadovoljstvo s postojećim asortimanom kulturnih proizvoda, neodgovarajuća ili neprilagođena tržištu ponuda kulturnih proizvoda te neadekvatna distribucija tih proizvoda. Ovu skupinu potrošača bitno je educirati i privući kako bi ih se pretvorilo u stvarnog potrošača kulturnih proizvoda, posebno s aspekta društva kao cjeline, budući da je jedan od ciljeva također kulturno – umjetničko uzdizanje čovjeka. Potencijalni potrošači mogu različitim marketinškim aktivnostima postati stvarni potrošači kulturnih proizvoda kroz aktivnosti promocije, publicitet, ekonomsku propagandu i unapređenje prodaje, diferenciranjem cijena kulturnih proizvoda za pojedine kategorije potrošača, adekvatnijim proizvodno-prodajnim programom kulturnih proizvoda određenog subjekta ponude, odnosno konkretizacijom politike kulturnih proizvoda, boljom organizacijom prodaje i distribucije kulturnih proizvoda.<sup>64</sup>

Kroz identifikaciju svih gore određujućih postavljenih parametara moguće je identificirati starost potrošača, posebne potrebe motivacije i elastičnost cijene za starosne grupe, koje predstavljaju ciljno tržište, za kvalitetnu promociju hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu.

## **5.2. Ciljevi i strategije razvoja nematerijalne kulturne baštine kao turističkog proizvoda**

Jedan od ciljeva razvoja nematerijalne baštine na tržištu je intenzivirati postojeći angažman marketinških stručnjaka u poticanju promocije i razvijanju marketinške strategije koja će pomoći u približavanju koncepata, sadržaja i oblika hrvatske nematerijalne kulturne baštine ciljnoj publici. Pritom je bitno usmjeriti marketinške resurse na onu publiku, odnosno one turiste za koje je izgledno da će prepoznati ljepotu nematerijalne kulturne baštine i poželjeti izbliza isprobati sve čari tradicionalne kulture.

Generalno, kulturni turizam u Republici Hrvatskoj nije kroz prošlost bio popraćen sustavnim razvojem, ali ipak je kultura oduvijek bila sastavni dio turističke ponude

---

<sup>64</sup> Isto, str. 11.

Hrvatske. Ako se osvrnemo malo dalje u prošlost, neki od primjera promocije hrvatske kulturne baštine su promocija hrvatske kulture od strane Hrvatske turističke zajednice, a posredno i hrvatskog kulturnog identiteta, na turističkim sajmovima brošurama „Hrvatska kulturna baština“. Uredi Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu također su intenzivno promovirali hrvatsku kulturnu ponudu, potičući turooperatore da u svoje paket-aranžmane uključe kulturne znamenitosti, galerije i muzeje, dok se Dubrovnik promovirao ponajprije kao grad kulturne baštine. Ozbiljniji sustavan pristup razvoju kulturnog turizma započeo je Strategijom razvoja kulturnog turizma u okviru Strategije kulturne politike izrađene za potrebe Vlada projekta Hrvatska u 21. stoljeću. Time se među stručnjacima u kulturi osvijestio potencijal kulturnog turizma te je tada organiziran i znanstveni skup o temi kulturnog turizma, održan u Dubrovniku, koji je okupio eminentne svjetske znanstvenike, kao i brojne predstavnike hrvatskih kulturnih institucija.<sup>65</sup>

Jedna od najvažnijih strategija razvoja tzv. kulturnog turizma kojom su udareni temelji njenog daljnjeg razvitka potječe od Ministarstva turizma Republike Hrvatske još 2002., kada je izrađena strategija razvoja kulturnog turizma putem Instituta za turizam. Inicijativa za izradu strategije proizašla je kao rezultat nepovjerljivosti i nerazumijevanja između kulturnoga i turističkog sektora, na osnovi savjetodavnog procesa između kulturnog i turističkog sektora koji je imao dvojaku zadaću: utvrditi barijere između svih sudionika razvoja kulturnog turizma te načine na koje se one mogu premostiti i podignuti razinu svijesti o tome što je kulturni turizam, koje prednosti on donosi svim sudionicima kulturnoga, turističkoga, ekonomskoga i društvenog razvoja. Cilj Strategije bio je potaknuti nositelje kulturno-turističkog razvoja na lokalnoj i regionalnoj razini na definiranje vlastitih razvojnih inicijativa, čiji bi temelj bio kvalitetni pokazatelj ponude i potražnje.

S obzirom na rezultate anketnog upitnika provedenog u ovom diplomskom radu, jasno je da hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu treba plasirati na tržište starijoj populaciji, odnosno dobnoj skupini iznad 65 godina koji bi svakako više bili zainteresirani za sudjelovanje na takvim kulturnim događanjima od mlađe populacije.

---

<sup>65</sup> Isto, str. 6.

Daljnji cilj strategije razvoja nematerijalne kulturne baštine ogleda se u očuvanju, davanju savjeta i upozoravanju na negativnosti koje mogu utjecati na degradaciju i nestajanje nematerijalne kulturne baštine. Najčešći negativni utjecaji koje je potrebno suzbijati su promoviranje masovnog turizma, prekomjerno iskorištavanje baštine, loše upravljanje gospodarskom politikom koje se ogleda u iseljavanju iz ruralnih prostora, sve manji broj osoba, posebno onih mlađih, koje preuzimaju i prenose tradicijska znanja. Treba napomenuti i da je prekomjernim globalizacijskim procesima došlo do opadanja motivacije za preuzimanje nematerijalnih znanja i tradicije, a time i nematerijalne kulturne baštine koju je potrebno kontinuirano njegovati. U današnje doba, djeca i mladi radije odabiru suvremene aktivnosti poput igara na računalu, nego što ulažu u učenje raznih vještina od starijih, kao što su npr. ručno izrađivanje predmeta od drva, izrada čipke i slično. Zanimanje za učenje nematerijalnih vještina hrvatske kulturne baštine danas pokazuju isključivo starije osobe, no zbog starije životne dobi često nisu umogućnosti postignuti visoku kvalitetu izrade, stoga navedeni problem predstavlja jedan od najvećih izazova s kojim je potrebno suočavanje u nastojanjima za očuvanjem nematerijalne baštine.<sup>66</sup>

Prilikom promocije nematerijalne kulturne baštine treba imati na umu da kategorija i vrijednost ponude u turističkoj politici ne mogu biti samo profit, već čovjekova potreba za zadovoljavanjem bioantropoloških, sociokulturoloških i u tom dijelu rekreativno – relaksirajućih spoznaja, potreba i vizija. U tom smislu, nematerijalna kulturna baština drugačiji je način, od onog uobičajenog, zadovoljenja potreba turista s ciljem da ga odmakne od svakodnevnih problema i omogući mu spontani i autohtoni doživljaj okruženja u kojem boravi, pruži mu izravne kontakte s domaćinom, kako bi se obogaćen novim doživljajima i iskustvima vratio svakodnevici ne “utapajući” se u nju, nego tu svoju ustaljenu okolinu mijenjao, obogaćen novim doživljajima i znanjima s putovanja. Sve navedeno je još jedan dodatan razlog uključivanja nematerijalne kulturne baštine u turističku ponudu koja turizmu pruža novu dimenziju humanističkog sadržaja. Upravo u tom smjeru potrebno je razvijati promotivnu ponudu kulturno-umjetničkih festivala, kao i razgledavanja ostalih aspekata hrvatske nematerijalne kulturne baštine. Nasuprot potrošačkom turizmu,

---

<sup>66</sup> Hrovatin, M., *Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj*, Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske, No. 36, 2012., str. 132.

sadržaj tzv. kulturnog turizma, čiji je akter turistička klijentela koja teži autentičnom doživljaju u autentičnom ambijentu, nije pomodni trend, već predstavlja kategoriju kulturnog i društvenog razvoja zemlje.<sup>67</sup>

Zaključno, nematerijalna kulturna baština može turizmu ponuditi brojne sadržaje, ali je pritom potrebno smisljeno i kvalitetno održavati kulturnu baštinu, pridodati popratni odgovarajući sadržaj, povećati njenu dostupnost na makro i mikro planu te poduzimati aktivnosti koje povećavaju turističku atraktivnost, kako pojedinih elemenata nematerijalne kulturne baštine, tako i čitave cjeline.

### **5.3. Ciljna turistička tržišta i promocijske aktivnosti**

Turističko tržište specifično je tržište koje se najjednostavnije može definirati kao „skup odnosa ponude i potražnje u djelokrugu usluga i dobara, što služe za podmirenje turističkih potreba, na određenom prostoru, ili kao skup odnosa ponude i potražnje, koji nastaje pod utjecajem turističkih kretanja“. Ponuda sadržaja nematerijalne kulturne baštine je vrlo heterogena, zbog brojnosti vrste proizvoda i usluga koji se nude turistima.<sup>68</sup>

Turist na svom turističkom putovanju očekuje složenu uslugu, tj. više različitih međusobno povezanih usluga koje će zadovoliti njegova očekivanja na tržišnoj destinaciji. Na oblikovanje turističke potražnje utječu ekonomski i izvanekonomski čimbenici kao što je fizička raznovrsnost potražnje, socijalni, kulturni, nacionalni sastav potražnje i slično.

Kombinacijom različitih oblika promotivnih aktivnosti i njihovom primjenom na turističkom tržištu, stvaraju se pretpostavke za ostvarivanje optimalnih rezultata prodaje, odnosno uključivanja turista u promociju nematerijalne kulturne baštine. Postavljene ciljeve tržišne komunikacije moguće je općenito postignuti izradom i primjenom marke, izradom dodatnih promocijskih materijala te poduzimanjem novih promocijskih aktivnosti. Pod materijalnim promocijskim materijalima podrazumijeva

---

<sup>67</sup> Gredičak, T., *Kulturna baština u funkciji turizma, Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008., str. 6.

<sup>68</sup> Isto, str. 13.

se izrada brošure turističkih proizvoda, ponude s detaljnim opisom sadržaja, turistički časopisi ili publikacije s informativnom i edukativnom svrhom, višejezični vodiči s opisom nematerijalne kulturne baštine, poticanje izdavanja časopisa o nematerijalnoj kulturnoj baštini na stranim jezicima, program izrade nekomercijalnih suvenira: naljepnice, olovke, bedževi, ili komercijalnih suvenira namijenjenih prodaji, npr. majice, razglednice, dekorativni predmeti te priređivanje povijesnih spektakala na mjestima povijesnih događaja i slično.

Promocijske aktivnosti nematerijalne kulturne baštine trebale bi uključivati prezentiranje nematerijalne kulturne baštine na ciljanim, pažljivo odabranim međunarodnim sajmovima putem različitih medija; tiska, televizije, interneta, interpretacijskih panoa, zatim pronalaženjem novih načina propagiranja nematerijalne kulturne baštine putem kvalitetnog komuniciranja između kulture i drugih korisnika turizma predočenjem informacija o važnosti pojedinih segmenata nematerijalne kulturne baštine, održavanje posebnih promocijskih akcija, organizacija informativnih putovanja za novinare i turističke posrednike, komunikacija s medijima, turističkim posrednicima i institucijama, stvaranje registra međunarodnih kulturnih veza i slično.<sup>69</sup>

Proizvodi nematerijalne kulturne baštine zadovoljavaju društveno-pozitivne, estetske, ideološke, moralne i etičke potrebe i kriterije. Prilikom procjene različitih oblika nematerijalne kulturne baštine postavlja se daljnje pitanje, koji oblik proizvoda nematerijalne baštine izabrati za pojedinu ciljnu skupinu potrošača. U svrhu dobivanja odgovora na ovo pitanje, potrebno je prethodno izvršiti daljnje istraživanje tržišta kojim će se ustanoviti koje i kakve oblike proizvoda nematerijalne kulturne baštine tržište traži i nudi konkurencija te na osnovi takvih podataka formirati marketing za svaki pojedini oblik nematerijalne kulturne baštine, poštujući pritom estetske i umjetničke kriterije.

Kao što je već spomenuto u radu, ciljna grupa gostiju kod koje bi različiti oblici nematerijalne kulturne baštine izazvali najviše interesa su turisti treće dobi i neke posebne interesne skupine. Sezona bi u slučaju kulturnog turizma mogla trajati cijelu

---

<sup>69</sup> Gredičak, T., *Kulturna baština u funkciji turizma*, *Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008., str. 14.

godinu, s ipak nešto većim intenzitetom gostiju u razdoblju od travnja do listopada. Posjet manifestacijama nematerijalne kulturne baštine kao turistički proizvod trebao bi u sebi integrirati cjelokupni turistički aranžman kao što je boravak s osmišljenim sadržajima, primjerice, posjet prirodnim atrakcijama te kulturno-povijesnim znamenitostima, obilasci raznih drugih turističkih lokaliteta i slično. U sklopu takvih turističkih programa-putovanja, turistima bi trebale biti na raspolaganju male radionice i dućani u kojima bi posjetitelji, primjerice, pomno osmišljenim konceptima sami sudjelovali u izradi različitih predmeta nematerijalne kulturne baštine ili bi kupili gotov proizvod, kao primjerice čipku, licitar i druge suvenire nematerijalne kulturne baštine.

Primjena marketinga je u svim sferama djelatnosti pa tako i u promociji kulturne baštine, u današnje suvremeno doba, u svim zemljama svijeta pa tako i u Hrvatskoj, nezaobilazna činjenica. U fokusu koncepcije marketinga nematerijalne kulturne baštine ne nalaze se isključivo potrebe određenog segmenta potrošača, već i potrebe cjelokupnog društva, što ukazuje na neophodnost očuvanja karakteristika turističke destinacije u sociološkom, kulturološkom i ekološkom smislu. Razvoj bilo kojeg segmenta turizma koji bi zanemario brigu o očuvanju različitih aspekata turizma dugoročno bi opstruirao njegov daljnji opstanak i razvoj u bilo kojem smjeru.

Nematerijalna kulturna baština ima rijetku vrijednost kao svjedok ljudskih vještina, kao remek djelo povijesnog razdoblja, kao neposredni okvir života žitelja lokalnih zajednica prilagođen povijesnim razdobljima i uvjetovan društvenim položajem njihovih korisnika. U svojoj suštini nematerijalna kulturna baština je promjenjiva veličina, a njeni različiti sadržaji ukazuju na složenost njene zaštite i očuvanja. Zbog toga bi bilo poželjno zaštitu nematerijalne kulturne baštine osloboditi političkih i drugih interesnih utjecaja, koji bi mogli biti štetni za očuvanje te baštine. Zaštita nematerijalne kulturne baštine ne bi smjela ovisiti o promjeni političkog sustava i Vlada niti bi trebala biti u njihovoj domeni. Tek na znanstveno valoriziranim i utvrđenim mogućnostima u ekonomskom i kulturnom smislu, moguće je djelatnost promocije nematerijalne kulturne baštine svrstati u profitabilne turističke djelatnosti, bez da u cjelokupnom tom procesu nematerijalna kulturna baština izgubi svoju izvornu vrijednost.

Ponudom nematerijalne kulturne baštine na ciljnom tržištu moguće je intenzivirati pozitivne utjecaje, kako turizma na kulturnu baštinu, tako i kulturne baštine na turizam, te umanjiti sve one negativne učinke turizma na receptivno i emitivno stanovništvo. Suvremeno okruženje u kojem djeluju turističko – gospodarski činitelji okarakterizirano je visokim stupnjem nestabilnosti i dinamičnošću promjena, koje svojim utjecajima određuju eksterne uvjete poslovanja, nad kojima mikroorganizacijske jedinice nemaju kontrolu, ali u svrhu uspješnog preživljavanja treba ih identificirati te im se pokušati prilagoditi.<sup>70</sup>

Gore navedena marketinška strategija turističke valorizacije nematerijalne kulturne baštine adekvatni je pristup koji omogućava planiranje analizom proteklih događanja, ali ujedno vodi računa o procjeni i predviđanju uvjeta budućeg okruženja. Cijeli marketinški pristup treba biti usmjeren prema onim vrijednostima nematerijalne kulturne baštine koje će pokazati posebnost i razlike određene turističke destinacije. Stoga marketinški pristup nematerijalnoj kulturnoj baštini neophodno traži kvalificiranu obradu koja će se temeljiti kako na zahtjevima tržišta, tako i na svojim jedinstvenim vrijednostima koje će se ponuditi svijetu. Samo upravljanje kulturnom baštinom također treba biti u funkciji promocije. Suživot nematerijalne kulturne baštine s tekovinama suvremenog života određen je i sa samim održivim razvitkom jer je kulturna baština osjetljiva na neprimjerene zahvate i procese, a svaka nastala neravnoteža odrazila bi se na samu kvalitetu doživljaja i dojma koji marketinški rezultira povećanim interesom za ono što je zaista vrijedno.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Isto, str. 18.

<sup>71</sup> Na i. mj.

## 6. ZAKLJUČAK

Nematerijalna kulturna baština Republike Hrvatske kao skup različitih manifestacija, znanja, vještina i praksi lokalnih zajednica, grupa ili pojedinaca njeno je važno identifikacijsko obilježje koje se kroz povijest prenosilo najčešće usmenom i nematerijalnom predajom s koljena na koljeno kroz priče, legende, bajke, s generacije na generaciju.

Reprezentativni primjerci nematerijalne kulturne baštine su tradicionalna glazba (klapsko pjevanje, dvoglasje tijesnih intervala, ojkanje i dr.), razni plesovi i izvedbene umjetnosti (bećarac i dr.), religiozni rituali i obredi, kulinarstvo i gastronomija (mediteranska prehrana, soparnik i dr.), tradicionalni običaji i festivali (Sinjska alka, Omiški festival i dr.), zanati i rukotvorine (čipkarstvo, umijeće suhozidne gradnje, hrvatska narodna nošnja i dr.). Republika Hrvatska ima bogatstvo nematerijalne kulturne baštine koja se uz sve poteškoće održala do današnjeg dana.

Posljednja dva desetljeća u Republici Hrvatskoj puno pažnje se posvetilo očuvanju i razvoju kulturne nematerijalne baštine, što je što je potaknulo njen daljnji razvoj i izvan okvira njenog postojanja te je ujedno prepoznato kao turistički proizvod koji, ako se njime pravilno rukuje, može itekako obogatiti turističku ponudu Republike Hrvatske.

O važnosti nematerijalne kulturne baštine govori i činjenica da su na UNESCO-voj listi nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj uključeni brojni oblici nematerijalne kulturne baštine kao što su čipkarstvo, klapsko višeglasno pjevanje, bećarac, Sinjska alka, međimurska popevka, nijemo kolo, mediteranska prehrana, soparnik, ojkanje, i umijeće izrade drvenih dječjih igračaka u Hrvatskoj.

Ne iznenađuje stoga da su različiti elementi nematerijalne kulturne baštine, kulturno-umjetničke manifestacije, festivali, razna umjeća, znanja i vještine postale snažan pokretač razvoja manifestacijskog kulturalnog turizma koji na svoj specifičan način pridonosi stvaranju dodatne vrijednosti već postojećoj bogatoj turističkoj ponudi Republike Hrvatske. Nematerijalna kulturna baština Republika Hrvatske, kao što su primjerice, kulturne manifestacije i festivali, privlače drugačiji profil turista i to onih koji



teže upoznati lokalni izričaj, autohtonost i identitet destinacije te isprobati nove doživljaje.

Kako bi se provela analiza prepoznatljivosti nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske u svijetu i iznijeli načini poboljšanja njene promocije, u diplomskom radu provedeno je primarno istraživanje kojim su se prikupili podaci o stavovima i mišljenjima ispitanika i došlo do spoznaja o poznavanju hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu. Istraživanje je provedeno na uzorku od 48 ispitanika iz različitih demografskih područja, različitih dobnih, spolnih i obrazovnih karakteristika.

Rezultati istraživanja pokazali su da postoji relativno niska razina prepoznavanja hrvatske nematerijalne kulturne baštine u svijetu. Loši rezultati pokazali su se i kod posjećenosti kulturno-umjetničkih manifestacija hrvatske nematerijalne kulturne baštine. Ipak, rezultati anketnog upitnika pokazali su da postoji visok postotak svijesti i razumijevanja važnosti nematerijalne kulturne baštine za lokalne zajednice i tendencija ka razumijevanju potrebe implementacije nematerijalne kulturne baštine u obrazovni sustav i druge sfere, kao i tendencija prema njenom očuvanju i zaštiti.

Rezultati anketnog upitnika u diplomskom radu poslužili su kao izvor i temelj za postavljanje marketinške strategije promocije nematerijalne kulturne baštine. Provedeno istraživanje sadrži nekoliko metodološki ograničavajućih faktora, kao što je relativno mali broj ispitanika, od kojih se većina nalazi u starosnoj dobi od 18 do 35 godina, što je sve uzeto u obzir prilikom evaluacije rezultata anketnog upitnika.

Iz analize anketnog upitnika došlo se do zaključka da su prednosti očuvanja i zaštite nematerijalne kulturne baštine i njezina važnost za društvenu zajednicu prepoznati, ali da je potrebno provesti poboljšanje načina njezine prepoznatljivosti u svijetu, što je u diplomskom radu dodatno provedeno kroz SWOT analizu tržišta i okruženja u kojem se nematerijalna kulturna baština plasira kao turistički proizvod.

Diplomskim radom došlo se do zaključka da je u uvjetima sveopće globalizacije izuzetno bitno uložiti napore kojim će se promicati vrijednost i bogatstvo doživljaja hrvatske nematerijalne kulturne baštine, kako na svjetskom, tako i domaćem tržištu. U tom smislu ključno je postaviti ciljeve razvoja nematerijalne baštine intenziviranjem

postojećeg angažmana marketinških stručnjaka u poticanju promocije i razvijanju marketinške strategije koja će pomoći u približavanju koncepata, sadržaja i oblika hrvatske nematerijalne kulturne baštine ciljnoj publici. S obzirom na dobivene rezultate anketnog upitnika, hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu treba plasirati na ciljno tržište starijoj populaciji, a na očuvanje i zaštitu te upozoravanje na negativnosti koje mogu utjecati na degradaciju i nestajanje nematerijalne kulturne baštine također treba posvetiti kontinuiranu pažnju. Poticanje mlađih naraštaja da se uključe u sudjelovanje manifestacija nematerijalne kulturne baštine je ključno jer danas zanimanje za učenje nematerijalnih vještina hrvatske kulturne baštine još samo pokazuju isključivo starije osobe, koje zbog svoje starije životne dobi često nisu u mogućnosti postignuti visoku kvalitetu izrade i izvedbe. Stoga je uočeni problem jedan od vodećih izazova s kojim je potrebno suočavanje u nastojanjima za očuvanjem nematerijalne baštine.

Nematerijalna kulturna baština kao turistički proizvod je kategorija koja ne predstavlja samo profit, već čovjekovu potrebu za zadovoljavanjem bioantropoloških, sociokulturoloških i kulturnih spoznaja, potreba i vizija. Nematerijalnu kulturnu baštinu stoga treba promatrati i promovirati na tržištu kao vrijednost čiji je glavni cilj da potrošača odmakne od njegovih svakodnevnih problema i omogući mu spontani i autohtoni doživljaj okruženja u kojem boravi, pruži mu izravne kontakte s lokalnim zajednicama, kako bi se, obogaćen novim doživljajima i iskustvima, vratio svojoj svakodnevici i tu svoju ustaljenu okolinu mijenjao, obogaćen novim doživljajima i znanjima s putovanja. Stoga nematerijalna kulturna baština kao proizvod uključen u uobičajenu turističku ponudu može pružiti hrvatskom turizmu i njenim posjetiteljima novu i još bogatiju dimenziju humanističkog i kulturnog sadržaja.

## LITERATURA

1. Turistička zajednica, Nematerijalna kulturna baština, 2023, preuzeto s: <https://tzip-sredisnja-podravina.hr/sto-je-nematerijalna-kulturna-bastina/>., 1. svibnja 2023.
2. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14 , 98/15, 44/17, 90/18, 32/20, 62/20, 117/21, 114/22)
3. Šerić, L., Klapsko pjevanje kao kulturni izričaj nematerijalne vrijednosti identiteta lokalnog kraja, *Zbornik radova Međunarodnog kongresa povijesnih gradova*, godina 2, broj 1/2020.
4. Hrovatin, M., Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, No. 2012., str. 125.-136.
5. Carek, R., Nematerijalna kulturna baština: UNESCO i njegova uloga, *Informatica museologica*, Vol. 35 No. 3-4, 2004., str. 69.-71.
6. Hameršak, M., Pleše, I., *Proizvodnja baštine, Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, Biblioteka Etnografija, Zagreb, 2013.
7. UNESCO, preuzeto s: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-HR-WORD.doc>  
1. lipnja 2023.
8. Brkljačić, M., Nematerijalna kulturna baština u natjecajima na području Zadarske županije, *Ethnologica Dalmatica*, Vol. 27 , 2020., str. 103.-158.
9. Kamenjar, Hrvatska kulturna baština čipkarstva, preuzeto s: <https://kamenjar.com/hrvatska-kulturna-bastina-cipkarstva/>, 15. lipnja 2023.
10. Nikičić, I., Berbić, Kolar, E., *Sinjska alka – primjer dobre prakse održivosti nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske*, Održivo nasljeđe Zbornik , radova znanstvenih konferencija Učiteljskog fakulteta na mađarskom nastavnom jeziku, Sveučilište u Novom Sadu, 2021.
11. Gredičak, T., Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta turistica nova*, Vol. 2 No. 2, 2008., str. 205.-234.
12. Stipanović, B., Mjesto i uloga prostora u turizmu Trogira – primjer manifestacije Srednjovjekovni festival, *Ekonomska misao i praksa*, Vol. 24 No. 2, 2015., str. 651.-670.

## POPIS SLIKA

Slika 1. Čipkarstvo Republici Hrvatskoj.....	16
Slika 2. Dvoglasje tijesnih intervala.....	17
Slika 3. Festa Svetog Vlaha.....	18
Slika 4. Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana.....	19
Slika 5. Procesija Za križen na otoku Hvaru.....	20
Slika 6. Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskoga zagorja.....	21
Slika 7. Godišnji proljetni ophod Zvončari s područja Kastavštine.....	22
Slika 8. Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske.....	23
Slika 9. Sinjska alka.....	24
Slika 10. Ojkanje.....	26
Slika 11. Bećarac.....	27
Slika 12. Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore.....	28
Slika 13. Klapsko pjevanje.....	30
Slika 14. Mediteranska prehrana.....	31
Slika 15. Ekomuzej Batana.....	32
Slika 16. Međimurska popevka.....	33
Slika 17. Umijeće sihozidne gradnje.....	34

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Struktura ispitanika prema dobi.....	37
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu.....	38
Grafikon 3. Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja.....	38
Grafikon 4. Poznavanje oblika hrvatske nematerijalne baštine na reprezentativnim primjerima.....	39
Grafikon 5. Posjećenost festivala/događanja koji utjelovljuju hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu.....	40
Grafikon 6. Prednosti očuvanja nematerijalne kulturne baštine za zajednicu.....	41
Grafikon 7. Doprinos nematerijalne kulturne baštine očuvanju nacionalnog identiteta i kulturnog nasljeđa.....	42
Grafikon 8. Važnost očuvanja hrvatske nematerijalne kulturne baštine.....	42
Grafikon 9. Svijest o postojanju nematerijalne kulturne baštine.....	43
Grafikon 10. Implementacija koncepta nematerijalne kulturne baštine i brige o njezinoj zaštiti u obrazovni i druge sustave.....	44
Grafikon 11. Procjena napora za očuvanje nematerijalne kulturne baštine.....	44

## **SAŽETAK**

Nematerijalna kulturna baština Republike Hrvatske još uvijek nije dovoljno prepoznata u svijetu, a njeni potencijali nisu do kraja iskorišteni u kontekstu razvoja nematerijalne baštine kao turističkog proizvoda i sredstva za privlačenje turista. Rezultati ankete su pokazali da, iako postoji veliko zanimanje i priznanje važnosti nematerijalne kulturne baštine u lokalnoj zajednici, njezina promocija kroz marketinške aktivnosti nije dovoljno razvijena i još uvijek postoji dosta neiskorištenog marketinškog potencijala koji hrvatsku nematerijalnu kulturnu baštinu može kvalitetno prezentirati kako domaćim, tako i inozemnim gostima.

## **SUMMARY**

The intangible cultural heritage of the Republic of Croatia is still not sufficiently recognized in the world, and its potential has not been fully utilized in the context of the development of intangible heritage as a tourist product and means of attracting tourists. The results of the survey showed that, although there is great interest and recognition of the importance of intangible cultural heritage in the local community, its promotion through marketing activities is not sufficiently developed and there is still a lot of unused marketing potential that can present Croatian intangible cultural heritage in a quality way to both domestic and foreign audiences.

Pregledala: Tina Zgorelac, mag. educ. philol. angl.

