

Značaj naslova "Europski glavni grad kulture" za turizam gradova

Brečević, Emanuela

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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:137:153818>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-06**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Emanuela Brečević

ZNAČAJ NASLOVA "EUROPSKI GLAVNI GRAD KULTURE"
ZA TURIZAM GRADOVA

završni rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Ime i prezime: Emanuela Brečević
Broj indeksa: 2151-E, izvanredan student
Smjer: poslovna ekonomija - turizam

ZNAČAJ NASLOVA "EUROPSKI GLAVNI GRAD KULTURE"
ZA TURIZAM GRADOVA
završni rad

Kolegij: Europsko turističko tržište i trendovi razvoja
Mentor: doc. dr. sc. Iva Slivar

Pula, prosinac 2018.

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. KULTURA I KULTURNI TURIZAM | 2 |
| 2.1. POJAM KULTURE | 2 |
| 2.2. POVIJEST I RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA | 4 |
| 3. ZNAČAJ NASLOVA "EUROPSKI GRAD KULTURE" ZA TURIZAM GRADOVA | 13 |
| 3.1. POVIJEST TITULE EUROPSKE PRIJESTOLNICE KULTURE | 16 |
| 3.2. DOPRINOS TITULE EUROPSKE PRIJESTOLNICE KULTURE NA RAZVOJ GRADOVA..... | 20 |
| 3.2.1. <i>Linz (Austrija)</i> | 25 |
| 3.2.2. <i>Maribor (Slovenija)</i> | 27 |
| 3.2.3. <i>Tallinn (Estonija)</i> | 28 |
| 4. ZAKLJUČAK | 32 |
| LITERATURA | 33 |
| POPIS SLIKA | 36 |
| POPIS TABLICA | 36 |
| SAŽETAK | 37 |
| SUMMARY | 38 |



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan _____, kandidat za prvostupnika _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom _____ - _____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s 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.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

1. UVOD

Ulaganjem u turizam i proširenjem kulturnih vidika turista i njihovih domaćina, omogućuje se prezentiranje i valoriziranje kulturne vrijednosti destinacije. Gradovi su s turističkog stajališta u većem pogledu zanimljiviji, stoga oni predstavljaju koncentraciju upravo onih vrijednosti i sadržaja koji privlače interese posjetitelja, a s druge strane gradsko je stanovništvo temeljni izvor iz kojeg se generira svjetska turistička populacija.

Svrha rada je utvrđivanje utjecaja titule Europske prijestolnice kulture na regionalni turizam, odnosno utjecaj na turizam gradova i regija koja se natječu u proglašenju Europske prijestolnice kulture kroz studije slučaja nekolicine gradova, pri čemu je cilj sumirati primjere dobre prakse. Ovaj program predstavlja veliku korist stanovnicima grada i okolice u povećanju životnog standarda i kvalitete života, jer se ulažu velika financijska sredstva u gradnju kulturnih ustanova vrhunske suvremene arhitekture i adaptaciju postojećih kulturnih ustanova, a s druge veliku promociju grada domaćina kao središta kulture, odnosno kulturnog turizma.

Rad je koncipiran na četiri poglavlja, u kojem nakon uvoda slijedi drugo poglavlje gdje je definiran pojam kulture, povezanost kulture sa turizmom i njegov razvoj, podjele kulturnih atrakcija i turista, te kako ulaganje u razvoj kulture utječe na posjećenost određene destinacije. U trećem poglavlju je razrađena tema u potpoglavljima, u kojima se navodi povijest titule Europske prijestolnice kulture, kakav doprinos gradovi imaju od dobivanja titule, te su navedeni pojedini gradovi dobitnici titule Europska prijestolnica kulture. Na kraju slijedi zaključak rada.

Podaci za izradu završnog rada dobiveni su korištenjem dostupne literature i utvrđivanja činjenica, te istraživanja radova autora u proučavanju kulturnog turizma. Metodologije znanstvenoistraživačkog rada koje su se koristile prilikom pisanja jesu metoda klasifikacije koja vodi podjeli općega pojma na posebne, metoda kompilacije, indukcije, dedukcije, metoda deskripcije i metoda studija slučaja.

2. KULTURA I KULTURNI TURIZAM

2.1. Pojam kulture

Pod kulturom se podrazumijeva ukupnost predmetnih i duhovnih dobara što ih je stvorio čovjek u svojoj društveno-povijesnoj praksi, te je ujedno i sustav vrijednosti tvorbi koje oblikuju nadanimalnu razinu čovjekova života. Pojam kulture javlja se posebno kao oznaka za mentalitet, način standardnog ponašanja, tip ustaljenih međuljudskih odnosa, označuje neki postignuti stupanj sposobnosti, ovladavanje vještinama bilo pojedinca, bilo zajednice ili osobinu onih koji posjeduju takve zasade. Osnovni pojam kulture obuhvaća sve djelatnosti koje doprinose oblikovanju ljudskog života, potječe od latinske riječi cultura, što znači – način života. Čovjek svoje duhovne sposobnosti ulaže u oblikovanje svog života i na taj način ustvari razvija kulturu, a pritom je nebitno što se može govoriti o elitnoj, popularnoj i masovnoj kulturi, ovisno o segmentu korisnika kojem je usmjerena¹.

Od prvotnog značenja pojma kulture kao obrađivanja zemlje (cultusagri), kultura kasnije dobiva značenje obrade i njegovanja duha. U srednjem vijeku pojam kulture dobiva značenje religijskog kulta, odnosno religijskog obreda i obožavanja. U novom vijeku kultura se određuje kao nešto različito od čovjekova "prirodnog" stanja, te joj se pridodaje društveno-povijesni značaj. Kao termin "civilizacija" nastaje u 18. stoljeću u Francuskoj i Engleskoj, i dobiva značenje višeg stupnja u razvoju čovječanstva koji nastupa poslije divljaštva i barbarstva, a karakterizira ga pojava pisma, monogamija, otkriće materijala i oruđa. Kulturolog Norbert Elias je civilizaciju definirao kao pojam kojim zapadno društvo označuje sve ono što čini njegovu osobitost na koju je ponosno.

Kultura je skup svih procesa i tvorevina što su nastale kao rezultat materijalne i duhovne čovjekove intervencije u prirodi, društvu i ljudskom duhu. Smisao kulture je održavanje i napredak čovjeka, njegova društva i života².

¹ M., Meler, *Marketing u kulturi*, Osijek, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2006, str. 5

² N., Skledar, *Osnove znanosti o kulturi*, Zaprešić, Visoka škola za poslovanje i upravljanje, 2010. str.

Kultura pojedinog naroda se promatra kao način života, kao jedan od aspekata različitih svojstva i sustava značenja, te uključuje sve umjetničke i intelektualne oblike, odnosno društvene aktivnosti, kao i razvoj individualne kulture i skupine kulture putem isticanja važnosti baštine i tradicije, te suvremene kulture³. Kultura uključuje interese ljudi, građana, seljaka, useljenika, umjetnika i obrtnika. Zato su turisti posebno zainteresirani za kulturu različitih ljudi kada se nalaze u povijesnim mjestima, tada posjećuju povijesne građevine, muzeje i galerije, putem uključivanja aktivnosti koje su u vezi sa životom i životnim stilovima ljudi.

Obuhvat djelatnosti koje spadaju pod kulturu su slijedeće⁴:

- glazba i glazbeno-scenske umjetnosti;
- dramske umjetnosti;
- film i kinematografija;
- knjiga i nakladništvo;
- knjižnična djelatnost;
- arhivska djelatnost;
- muzejsko-galerijska djelatnost;
- likovne umjetnosti;
- nove medijske kulture.

Značaj kulture počiva od vremena kada je čovjeku omogućena veća mobilnost u kretanju od mjesta do mjesta, a moglo bi se reći od izuma parnog stroja koji se smatra početkom industrijalizacije, čime je stvorena veća svijest u ljudima za upoznavanjem novih kultura i destinacija. Želja sve većeg broja ljudi za upoznavanje kulturnih vrijednosti i učenjem o njima stvara nove motive turističke potražnje i pojačava putovanja prema kulturnim središtima, posebice prema gradovima i lokalitetima koja imaju kulturno-povijesnu baštinu koje stvaraju poseban imidž destinacije⁵.

³ M., Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2013, str. 195

⁴ M., Meler, op. cit., str. 100

⁵ M., Bartoluci, op. cit. str. 196

2.2. Povijest i razvoj kulturnog turizma

Pojam kulturnog turizma se počeo koristiti 80-ih godina 20. stoljeća, kada se javlja trend prepuštanja kulture tržištu zbog nemogućnosti da se ona financira iz državnog proračuna. Početak kulturnog turizma je uvelike nepoznat, jer se svako putovanje moglo okarakterizirati kao kulturno gdje putnik namjerno ili slučajno upoznaje kulturu s kojom na putovanju dolazi u kontakt. Tek 50-ih godina 20. stoljeća se masovni turizam snažno razvija, i postaje dostupan skoro svakoj osobi. Tehnološki napredak, bolja zarada i više slobodnog vremena su turistima osigurali nove užitke⁶.

Suradnja sa turističkim sektorom kroz razvoj održivih oblika kulturnog turizma omogućila je promjenu načina gospodarenja u kulturi. Takva suradnja čini se idealnom za promociju kulture, jer se tržišni interes usmjerio na kulturne, materijalne i nematerijalne resurse. Kultura više nije pasivan kulturni resurs, već počinje aktivno sudjelovati na konkurentnom tržištu putem kreiranja novih kulturnih proizvoda i aktivnije promocije. Kulturna politika je usmjerena na očuvanje kulturne baštine i kulturnog identiteta, razvoj suvremenog umjetničkog stvaralaštva, te poticanje dostupnosti kulturnih dobara i sudjelovanja stanovništva u kulturnom životu⁷. Utvrđeno je da su najprepoznatljivije destinacije one koje provode aktivnu i pozitivnu sinergiju između kulture i turizma.

Zajedničkim povezivanjem kulture, turizma i svakodnevnog života predstavlja kulturni turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma, a koji se naravno ne može promatrati sam za sebe, već promatranjem sveukupnih odrednica koji isti stvaraju. Turizam je vrlo kompleksna pojava, jer obuhvaća mnoge sfere društvenog života i društvenih odnosa.

Kulturni turizam u kontekstu povezanosti između masivnog i selektivnog turizma, u svojoj početnoj fazi razvoja, predstavlja jedan od selektivnih oblika turizma, koji je

⁶ D. A. Jelinčić, "Abeceda kulturnog turizma", Zagreb, Intermedia, 2008., str. 52

⁷ T. Golja, i N. Urošević, "Povezanost kulture i turizma", U: T. Golja, Menadžment u kulturi i turizmu, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 4

suprotan masivnom turizmu. Kulturni turizam je svoje usmjerenje 1990-ih godina, koji je prvotno bio usmjeren na elitnog gosta, okrenuo prema masovnom tržištu, a koje je bilo ciljno-logički usmjereno jer je takva marketinška strategija postala razvojna mogućnost za brojna odredišta⁸.

Kulturni turizam predstavlja posebnu vrstu turizma u kojem prevladava interes gostiju odnosno posjetitelja za objektima i svim ostalim sadržajima koji su neposredno povezani s kulturom destinacije. Tu se ne misli samo na upoznavanje gostiju sa prošlošću određene lokacije, već i upoznavanje sa suvremenim životom nekog grada ili turističke destinacije⁹.

U definiranju kulturnog turizma, polazište je na kulturnim atrakcijama, odnosno prikupljanju novih saznanja, drugačijeg načina života i razmišljanja, koji predstavljaju povijesne, umjetničke i kulturne manifestacije. Kulturne atrakcije imaju značajnu ulogu u turizmu jer čine glavninu turističkog iskustva, razlog putovanja u određenu destinaciju, te su glavna turistička ponuda i motivirajući element. Zajednice bi trebale osigurati konzervaciju i zaštitu kulturnih resursa, ali i omogućiti njihovu iskoristivost u ekonomske svrhe turizma. Transformacija kulturne baštine u proizvod ili atrakciju može se opisati na način stvaranja priče (priča povijesti kroz jasnu i pamtljivu priču) te tako "oživjeti" resurse kulturne baštine, omogućavanje turistima sudjelovanje u kulturnim iskustvima (aktivnim sudjelovanjem turista, a ne samo promatranjem od strane turista), povezanost između znanja i iskustva turista na osobnoj razini i stavljanje fokusa na kvalitetu i autentičnost (izdvajanjem resursa kulturne baštine od ostalih resursa koji su dostupni u turizmu)¹⁰.

⁸ Izlakar, B. i Artič, N. (2010.) *The impact of european capital of culture on tourism expenditure*, Maribor, https://www.academia.edu/11729421/THE_IMPACT_OF_EUROPEAN_CAPITAL_OF_CULTURE_ON_TOURISM_EXPENDITURE (pristupljeno 5.9.2018.).

⁹ M., Bartoluci, op. cit., str. 196

¹⁰ M., Dadić, *Istraživanje kulturnog turizma: konteksti, metode, koncepti*, Split, Redak, 2014, str. 59

Turističke atrakcije mogu biti klasificirane na različite načine, no one glavne skupine odnose se na¹¹:

- prirodnu baštinu te atrakcije koje uključuju ljudsku aktivnost i specijalne događaje, primjerice karnevali (međunarodno poznati Riječki karneval), glazbeni festivali, i slično,
- atrakcije koje su napravljene u turističke svrhe, primjerice muzeji, tematski parkovi i sl.

U slijedećoj tablici navedeni su i objašnjeni tipovi kulturnih atrakcija u pogledu njihovog trajanja.

Tablica 1. Glavni tipovi kulturnih atrakcija

| Trajne atrakcije | Kulturne atrakcije | Privremene atrakcije |
|---|---|--|
| Atrakcije prirodne baštine Atrakcije kulturne baštine, izgrađene atrakcije koje nisu specijalno napravljene u turističke svrhe | Napravljene atrakcije, odnosno izgrađene atrakcije specijalno za turističke svrhe | Specijalni događaji (karnevali, prikaz povijesnih bitki i sl.) |

Izvor: M., Dadić, *Istraživanje kulturnog turizma: konteksti, metode, koncepti*, Split, Redak, 2014, str. 59

Kulturna baština je izraz identiteta naroda, teritorija, njegove povijesti, tradicije i civilizacije, a zadaća održivog turizma je izvući najbolje iz baštine čime će se prikazati značajna gospodarska i socijalna snaga, te stvaranje ekonomskog razvoja¹². Kulturno povijesni spomenici, kao svjedoci kulturnih zbivanja u prošlosti i sadašnjosti neke lokacije, iznimno privlače turiste, i važan su dio turističke kulturne ponude, a pri tome imaju veliku ulogu u razvoju kulture jednog kraja, čime ih zauzvrat turizam ekonomski valorizira i vrednuje. Navedene grupe kulturnih atrakcija su odrednice ponude kulturnog turizma, odgovorne su za postojanje turističkog poslovanja, razlog za putovanja turista, ovisne su o kvaliteti i prirodi samih, odnosno njihovoj povijesnoj i

¹¹ M., Dadić, op. cit., str. 59.

¹² D. A., Jelinčić, "Kulturni turizam kroz fondove Europske unije", U: M., Jurković, *Etnologija i kulturni turizam*, Zagreb, Filozofski fakultet, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, 2006., str. 24

kulturnoj značajnosti, te autentičnosti¹³. Kulturne atrakcije, odnosno stvorene atrakcije postaju sve popularnije, pa tako gradovi postaju motiviraniji izgradnjom novih ili obnovom starih, s željom postizanja prepoznatljivosti po monumentalnim kulturnim zdanjima. Kulturna događanja pridonose imidžu destinacije i njenoj prepoznatljivosti, a što vodi lakšoj promociji iste.

Odluka po kojom se atrakcija uvrštava i razmatra kao turistički paket, odlučuje se putem pet faza procesa¹⁴:

1. faza je popis ili uvrštavanje u inventar (lista inventara svih kulturnih atrakcija)
2. faza je opis (opis povijesti za prepoznavanje vrijednosti atrakcije)
3. faza je procjena (sve atrakcije sa povijesnim značajem se istražuju po kriteriju autentičnosti i jedinstvenosti)
4. faza je evaluacija (evaluirane atrakcije kao moguće kulturne atrakcije u turizmu)
5. faza je mješoviti pristup atrakcijama (selektiranje atrakcija koje će postati kao dio paketa jedinstvene kulturne atrakcije).

Specifični oblici turizma temelje se na motivima kao pokretačima turista prema destinacijama koje mogu u dovoljnoj mjeri zadovoljiti njihove posebne interese, primjerice poput kulture, povijesti, edukacije, vjere i slično. Za razvoj turizma, posebice specifičnih oblika u nekoj destinaciji, temeljni resurs predstavlja prostor, koji je ujedno i najvažnija atrakcija koja dobiva upotrebnu i tržišnu vrijednost putem različitih oblika turizma. Kulturni turizam spada u skupinu specifičnih oblika turizma temeljnog na posebno pripremljenim resursima¹⁵. Stoga, specifični oblici turizma kao smjer razvoja turizma, pružaju više mogućnosti u primjeni održivog razvoja, nego što to može pružiti masovni turizam.

U nastavku slijedi prikaz podjele i razlog putovanja kulturnih turista koji posjećuju destinacije.

¹³ ibidem, str. 62

¹⁴ D. A., Jelinčić, op. cit., str. 63

¹⁵ M., Bartoluci, op. cit., str. 185

Tablica 2. Podjela kulturnih turista

| Turisti motivirani kulturom | Turisti inspirirani kulturom | Turisti privučeni kulturom |
|--|--|---|
| - od 5-15% turista i oko 5% lokalnog stanovništva - motivirani su i privučeni određenim kulturnim sadržajima ili događajima | - oko 30 % turista i oko 15% lokalnog stanovništva - inspirirani određenim kulturnim atrakcijama ili događajima, primjerice predstave, koncerti, izložbe i slično | - turisti koji su privučeni kulturom iako im primarni cilj nije bio posjet destinaciji radi kulture - posjećuju ih ako su im ponuđene tijekom odmora |

Izvor: M., Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2013, str. 197

Iz tablice se može vidjeti da je manji broj turista i lokalnog stanovništva motivirano kulturom prilikom posjete određene destinacije, te je više onih koji su inspirirani kulturom (primjerice održavanje glazbenog koncerta ili predstave prilikom boravka turista u destinaciji), pa su samim time privučeni kulturom iako im primarni cilj nije bio posjet destinaciji radi kulture. Prethodno navedeni tipovi turista variraju od destinacije do destinacije, ovisno o resursu zbog kojeg posjećuju destinaciju i porijeklom kulturnog turista.

Prema drugoj podjeli, postoji pet različitih tipova kulturnih turista, koji se temelje na važnosti kulturnog turizma u cjelokupnoj odluci turista za posjet destinaciji, a oni su¹⁶:

1. kulturni turist sa namjerom (eng. purposeful cultural tourist) - osoba koja ima duboko kulturno iskustvo i to mu je primarni motiv za posjet destinaciji,
2. kulturni turisti s ciljem razgledavanja (eng. sightseeing cultural tourist) - isto kultura predstavlja glavni motiv osobe za posjet destinaciji ali je iskustvo pliće,
3. neočekivani (nenamjerni) kulturni turist (eng. serendipitous cultural tourist)- ne putuje zbog upoznavanja kulture, ali nakon sudjelovanja završava s dubokim kulturnim iskustvom,
4. neformalan kulturni turist (eng. casual cultural tourist)- postojanje slabog motiva za posjet destinaciji zbog njene kulture, pa je time i iskustvo površno,

¹⁶ M., Dadić, op. cit., str. 87

5. slučajni kulturni turist (eng. incidental cultural tourist)- osoba koja ne putuje zbog ponude kulturnog turizma, ali ipak sudjeluje u nekim aktivnostima pa stječe površno iskustvo.

Prema Tomas istraživanju u ljetu 2017., prosječna dob kulturnih turista u Hrvatskoj bila je 41 godina, odnosno 54% osoba je između 30 i 49 godina. Preko 35% kulturnih turista ima fakultetsko obrazovanje, te je više od 10% posjetitelja posjetilo Hrvatsku isključivo radi kulturnih znamenitosti i događaja.

Istraživanja Svjetske trgovinske organizacije pokazuju da kulturni turizam iznosi 37% svih turističkih putovanja, a potražnja raste 15% godišnje, te se procjenjuje da se svake godine dogodi oko 650 milijuna putovanja, a oko 240 milijuna se može, barem djelomično pripisati kulturnom turizmu. Uviđa se da su kulturni turisti stariji, obrazovaniji i boljeg imovnog stanja, nego što su turisti u cjelini, a kulturni turisti su često putnici koji se dulje zadržavaju u destinaciji, troše više i sudjeluju u više aktivnosti nego drugi turisti. Neposredna povezanost između razine obrazovanja i interesa za kulturni turizam je evidentna, u smislu želje da se uči ono što karakterizira druge sredine, interes za alternativne stilove života i kulture, te je neposredno povezana s razinom obrazovanja. Kao što je već kroz rad definirano, kulturni turist je osoba koja posjećuje poznatu atrakciju kulturne baštine (primjerice muzej, galeriju, festival), te osoba koja sudjeluje uživo ili gleda neku aktivnost tijekom boravka u destinaciji, bez obzira na razlog zbog kojeg posjećuje destinaciju. Destinacije promoviraju svoje najpoznatije kulturne točke kao dio skupa atrakcije, odnosno u svim slučajevima putovanja kulturni turizam predstavlja element posjete, ali ne i glavni razlog posjete¹⁷.

Zbog sve veće važnosti kulturne funkcije turizma u turističkoj potražnji i ponudi, danas se razvijaju brojni oblici kulturnog turizma. Poznato je da društvo stvara kulturu, a kultura društvo, te su tako oni povezani, jer je kultura stvorena od ljudi, to su njihovi zakoni, morali, religije, književnosti i slično, a ona se prenosi u nasljeđe, sa

¹⁷ Fakultet za menadžment i turizam u ugostiteljstvu, <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-77e0d30b4cb9123f9149ab9563914902.pdf> (pristupljeno 10.12.2018.)

generacije na generaciju. Elementi kulture su vrijednosti i stavovi, običaji, materijalni elementi, obrazovanje, društvene institucije, jezik i neverbalna komunikacija¹⁸.

Ulaganje i razvitak kulturnog turizma mora se temeljiti na razvoju menadžmenta kulturnih resursa i određenoj razvojnoj politici. Ciljevi turističke politike destinacije obuhvaćaju shvaćanja i korištenja kulture u turizmu na tri načina¹⁹:

- podupiranje razvoja kulturnog i umjetničkog stvaralaštva,
- korištenje umjetnosti i kulture kao sredstva postizanja izvankulturnih ciljeva,
- oblikovanje turističke i kulturne politike tako da se kultura i kulturni razvitak shvaća kao široki prilagodljivi resurs koji stvara identitet i imidž te povećava blagostanje zajednice.

Rastom turizma, odnosno povećanjem dolazaka gostiju u neko kulturno središte, može za kulturne resurse, a posebno za spomeničku baštinu, biti veliko opterećenje jer dovodi do disbalansa u pogledu pružanja kvalitete razgledavanja i konzumiranja kulturne usluge kod posjetitelja²⁰. Određivanjem prihvatnog kapaciteta i modela korištenja onih resursa koji će kulturu čuvati, sanirati i unapređivati, može se putem modela valorizacije i revitalizacije podići stupanj razvijenosti grada na viši nivo. Posjetitelji gradova jesu posjetitelji spomeničkih znamenitosti, raznih priredbi i manifestacija, te je s obzirom na to, glavna atrakcija povezana sa kulturnim motivima turista. Te se atrakcije uglavnom odnose na kulturno-povijesne spomenike i kulturne ustanove i priredbe. Gradovi koji rade na svojoj promociji i razvoju, pri planiranju turističke sutrašnjice u svom destinacijskom menadžmentu stavljaju težište na jednu ili pak više vrsta turizma, te usvajaju različite marketinške strategije, i naravno, svjesni su važnosti kvalitete proizvoda koji nude, kao i komparativnih i konkurentnih prednosti ili nedostataka na tržištu.

London je dobar primjer kulturnog centra Europe, koje predstavlja sjedište nekim od najboljih svjetskih muzeja, galerija, umjetničkih škola, iz njega dolaze najbolji vrhunski arhitekti, kuhari, glazbenici i umjetnici. London je zbog toga svjetski kulturni

¹⁸ S., Geić, *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011., str. 186

¹⁹ loc. cit.

²⁰ ibidem, str. 188

centar gdje kultura grada i gradske ulice prikazuju akumuliranu arhitektonsku izvrsnost kojoj se svaki turist divi, zatim bogatu povijest i baštinu, raznoliku glazbu i umjetnost te impresivnu kulinarsku scenu. U njemu se svaki kulturni turist može osjećati kao nigdje drugdje, upravo iz razloga što je kultura na odličan način povezana sa turizmom i mogućnostima koje pruža.

Danas se kulturni turizam fokusira na spajanju dobara i usluga sa potrošačima, te umjesto pasivne potrošnje, kulturni turisti pokazuju proaktivan pristup ispunjavanju svojih potreba, želeći aktivno sudjelovati u stvaranju iskustva tijekom putovanja. Kulturni turizam je prepoznat kao trend krajem 1970.-ih godina, tako što se uvidjelo postojanje velikih i učestalih skupina turista koja putuje kako bi stekla detaljniju spoznaju o pojedinim kulturnim atrakcijama²¹. Razvidno je da kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti turističke destinacije, a ujedno su i jedan od preduvjeta turističkog odabira, dok razvojem turizma kroz elemente valorizacije i poticanjem kulturnih događanja, pozitivno utječe na kulturni razvitak. Kulturni turizam sve više spada u područje znanstvenog istraživanja, no još uvijek nema jedinstvenu teoretsku osnovu, čime se otežavaju aktivnosti u turističkoj praksi. Putem odgovarajućeg ekonomskog vrednovanja trebalo bi se omogućiti kvalitetna zaštita, revitalizacija i razvitak spomeničke baštine i drugih oblika kulture.

Kod kulturnog turizma potrebno je pridavati važnost valorizaciji i razvoju kulturnog civilizacijskog nasljeđa, putem uključivanja kulturno povijesne baštine u ponudu svakog turističkog mjesta, pa je stoga potrebno analizirati valorizaciju i revitalizaciju spomeničkog nasljeđa, ulogu kulturnog nasljeđa za unaprjeđenje turističke ponude, duhovne vrijednosti i kulturni menadžment u turizmu. Putem takve valorizacije postiže se promocija ukupnog turizma, veća učinkovitost lokalnog i regionalnog turizma, bolja promocija i plasman kulturnih turističkih proizvoda, bolji prihodi od prodaje ulaznica za muzeje, galerije, povijesne atrakcije, zatim veći prihodi od prezentacije etnoloških, etnografskih i drugih tradicijskih nasljeđa, produljenje turističke sezone i posezone, i drugo²². Turističko-gospodarsko korištenje kulturno-povijesnog nasljeđa može se promatrati kroz elemente vizualne valorizacije,

²¹ S. Geić, op. cit., str. 188

²² ibidem, str. 192.

organizirane vizualne valorizacije, turističke, uslužne i kulturno-turističke ustanove, marketing i slično. Svrha ekonomske valorizacije spomeničke baštine polazi od temeljne pretpostavke da ni najbogatija društva nisu u mogućnosti održavati spomeničku baštinu sredstvima proračuna. Skoro sva umjetnička djela i cjeline su u većoj ili manjoj mjeri uključena u turizam i turističku ponudu koje se valoriziraju posjetom i razgledavanjem, ili pak nekim drugim načinom, čime se pridonosi zaštiti kulturnog nasljeđa²³.

Smisao kulturnog turizma je uključivanje fizičkog posjećivanja kulturnim institucijama i cjelokupnog kulturnog kontakta turista sa lokalnim stanovništvom. Kulturni turizam je teže razviti kod destinacija kod kojih je turistička aktivnost slaba, a pogotovo uzimajući u obzir da se kultura nalazi na sekundarnom odnosno tercijarnom mjestu. Kultura, kod turista, sama po sebi nije presudna u donošenju odluka pri izboru destinacije, već je to imidž, i zato dobar imidž mora biti kompatibilan sa imidžom kulturnog turizma²⁴.

²³ S., Geić, op. cit, str. 192

²⁴ ibidem, str. 306

3. ZNAČAJ NASLOVA "EUROPSKI GRAD KULTURE" ZA TURIZAM GRADOVA

Europska prijestolnica kulture je titula koja se dodjeljuje europskim gradovima s ciljem promocije i podizanja kulturnog standarda gradova. Takav program donosi sve veće koristi, i služi kao sredstvo za regionalni gospodarski razvoj, a posebice gradova sa manje akumuliranim kulturnim kapitalom. Titula koja se dodjeljuje gradovima predstavlja snažan alat koji omogućava sveobuhvatnu promjenu identiteta i imidža gradova, jačanje međusektorske i međunarodne suradnje, porast životnog standarda i profesionalizaciju kulturnog sektora²⁵.

Zemlje, kojima je cilj razvijanje održivog turizma, u vidu očuvanja kulture i kulturne baštine, pridaju veliku pozornost u definiranju politike, mjera i programa koji će se provoditi sa svrhom ostvarivanja konkurentnosti i kvalitete ponuđenih vidova kulturnog turizma²⁶.

Europska unija nastoji očuvati zajedničku kulturnu baštinu Europe i učiniti je pristupačnijom drugima te poduprijeti, promicati umjetnost i kreativne djelatnosti u Europi. Politike Europske unije u bliskom srodstvu s kulturom jesu²⁷:

- obrazovanje i učenje stranih jezika
- potpora informacijskim i komunikacijskim tehnologijama
- socijalna politika
- regionalni razvoj.

Primjerice, u okviru regionalne politike Europska unija daje potporu glazbenim školama, koncertnim dvoranama i tonskim studijima te financira obnovu povijesnih kazališta (npr. Gran Teatre del Liceu u Barceloni i La Fenice u Veneciji). Programom "kreativna Europa" potiče se rast i zapošljavanje u europskoj umjetnosti,

²⁵ Kalabrić, M. (2015), "Europske prijestolnice kulture", Europski portal za mlade, https://europa.eu/youth/hr/article/43/28897_ro, (pristupljeno 20.11.2018.)

²⁶ I., Slivar i T., Golja, *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 11

²⁷ Europska unija, Kultura u Europskoj uniji, https://europa.eu/european-union/topics/culture_hr (pristupljeno 30.11.2018.)

kinematografiji i kreativnim djelatnosti, čime se želi očuvati i promicati kulturna i jezična raznolikost Europe te njezino kulturno bogatstvo, pridonijeti cilju ostvarivanja pametnog i održivog gospodarskog rasta u Europskoj uniji, pomoći umjetničkom i kreativnom sektoru da se prilagodi digitalnom dobu i globalizaciji, promicati gospodarski razvoj, otvoriti nove međunarodne prilike i tržišta te proširiti publiku. Svake se godine dva grada odabiru za Europsku prijestolnicu kulture. Time se slavi europski identitet, unapređuje suradnja s umjetničkim organizacijama u Europi i izvan nje te daje daljnji poticaj lokalnoj umjetnosti. Poseban status tim gradovima donosi dokazanu dugoročnu društvenu i kulturnu korist²⁸.

Sagledavajući kulturu Europe iz pravne perspektive, Ugovorom iz Lisabona kultura je dobila važno mjesto. Jedan od njezinih glavnih ciljeva, jest da Europska unija poštuje svoju bogatu kulturnu i jezičnu raznolikost te osigurava očuvanje i unapređenje kulturnog nasljeđa Europe. Njeno djelovanje usmjereno je na poticanje suradnje između država članica te podupiranje i dopunjavanje njihovog djelovanja u poboljšanju poznavanja i popularizacije kulture i povijesti europskih naroda, očuvanju i zaštiti kulturne baštine od europske važnosti kao i njegovanju nekomercijalne kulturne razmjene i umjetničkog i književnog stvaralaštva²⁹.

Na temelju cjelokupnog rada u unaprjeđenju kulture, Europska unija je svoja postignuća ostvarila u³⁰:

1. Razvojnoj politici putem programa Europske agende za kulturu, u čijem se okviru predlažu tri strateška cilja sa socijalnom, gospodarskom i vanjskom dimenzijom:

1. iskorištavanje snage kulture i kulturne raznolikosti za socijalnu koheziju i dobrobit;
2. podupiranje kreativnosti u obrazovanju i inovacijama koja se temelji na kulturi te one u pogledu radnih mjesta i rasta te
3. jačanje međunarodnih kulturnih odnosa.

²⁸ Europska unija, Kultura u Europskoj uniji, https://europa.eu/european-union/topics/culture_hr (pristupljeno 30.11.2018.)

²⁹ Informativni članci o Europskoj uniji, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/137/kultura>, (pristupljeno 30.11.2018.)

³⁰ loc. cit.

2. Akcijskom programu i sekundarnom zakonodavstvu sa programima:

- Kreativna Europa - proračun od 1,46 milijardi eura za programsko razdoblje od 2014.-2020.; obuhvaćeni su prethodni programi Unije: MEDIA (1991. – 2013.), MEDIA Mundus (2011. – 2013.) i Kultura (2000. – 2013.).
- Europske prijestolnice kulture (EPK) - jedna od najuspješnijih i najpoznatijih kulturnih inicijativa Europske unije; dva grada, u dvije različite države EU-a, svake godine dobivaju status Europske prijestolnice kulture (do sada je tu titulu ponijelo više od 40 gradova), prilike za moderniziranje gradova, poticanje njihove kreativnosti i poboljšanje imidža.
- Oznaka europske baštine - pokrenuta 2005. kao međuvladina inicijativa nekoliko država članica; cilj je jačanje međukulturnog dijaloga i jačanje osjećaja pripadnosti građana Uniji; lokacije biraju svoje simboličke vrijednosti (koje su imale u povijesti i kulturi) i dosad je oznaku dobilo 29 lokacija.
- Europska godina kulturne baštine 2018. - svrha je isticanje uloge europske kulturne baštine u stvaranju zajedničkog poimanja povijesti i identiteta.
- Nezakonito iznošenje kulturnih predmeta - regulira fizički povrat kulturnih predmeta nezakonito iznesenih s teritorija država članica Europske unije; svi kulturni predmeti za koje je nacionalnim zakonodavstvom utvrđeno da predstavljaju nacionalno blago umjetničke, povijesne ili arheološke vrijednosti.
- Nagrade - dodjeljivanje nagrada iz područja kulturne baštine, arhitekture, književnosti i glazbe sa ciljem isticanja izvrsnosti i uspješnog europskog djelovanja u spomenutim područjima.

U svim navedenim programima i poticajima veliku ulogu ima Europski parlament, koji iskazuje dugotrajan interes za potencijalni razvoj kulturnog i kreativnog sektora. Kulturne i kreativne industrije nisu samo izraz kulturne raznolikosti, već ujedno zapošljavaju 7,5 % radne snage Europske unije, što znači da BDP-u doprinose s otprilike 509 milijardi eura dodane vrijednosti³¹.

Opći ciljevi inicijative Europske prijestolnice kulture definirani su u vidu očuvanja i promicanja raznolikosti kultura u Europi i naglašavanja njihovih zajedničkih značajka.

³¹ Informativni članci o Europskoj uniji, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/137/kultura>, (pristupljeno 30.11.2018.)

U skladu s tim ciljevima, grad koji će ponijeti naslov Europske prijestolnice kulture nastojat će svojim aktivnostima poboljšati opseg, raznolikost i europske dimenzije svoje kulturne ponude³².

3.1. Povijest titule Europske prijestolnice kulture

Biranje gradova kao Europske prijestolnice kulture, datira još iz 1985. godine, pokrenutog od strane grčke ministrice kulture, kada je grad Atena postala prva Europska prijestolnica kulture³³. Cilj programa je ujediniti ljude članice Europske unije, sa karakteristikama poput europske kulture i bogatstvom različitosti u Europi. Program je kreiran od strane Europske unije za period od jedne kalendarske godine, tijekom koje je dana mogućnost gradovima prikazivanja kulturnog života i njegovog razvoja. Cilj je omogućavanje pristupačnosti kulture europskih gradova europskoj publici i stvaranje cjelokupne slike europske kulture. Od 1990. godine organizatori različitih europskih gradova kulture stvorili su Mrežu europskih kulturnih prijestolnica koja omogućavaju razmjenu i širenje, te organiziranja buduća događanja³⁴.

Tablica 3. Gradovi nositelji titule Europske prijestolnice kulture

| Godina | Grad | Država |
|--------|-----------|------------------|
| 1985 | Atena | Grčka |
| 1986 | Firenca | Italija |
| 1987 | Amsterdam | Nizozemska |
| 1988 | Berlin | Njemačka |
| 1989 | Pariz | Francuska |
| 1990 | Glasgow | Velika Britanija |
| 1991 | Dublin | Irska |
| 1992 | Madrid | Španjolska |

³² Republika Hrvatska, Ministarstvo kulture, <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=10890>, (pristupljeno 30.11.2018.)

³³ Unecc, European Capital of Culture, <http://unecc.org/european-capitals-of-culture/history/>, (pristupljeno 1.9.2018.)

³⁴ loc. cit.

| | | |
|------|---|--|
| 1993 | Antwerpen | Belgija |
| 1994 | Lisabon | Portugal |
| 1995 | Luxemburg | Luksemburg |
| 1996 | Kopenhagen | Danska |
| 1997 | Solun | Grčka |
| 1998 | Stockholm | Švedska |
| 1999 | Weimar | Njemačka |
| 2000 | Avignon Bergen Bologna Krakow Helsinki Prag Reykjavik Santiago de Compostela | Francuska Norveška Italija Poljska Finska Češka Island Španjolska |
| 2001 | Rotterdam Porto | Nizozemska Portugal |
| 2002 | Bruges Salamanca | Belgija Španjolska |
| 2003 | Graz | Austija |
| 2004 | Genova Lille | Italija Francuska |
| 2005 | Cork | Irska |
| 2006 | Patras | Grčka |
| 2007 | Luxemburg Sibiu | Luksemburg Rumunjska |
| 2008 | Liverpool Stavanger | Velika Britanija Norveška |
| 2009 | Linz Vilnius | Austija Litva |
| 2010 | Essen Pečuh Istanbul | Njemačka Mađarska Turska |

| | | |
|------|--------------------------|-----------------------|
| 2011 | Tallinn Turku | Estonija Finska |
| 2012 | Guimaraes Maribor | Portugal Slovenija |
| 2013 | Marseille Košice | Francuska Slovačka |
| 2014 | Umea Riga | Švedska Latvija |
| 2015 | Pizen Mons | Češka Belgija |
| 2016 | San Sebastian Wracłow | Španjolska Poljska |
| 2017 | Aarhus Paphos | Danska Cipar |
| 2018 | Leeuwarden Valletta | Nizozemska Malta |
| 2020 | Rijeka Galway | Hrvatska Irska |

Izvor: obrada autora

Područja pozitivnog učinka za koja postoje dokazi učinka programa uključuju³⁵:

- Kulturni učinak i učinak na sliku grada. Program može znatno utjecati na jačanje mreža, pokretanje novih suradnji, poticanje nastavka novih poslova te povećanje sposobnosti i ambicije kulturnog sektora. Gradovi domaćini sa slabim imidžom doživjeli su potpuni procvat svoje slike te su se uspješno pozicionirali kao kulturna središta.
- Društveni učinci. Najpovoljniji društveni učinak Programa Europske prijestolnice kulture je njegovo djelovanje na predodžbu koju lokalno stanovništvo ima o svom gradu te na njihov osjećaj ponosa.

³⁵ Unecc, European Capital of Culture, <http://uneecc.org/european-capitals-of-culture/history/>, (pristupljeno 1.9.2018.)

- Gospodarski učinci. Program u velikom dijelu gradova znatno utječe na neposredne ili srednjoročne turističke trendove.

Širenje operativnog i zakonodavnog okvira programa Europske prijestolnice kulture na razini Europske unije može se podijeliti u tri faze³⁶:

- Prva faza (1985. – 1996.) - imenovanje gradova smatralo se međuvladinom aktivnošću i nedostajao je zakonodavni okvir. Gradove je obično predlagala njihova država članica, pri čemu je nedostajalo vremena za financiranje ili razvoj inicijativa u vezi s Europskom prijestolnicom kulture.
- Druga faza (1997. – 2004.) - od 1998. godine uvode se kriteriji za odabir i rokovi za podnošenje prijave, čime su se znatno povećale ambicije gradova i njihova sposobnost programiranja u vezi s Europskom prijestolnicom kulture. Program je također dobio veću važnost uključivanjem u glavni program EU-a za kulturu.
- Treća faza (2005. – 2019.) - uspostavlja se prvi zakonodavni okvir za Program, koji je postao djelovanje Zajednice sa službenim kriterijima europske dimenzije. Tijekom tog razdoblja postupci odabira, praćenja i ocjenjivanja se pojašnjavaju i jačaju.

Europski grad kulture, kao činitelj turističkog razvoja, putem velikih organiziranih događanja, ima veliki potencijal u generiranju velikog broja posjetitelja i utjecaja na lokalni i regionalni turizam, te stvaranju nove turističke destinacije i novi imidž iste. Kroz godinu dana, mnogih kulturnih događanja, festivala, konferencija, povećava se broj ljubitelja u umjetnost i kulturu, čime se mijenja percepcija svijesti ljudi o pojedinim destinacijama³⁷. Ulaganjem u kulturu gradova i regija, stvara se nova generacija posjetitelja koji cijene umjetnost i zadovoljavaju svoju znatiželju kroz upoznavanje novih kultura, a upravo su takvi posjetitelji veći potrošači, čime destinacija najviše profitira.

³⁶ Garcia, B. i Cox, T., "Europske prijestolnice kulture dugoročni učinci", [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2013/513985/IPOL-CULT_ET\(2013\)513985\(SUM01\)_HR.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2013/513985/IPOL-CULT_ET(2013)513985(SUM01)_HR.pdf), (pristupljeno 1.9.2018.)

³⁷ Kulaga, K. (2017) *The influence of European City of Culture on regional tourism*, Warsaw, Poljska, http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-d6053351-5db3-4631-97cd-2635376538b0/c/MSN_72_2017_364-375.pdf, (pristupljeno 22.8.2018.).

3.2. Doprinos titule Europske prijestolnice kulture na razvoj gradova

Europska prijestolnica kulture ima direktni i indirektni utjecaj na pojedine faktore, od kojih se direktni odnose na broj turista i širenje odnosno prijenos kulture, dok se indirektni utjecaji odnose na poboljšanje percepcije destinacije, povećanje promocije, broja noćenja i povećanje prihoda. Treba naglasiti da najveći utjecaj ima na gospodarski boljitak zemlje, a što se iščitava iz dužine boravka turista prilikom odabira gradova odnosno destinacije. Glavni cilj programu Europski grad kulture je integriranje građana Europe kroz kulturu i njihovo međusobno razumijevanje. Već preko 30 godina ideja europskog grada kulture uživa popularnost i moglo bi se reći da je jedan od prestižnih dobro poznatih kulturnih događanja u Europi. Gradovi i regije su oni koji sponzoriraju i ulažu sredstva u promoviranje gradova i organiziranju događanja, jer se na kraju ipak takva investicija isplati, a koja se vrati putem kulturnih i socio-ekonomskih beneficija odnosno ostvarivanju profita³⁸.

Gradovi ponajprije imaju za cilj privlačenje onih skupina turista sa većom potrošačkom moći i širokoumnih konzumenata kulturne ponude i kulturne baštine. Više nije cilj stvaranje masovnog turizma i povećanja broja posjetitelja na jednom području u kraćem vremenskom razdoblju, već privlačenje većeg broja gostiju kroz duži period na širem području destinacije. Vlade zemalja imaju najveći utjecaj na financiranje i njegovanje kulture svoje zemlje, ponajprije zbog edukativnog utjecaja koji imaju na ljude, što znači povećanje zanimacije za kulturne proizvode i ravnopravnost svih društvenih skupina. Gradovi bi trebali kroz svoja proračunska sredstva, ali i vlada, na razini cijele zemlje, subvencionirati umjetnost i kulturu, približiti ju svim stanovnicima, a sve u cilju povećanja ekonomskog razvoja. Ulaganje države u umjetnost i kulturu se razlikuje od države do države. Više proračunskih sredstava ulažu razvijenije države, dok one manje razvijene ne ulažu dovoljno iz razloga jer se bore sa drugim teškoćama.

Austrija, država koja se nalazi u središnjoj Europi, planinskom području, na tromeđi triju povijesnih naroda (germana, slavena i romana), i kao država sa visokim BDP-

³⁸ Politike Europske unije, Kulturna i audiovizualna djelatnost, https://europa.eu/european-union/file/845/download_hr?token=W7d8qfwF (pristupljeno 10.11.2018.)

om, je dobar primjer ulaganja u kulturu gradova i cjelokupnoj promociji zemlje, čime se utječe na razvoj i mijenjanje slike pojedinih gradova u pogledu razloga posjeta turista, primjerice grad Graz koji je nekada bio prepoznatljiv kao šoping grad, dok se danas na njega gleda kao grad kulture.

Ključ dobrog marketinga je u plasiranju dobrog proizvoda ili usluge koja se putem distribucije na atraktivnim lokacijama može utjecati na poimanje kulture i umjetnosti kod stanovnika. Putem kvalitetne i strateški planirane promocije, postiže se uspješna organizacija i visoki standardi. Davanjem prilika idejama u projektiranju, valoriziranju i osmišljavanju kulturnih programa, putem iskorištavanja fondova Europske unije, može se postići još veća prepoznatljivost destinacija, te stvaranja povijesnih, atraktivnih i suvremenih kultura.

Promoviranje i usmjeravanje turizma u smjeru ulaganja u kulturu, predstavlja uspješni razvoj turizma na određenim lokacijama. Sve veća zahtjevnost turista i jačanje globalizacije vodi ka turističkoj valorizaciji kulturne baštine, kojoj je zadaća očuvanje autohtone kulture, prepoznatljivosti grada, regije ili cjelokupne države. Prednost kulturnog turizma jest neovisnost s obzirom na prirodne uvjete, što donekle znači izbjegavanje negativnih efekata sezonalnosti koji najčešće pogađaju područja s prevelikom orijentiranošću na pojedine vrste turizma baziranim na prirodnim pogodnostima. Projekt Europska kulturna prijestolnica donosi financijska ulaganja grada domaćina u gradnju kulturnih ustanova vrhunske suvremene arhitekture (koji, naravno, zauvijek ostaju domaćinu na raspolaganju) i adaptaciju postojećih kulturnih ustanova. Za vrijeme jednogodišnje nositelja titule, grad domaćin predstavlja platformu mnogobrojnim kulturnim događanjima (izložbe, festivali, koncerti, kazališne predstave), najpoznatijih svjetskih umjetnika koji u pravilu privlače turiste zahtjevnijih specifičnih interesa, najčešće većih platežnih mogućnosti³⁹. Grad i nakon proteka roka od godine dana ostaje i dalje upisan u središtima kulturnog turizma što i ubuduće donosi promotivnu i financijsku dobit.

³⁹ Opačić, V. T., "Kulturne prijestolnice Europe – primjer uspješnog razvoja kulturnog turizma", 2003., <http://www.geografija.hr/svijet/kulturne-prijestolnice-europe-primjer-uspjesnog-razvoja-kulturnog-turizma/>, (pristupljeno 15.9.2018.)

Tablica 4 prikazuje postotak noćenja turista u godinama prije i nakon održavanja programa Europske prijestolnice kulture u odnosu na godinu održavanja programa.

Tablica 4. Noćenja turista prije i nakon održavanja Europske prijestolnice kulture u gradovima nosiocima titule Europske prijestolnice kulture

| Grad | Godina | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Atena | 1985 | | | | | | 100.0 | 62.9 | 67.6 | 68.1 | 70.6 | 72.6 |
| Amsterdam | 1987 | | | | | | 100.0 | 105.2 | 112.3 | 126.2 | 118.3 | 129.1 |
| Berlin | 1988 | | | 74.8 | 84.6 | 97.0 | 100.0 | 110.0 | 121.1 | 128.2 | 128.1 | 121.9 |
| Pariz | 1989 | | 74.9 | 66.8 | 70.0 | 81.2 | 100.0 | 104.9 | 95.1 | 104.2 | 89.0 | 90.8 |
| Glasgow | 1990 | | 59.5 | 62.2 | 71.6 | 71.6 | 100.0 | 71.6 | 82.4 | 78.4 | 81.1 | 93.2 |
| Madrid | 1992 | 105.8 | 110.5 | 119.5 | 122.9 | 113.1 | 100.0 | 93.1 | 104.4 | 108.5 | 114.8 | 121.3 |
| Lisabon | 1994 | | | | | 89.8 | 100.0 | 98.0 | 99.3 | 105.3 | 134.2 | 126.2 |
| Luxembourg | 1995 | 101.2 | 116.2 | 118.0 | 117.0 | 105.1 | 100.0 | 95.7 | 98.7 | 106.8 | 112.5 | 120.7 |
| Kopenhagen | 1996 | 80.1 | 84.1 | 84.8 | 89.1 | 89.4 | 100.0 | 98.8 | 99.6 | 103.4 | 112.9 | 114.9 |
| Stockholm | 1998 | 74.0 | 80.4 | 86.6 | 89.8 | 91.4 | 100.0 | 99.8 | 103.2 | 104.2 | 104.0 | 107.5 |
| Weimar | 1999 | 54.7 | 65.8 | 65.2 | 63.4 | 64.0 | 100.0 | 78.1 | | 69.3 | 78.3 | 83.5 |
| Bologna | 2000 | | | 88.4 | 89.9 | 89.2 | 100.0 | 110.2 | 106.5 | 105.8 | 103.2 | 106.9 |
| Bruxelles | 2000 | 73.4 | 84.6 | 90.9 | 90.8 | 94.9 | 100.0 | 98.3 | 104.2 | 106.6 | 104.9 | 103.4 |
| Helsinki | 2000 | 74.1 | 79.3 | 86.2 | 87.8 | 93.0 | 100.0 | 98.2 | 96.7 | 97.2 | 96.7 | 98.9 |
| Reykjavik | 2000 | | | 71.8 | 90.2 | 97.1 | 100.0 | 98.3 | 102.1 | 109.7 | 118.3 | 126.3 |
| Prag | 2000 | | | | | 106.7 | 100.0 | 105.6 | 88.4 | 109.2 | 138.2 | 145.2 |
| Porto | 2001 | | 92.9 | | 100.0 | 93.7 | 100.0 | 101.5 | 104.0 | 111.0 | 116.1 | |
| Rotterdam | 2001 | | | | 89.4 | 174.6 | 100.0 | 99.3 | 81.6 | 88.0 | | |
| Bruges | 2002 | | | | | | 100.0 | 90.8 | 88.0 | 87.2 | 92.5 | 95.8 |
| Graz | 2003 | 67.5 | 70.9 | 74.6 | 74.5 | 82.1 | 100.0 | 86.3 | 87.6 | 88.7 | 93.7 | 95.7 |
| Genoa | 2004 | 80.5 | 81.0 | 87.2 | 90.2 | 90.5 | 100.0 | 91.9 | 101.3 | 100.0 | 107.1 | 106.6 |
| Luxembourg | 2007 | 93.4 | 79.7 | 87.4 | 90.1 | 93.7 | 100.0 | 96.2 | 90.5 | 87.6 | 94.4 | 101.0 |
| Sibiu | 2007 | | | 69.5 | | 82.0 | 100.0 | 86.7 | 72.0 | 64.1 | | |
| Linz | 2009 | 87.7 | 93.0 | 92.8 | 91.5 | 91.3 | 100.0 | 93.8 | 100.5 | 107.4 | 105.0 | 105.0 |
| Vilnius | 2009 | | | | | 115.6 | 100.0 | 108.5 | 128.6 | 145.6 | 160.7 | 171.4 |
| Istanbul | 2010 | 91.7 | 88.5 | 99.3 | 91.5 | 90.4 | 100.0 | 119.9 | 138.5 | 140.2 | 157.8 | 147.6 |
| Tallinn | 2011 | 75.7 | 75.3 | 75.1 | 69.1 | 82.1 | 100.0 | 98.8 | 100.4 | 102.3 | 99.9 | |
| Turku | 2011 | 95.6 | 98.6 | 98.5 | 95.4 | 94.7 | 100.0 | 94.7 | 91.4 | 92.5 | 90.9 | |
| Maribor | 2012 | 81.5 | 84.3 | 74.9 | 79.8 | 83.4 | 100.0 | 91.0 | 96.6 | 114.4 | | |

Izvor: Garcia, European Capitals of Culture: Success Strategies and Long Term Effects, (2013), https://www.researchgate.net/publication/270586905_Garcia2013European_Capitals_of_Culture_Success_Strategies_and_LongTerm_Effects, (pristupljeno 10.12.2018.)

Iz tablice je vidljivo da je svaki grad nositelj titule Europske prijestolnice kulture imao veći broj noćenja i dolazaka turista nego što su to imali godinama ranije. Kod nekih gradova, dolazi do pada broja noćenja nakon godine Europske prijestolnice kulture, primjerice Sibiu (Rumunjska) je nakon tri godine ostvario pad noćenja sa 72% na

64,1%; Pariz (Francuska) je imao neznatne oscilacije u broju noćenja pa je tako nakon treće godine u postotku broja noćenja sa 104,2% pao na 89% i onda opet neznatno porastao; gradovima Bologni (Italija) i Luksemburgu (Luksemburg) je nakon druge godine od dobivanja titule lagano pao postotak broja noćenja, te ponovno porastao; gradu Turku (Finska) također je nakon dobivanja titule Europskog grada kulture lagano pao postotak broja noćenja. Kod navedenih primjera je to samo neznatno, jer već kasnije dolazi do rasta, pa čak i dosega rekordnih brojka (primjerice Prag). Gradovi poput Vilniusa (Litva) i Istanbula (Turska) su, nakon što su proglašeni gradom kulture, ostvarivali rekordne brojke, koje i dalje ostvaruju.

Zanimljivosti koje nudi program Europske prijestolnice kulture su slijedeće⁴⁰:

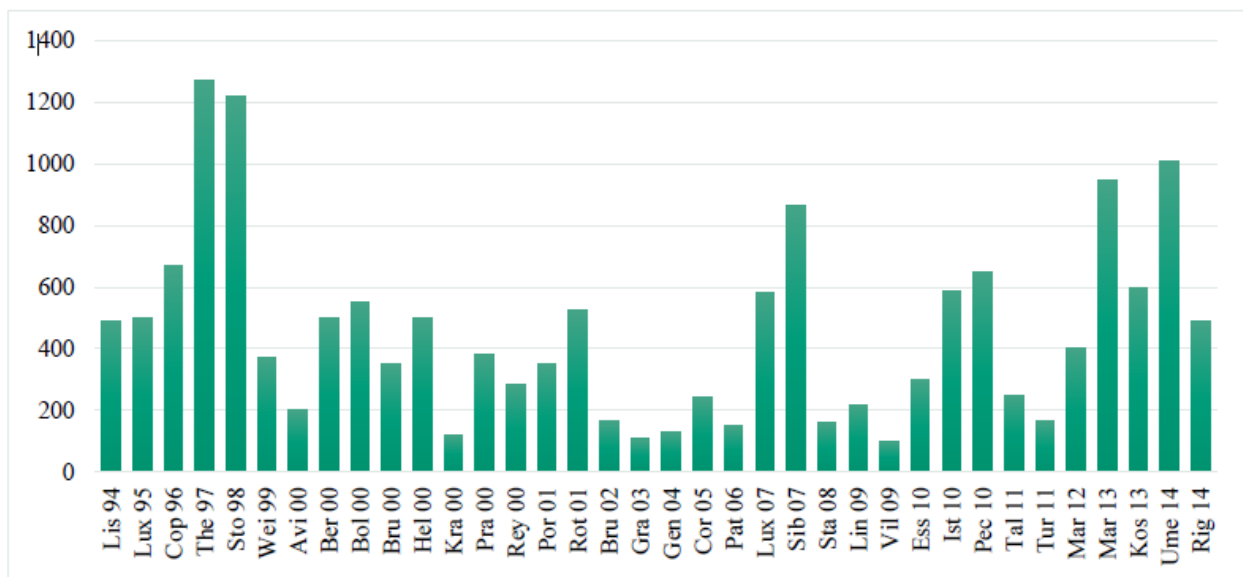
- Program Europske prijestolnice kulture je pokrenut 1985. godine na inicijativu grčke ministrice kulture, Meline Marcouli, čiji je cilj ujedinjenje i zbližavanje građana Europske unije;
- Potrebno je šest godina pripreme izabranog grada nositelja titule Europske prijestolnice kulture. Zainteresirani gradovi podnose prijavu, nakon čega međunarodni tim stručnjaka za kulturu preporučuje jedan grad po zemlji domaćinu, koji se kasnije formalno proglašava Europskom prijestolnicom kulture (formalna odluka se javlja četiri godine prije stvarnog događaja);
- Titula donosi prosperitet izabranim gradovima i to u pogledu ekonomskog i infrastrukturnog rasta, međunarodne prepoznatljivosti, te obzirom na činjenicu da se kultura povezuje sa razvojem država, taj događaj dodjeljivanja titule postaje sve prestižniji;
- Titula je ujedno i temelj regionalne kreativnosti;
- Valletta (Malta) i Leeuwarden (Nizozemska) su gradovi nositelji titule Europske prijestolnice kulture za 2018. godinu. Glavna tema grada Vallette je "Imagine 18", umjetnički identitet koji probija granice i pozdravlja kreativnost, dijalog, inovaciju. • Središnja tema grada Leeuwardana je "Otvorena zajednica" sa ciljem povezivanja različitih zajednica diljem Europe;

⁴⁰ Living it, 10 things you need to know about european capitals of culture, <http://www.livingit.euronews.com/2018/01/19/10-things-you-need-to-know-about-european-capitals-of-culture#> (pristupljeno 20.11.2018.)

- Proglašenje Europskog grada kulture traje već 33 godine i proglašeno je preko 50 gradova u Europskoj uniji, te su već za četiri naredne godine izabrani gradovi nositelji te titule, a među njima je i grad Rijeka kao predstavnik Republike Hrvatske.

Slika ispod prikazuje broj projekata gradova dobitnika titule Europske prijestolnice kulture od 1994. godine nadalje.

Slika 1. Broj projekata Europskih prijestolnica kulture



Izvor: Garcia, European Capitals of Culture: Success Strategies and Long Term Effects, (2013), https://www.researchgate.net/publication/270586905_Garcia2013European_Capitals_of_Culture_Success_Strategies_and_LongTerm_Effects, (pristupljeno 10.12.2018.)

Na slici je prikazano kako je najviše projekata prijavio grad Solun (Grčka) i to preko 1000, a koji je prijestolnicom Europske kulture imenovan 1997. godine, dok je najmanji broj projekata imao Vilnius (Litva) imenovan 2009. godine. Većina gradova je imala oko 500 projekata, a zanimljivo je da je primjerice grad Sibiu (Rumunjska) imenovan 2007. godine kao grad male veličine imao preko 800 projekata.

Kao buduća nositeljica titule Europske prijestolnice kulture 2020. godine je grad Rijeka, dok su u nastavku navedena i opisana tri primjera grada koji su proglašeni Europskom prijestolnicom kulture.

3.2.1. Linz (Austrija)

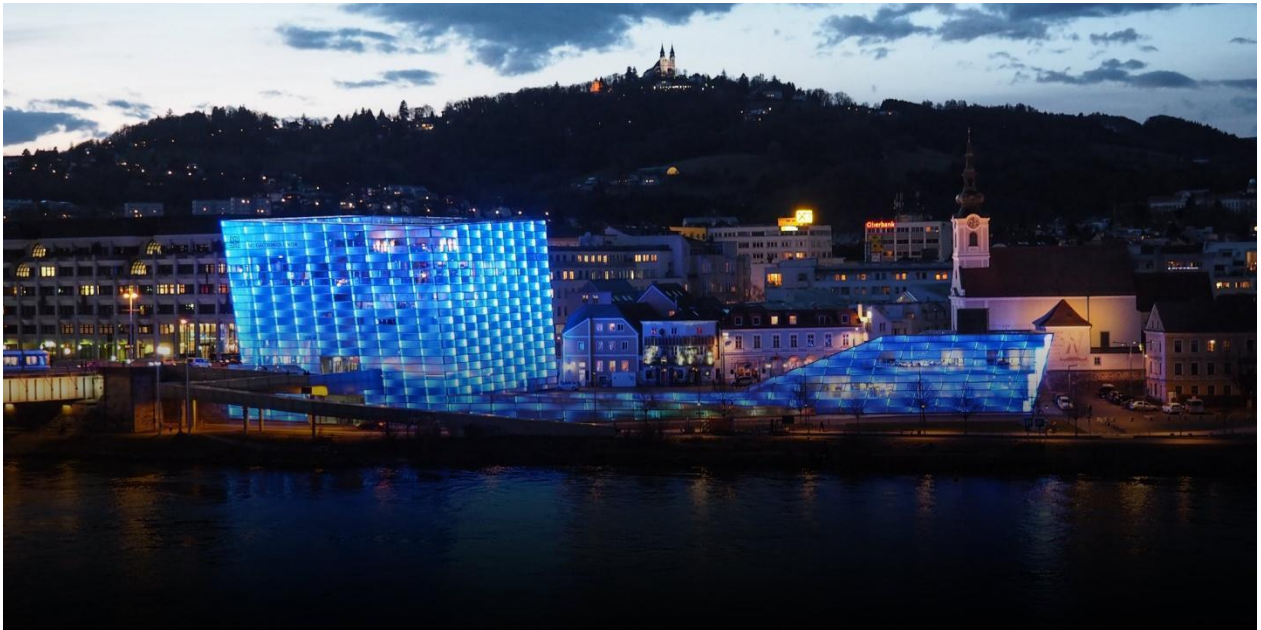
Grad Linz je smješten na obalama rijeke Dunava, na sjeveroistoku Austrije, a poznat je po svjetskoj poznatoj torti Linzer, koja je najstarija torta na svijetu, a radi se prema receptu za najstariju poznatu tortu od 1653. godine. Važan industrijski grad, treći po veličini u Austriji, sa brojnim kulturnim aktivnostima, gdje je Mozart napisao svoju Simfoniju br. 36 (Simfonija iz Linza). Ta se poznata tradicija uvelike razvila, da je grad Linz postao slavno umjetničko središte, gdje se u srpnju svake godine pokraj Dunava, sakupi veliki broj klaunova, akrobata i mimičara koji nastupaju na ulicama. U rujnu se u Donauparku održava godišnja glazbena svečanost posvećena Bruckneru, festival ArsElectronica u interaktivnom Muzeju budućnosti, te ujedno kao kulturnu atrakciju grad Linz nudi Muzej povijesti zubarstva u Gornjoj Austriji. Za Europsku prijestolnicu kulture je nominiran 2009. godine. Također je zanimljivo da je nacistički vođa Adolf Hitler, smatrao Linz svojim rodnim gradom⁴¹.

Projekt grada Linza koji se izvodio tijekom 2009. godine, donio je značajne promjene u tradicionalnom izgledu grada, i to ne samo u pogledu kulture. Značajan utjecaj je bio na gradskoj infrastrukturi, ulaganja u novi centar ArsElectronica i u novo južno krilo Muzeja dvoraca čime je grad potaknut programom u umjetničkom kontekstu. Program grada se temeljio na inovativnim i suvremenim programima okupljenih oko tema industrije, kulture i prirode, čime su naglašene postojeće jake kulturne točke grada, ali i potaknuti novi projekti urbanog, društvenog i kulturnog razvoja⁴².

⁴¹ S., Ercegovac, *501 grad koji morate posjetiti*, 1. izdanje, Zagreb, Profil Multimedia, 2010, str. 36

⁴² European capital of culture: the road to success, from 1985 to 2010., https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-25-years_en.pdf (pristupljeno 10.11.2018.)

Slika 2. Linz (Austrija) - centar Ars electronica



Izvor: Ars electronica center, <https://ars.electronica.art/center/en/>, (pristupljeno 1.10.2018)

Poseban naglasak stavljen je na međunarodne projekte i otvaranje grada prema turistima, brisanje negativnog vanjskog imidža kao i na sveobuhvatno bavljenje negativnim nasljeđem iz razdoblja nacizma. Ponuda je bila temeljena na motu kultura 365 dana u godini. Također su pojačani i potaknuti deficitarni kulturni programi za djecu i mlade, kvartovski projekti i projekti koji se bave suvremenom poviješću. Linz je ponudio najveći kulturni program u povijesti europskih prijestolnica kulture s ukupno 200 projekata, 7.700 događanja, 5.000 umjetnika i mnogobrojnom publikom. Program je nudio brojne europske festivale, suradnje i rezidencije u kojima su sudjelovali umjetnici iz 66 zemalja, međunarodnoga značaja⁴³.

⁴³ Rijeka 2020, Linz - Europska prijestolnica kulture 2009., <http://rijeka2020.eu/linz-europska-prijestolnica-kulture-2009/> (pristupljeno 5.11.2018.)

3.2.2. Maribor (Slovenija)

Mariborski povijesni razvoj je određen njegovim zemljopisnim položajem, bogatom poviješću, vinogradskom tradicijom te društvenim i kulturnim životom. Maribor, grad koji broji 120.000 stanovnika, danas ima razvijenu kulturnu infrastrukturu, kako javnih ustanova u kulturi tako i nezavisnih i malih kulturnih organizacija.

Glavni koncept i slogan prijestolnice kulture Maribor 2012. bio je Točka preokreta, a tijekom cijele godine odrađeno je 405 projekata i 5.264 kulturnih događaja. Događanja je posjetilo ukupno 4.5 milijuna posjetitelja čemu treba pridodati i 2.8 milijuna posjeta na mrežne stranice prijestolnice kulture. Uključenost svih građana Republike Slovenije iznosila je 11% ukupnog stanovništva, a od toga je 53% građana Maribora posjetilo minimalno jedan događaj⁴⁴.

Slika 3. Grad Maribor (Slovenija)



Izvor: Seebiz.eu, Maribor u 2012 europska prijestolnica kulture, <http://www.seebiz.eu/maribor-u-2012-europska-prijestolnica-kulture/ar-22243/> (pristupljeno 30.9.2018.)

Maribor je 2012. godine posjetilo preko 230.000 turista, a zabilježeno je preko 540.000 noćenja što je porast od 13% u odnosu na 2011. godinu. Zahvaljujući isključivo programu Europske prijestolnice kulture, u Mariboru i partnerskim

⁴⁴ Rijeka 2020, Maribor - Europska prijestolnica kulture 2012., <http://rijeka2020.eu/maribor-europska-prijestolnica-kulture-2012/>, (pristupljeno 30.9.2018.)

gradovima broj posjeta je porastao za 39%. Maribor je, kao Europska prijestolnica kulture, proveo opsežne i inovativne kulturne programe, uključujući potpuno nove kulturne aktivnosti s jakim naglaskom na novim oblicima kreativnog izražavanja i interdisciplinarnim radovima. Cijelo mariborsko područje je osjetilo velik porast broja dolazaka turista, a broj noćenja je porastao za, od 20% do čak 92%. Procjenjuje se da je potrošnja posjetitelja iznosila između 21 i 29 milijuna eura⁴⁵.

3.2.3. Tallinn (Estonija)

Grad Tallinn ima dugu i raznoliku kulturnu baštinu, obzirom da se kao grad razvio u 13. stoljeću, te je bio središte Estonske nacionalnosti tijekom 19. stoljeća, sa karakterističnim tradicijama festivala pjesama i povećanom razinom pismenosti, čime je 1918. godine potaknuta neovisnost Estonije. Unatoč tome što grad Tallinn predstavlja jednu od većih luka na Baltičkom moru i odredište većeg broja krstarenja, ima rivu koja pokazuje znakove industrijskog propadanja. Tijekom Sovjetskog razdoblja, grad Tallinn i područje oko grada bilo je rezervirano za industrijske i vojne svrhe, te je bilo zatvoreno za javnost. Obnova i ponovno otvaranje područja uz obalu je već duži niz godina pitanje javne rasprave i napravljena su neka poboljšanja, no napredak je otežan zbog različitih vlasništva zemljišta, političkih razlika i gospodarske teškoće doživljene od 2008. godine⁴⁶.

Danas je Tallinn glavni grad Estonije, sa preko 400.000 stanovnika, od kojih jedna trećina ruske nacionalnosti. Ima razvijene suvremene tehnologije i sektor informacijske tehnologije. Doživio je ekspanzivan rast tijekom 1990.-ih i početkom 2000.-ih godina, u vidu brzog ekonomskog razvoja i pada nezaposlenosti, no 2008. godina je za Tallinn bila ekonomski teška, sa posljedicom velikog broja nezaposlenih.

⁴⁵ Rijeka 2020, Maribor - Europska prijestolnica kulture 2012., <http://rijeka2020.eu/maribor-europska-prijestolnica-kulture-2012/>, (pristupljeno 30.9.2018.)

⁴⁶ Rampton, J. i dr. (2012), "Ex-post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture", Europska komisija, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf, (pristupljeno 14.12.2018.)

Kasnije, nakon 2010. godine se grad polako "oporavlja" kroz mjere štednje koje je provodila vlada Estonije⁴⁷.

Kao glavni grad, Tallinn je srce kulturnog života zemlje, domaćin velikog broja kulturnih događanja i dom glavnih nacionalnih kulturnih institucija. Titulu Europske kulturne prijestolnice nosio je 2011. godine, i od tada grad broji 44 muzeja (zajedno sa umjetničkim muzejom Estonije), 40 galerija i izložbenih dvorana, 4 kina i 13 koncertnih dvorana. Među ključnim kulturnim događanjima, tijekom 2011. godine, jesu Tallinnski dani, Dani starog grada, Jazzkaar internacionalni festival, Tallinn festival svjetla, "Midsummer Nights dream" kazališni festival. Posjeti muzejima su se povećali već između 2006. i 2010. godine, osobito gradskom muzeju Tallinna, koji broji udvostručenje broja dolazaka gostiju⁴⁸.

Slika 4. Grad Tallinn (Estonija)



Izvor: The Travel Blog by LateRooms, <https://blog.laterooms.com/2011/05/have-a-ball-in-the-baltic-a-quick-guide-to-tallinn-european-capital-of-culture-2011/> (pristupljeno 14.12.2018.)

⁴⁷ Rampton, J. i dr. (2012), "Ex-post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture", Europska komisija, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf, (pristupljeno 14.12.2018.)

⁴⁸ loc. cit.

Jedan od ključnih kulturnih proizvoda u Tallinnu je srednjovjekovni grad koji je prepoznat kao UNESCO-v svijet baštine (slika gore) i koji je bio u nastojanju da privuče turiste u grad. Strategija Tallinna za budućnost je uključivanje strateških mjera za održavanje povijesne i kulturne baštine grada, kao sredstvo promicanja kulturnog turizma. U tom smjeru ide Plan razvoj gradske vlasti Tallinna od 2009.-2027. godine, sa ciljem razvoja kulturnog turizma. Broj dolazaka turista u Tallinnu se postepeno povećavao tijekom godina do 2008. godine, ali se znatno smanjio u 2009. godine prije oporavka 2010. godine (prikaz u tablici 4.)

Prijava projekata za dobivanje titule Europske prijestolnice kulture temeljila se na temama "Folklor i bajke". Cilj je bio stvoriti kulturne događaje koji su podržani na svim razinama u središtu zajednica, time dokazujući da mala društva izgrađena na snažnoj kulturnoj podlozi mogu biti jednako efikasna i uspješna kao i kod velikih naroda. Takav kulturni događaj, odnosno dobivanje titule Europske prijestolnice kulture, pomogao bi gradu povratak na Europsku kulturnu mapu. U nastavku su navedeni ciljevi grada Tallinna koji su bili predloženi u izvornoj prijavi⁴⁹:

- uspostavljanje urbanog okruženja koje se fokusira na unapređenje razvoja građanskih kreativnih aktivnosti i inicijative, kao i ulaganje u infrastrukturu i smještaj za veće kulturne potrebe;
- izrada smjernica za kreativno gospodarstvo koje se spaja sa poslovnom zajednicom, čime postaje zaštitni znak grada;
- promicanje kulturne komunikacije između zajednica umjetnika grada Tallinna sa drugim gradovima u Europi, sa ciljem razvijanja projekata i suradnje kako bi Tallinn bio otvoren i multikulturan grad;
- omogućavanje da grad Tallinn bude priznat kao bitno i važno tržište i atraktivno odredište kulturnih turista.

Zanimljivo je da je grad Tallinn zajedno sa gradom Turku, koji je također bio 2011. godine izabran za nositelja titule Europske prijestolnice kulture, iskoristio blizinu dvaju gradova radi sudjelovanja u zajedničkim aktivnostima. Tijekom kandidature, grad Tallinn je, ponukan savjetima Europske selekcijske komisije, u unapređenju i daljnju

⁴⁹ Rampton, J. i dr. (2012), "Ex-post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture", Europska komisija, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf, (pristupljeno 14.12.2018.)

razradu projekata, promijenio umjetničku temu "Folklor i bajke" u "Priče o morskoj obali", "Priče o zajedničkom pjevanju", "Priče o životu u starom gradu" i "Priče o snovima i iznenađenjima". Na kraju, grad Tallinn je sadržavao 251 projekt sa oko 7000 događanja (filmske izvedbe, koncerti, izložbe, kazališta i drugo), raspodijeljen na četiri sezone tijekom 2011. godine. Niz većih događanja koje je grad Tallinn nudio tijekom 2011. godine su Tallinn Maritime Days (100.000 posjetitelja), festival plesa i pjesme (77.000 posjetitelja), koncert "Pjesme slobode" (75.000 posjetitelja), posljednji dan Europske prijestolnice kulture (25.000 posjetitelja), ili Tallinn maraton (17.000 sudionika). Sve navedeno je pozitivno utjecalo na turizam grada, pa je tako krajem rujna 2011. godine broj noćenja stranih turista porastao za 23% u odnosu na prethodnu godinu, što je rezultiralo 494 909 hotelskih noćenja. Zaključno, do kraja 2011. godine je sudjelovalo više od 1,9 milijuna ljudi na raznim projektima⁵⁰.

⁵⁰ RusMedia, communication agency, <http://rusmedia.ee/european-capital-of-culture-tallinn-2011/>, (pristupljeno 14.12.2018.)

4. ZAKLJUČAK

Pojam turizma i njegova veza sa kulturom je povezana od samih početaka putovanja ljudi. Destinacije koje žele privući kulturne turiste, posebice one veće platežne moći, sve više ulažu u kvalitetu ponude proizvoda i usluga, odnosno izrađuju projekte kojima će pobuditi veće zanimanje lokalne zajednice u kulturu, ali i privući financijska sredstva kojima će investirati u novu kulturnu ponudu ili revitalizaciji postojeće ponude. Prilikom donošenja odluke o smjeru razvoja turizma u destinaciji važno je uključivanje svih interesnih dionika (lokalno stanovništvo, ustanove, poduzetnici i ostali) koji imaju utjecaj na razvoj turizma destinacije i na koje turizam utječe. Lokalno stanovništvo može svojim sudjelovanjem značajno pridonijeti uključivanjem turista u kulturu destinacije, a to mogu učiniti svojim gostoprimstvom, poznavanjem stranih jezika, obučavanjem i proširivanjem svojih znanja o kulturnim običajima mjesta u kojem žive i od kuda potječu.

Projekt Europski grad kulture je jedan od najprepoznatljivijih i najviše prihvatljivijih projekata u kulturnoj politici Europske unije. Da bi projekt grada kulture uspio u određenom gradu, mora se uložiti u infrastrukturu, logotipu, načinu oblačenja, uređenju okoliša, što znači da svaka pojedina osmišljena stavka i element moraju biti dobro isplanirani i koji će ubuduće donijeti koristi i zadovoljstvo, kako kod turista koji posjećuju destinaciju, tako i kod lokalnog stanovništva koji će cjelokupni projekt dugogodišnje "konzumirati". Davanje prilika idejama u projektiranju, valoriziranju i osmišljavanju kulturnih programa, putem iskorištavanja fondova Europske unije, destinacijski gradovi bi mogli puno više postići i postati prepoznatljiviji u pogledu razvoja kulture i kulturnog turizma. U radu su navedena tri primjera grada koji su se putem prezentiranja svojih projekata izdvojili od ostalih gradova kandidata za dobivanje titule Europske prijestolnice kulture. Dodjeljivanjem titule Europske prijestolnice kulture, gradovima se omogućava isticanje elemenata lokalnog i nacionalnog identiteta u pogledu valorizacije kulturne baštine i kulturnih atrakcija. Može se zaključiti da dobivanje i zadržavanje titule Europskog grada kulture u najvećem broju slučajeva donosi pozitivne pomake u ekonomskom i socijalnom smislu.

LITERATURA

Knjige:

1. I., Slivar i T., Golja, *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016
2. T. Golja, N. i N. Urošević, "Povezanost kulture i turizma", U: T. Golja, Menadžment u kulturi i turizmu, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.
3. S., Ercegovac, *501 grad koji morate posjetiti*, 1. izdanje, Zagreb, Profil Multimedija, 2010.
4. M., Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2013
5. M., Dadić, *Istraživanje kulturnog turizma: konteksti, metode, koncepti*, Split, Redak, 2014
6. S., Geić, *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011
7. N., Skledar, *Osnove znanosti o kulturi*, Zaprešić, Visoka škola za poslovanje i upravljanje, 2010
8. M., Meler, *Marketing u kulturi*, Osijek, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2006.
9. D. A., Jelinčić, "Kulturni turizam kroz fondove Europske unije", U: M., Jurković, Etnologija i kulturni turizam, Zagreb, Filozofski fakultet, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, 2006
10. D. A. Jelinčić, *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb, Intermedia, 2008

Članci u on line časopisu:

1. Izlakar, B. i Artič, N. (2010.) *The impact of european capital of culture on tourism expenditure*, Maribor,
https://www.academia.edu/11729421/THE_IMPACT_OF_EUROPEAN_CAPITAL_OF_CULTURE_ON_TOURISM_EXPENDITURE (pristupljeno 5.9.2018.).
2. Kulaga, K. (2017) *The influence of European City of Culture on regional tourism*, Warsaw, Poljska, http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-d6053351-5db3-4631-97cd-2635376538b0/c/WSN_72__2017__364-375.pdf., (pristupljeno 22.8.2018.).

3. Kalabrić, M. (2015), "Europske prijestolnice kulture", Europski portal za mlade, https://europa.eu/youth/hr/article/43/28897_ro, (pristupljeno 20.11.2018.)
4. Opačić, V. T., "Kulturne prijestolnice Europe – primjer uspješnog razvoja kulturnog turizma", 2003., <http://www.geografija.hr/svijet/kulturne-prijestolnice-europe-primjer-uspjesnog-razvoja-kulturnog-turizma/>, (pristupljeno 15.9.2018.)
5. Garcia, B. i Cox, T., "Europske prijestolnice kulture dugoročni učinci", [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513985/IPOL-CULT_ET\(2013\)513985\(SUM01\)_HR.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513985/IPOL-CULT_ET(2013)513985(SUM01)_HR.pdf), (pristupljeno 1.9.2018.)
6. Garcia, European Capitals of Culture: Success Strategies and Long Term Effects, (2013), https://www.researchgate.net/publication/270586905_Garcia2013European_Capitals_of_Culture_Success_Strategies_and_LongTerm_Effects, (pristupljeno 10.12.2018.)
7. Rampton, J. i dr. (2012), "Ex-post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture", Europska komisija, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf, (pristupljeno 14.12.2018.)

Ostalo:

1. Europska unija, Kultura u Europskoj uniji, https://europa.eu/european-union/topics/culture_hr (pristupljeno 30.11.2018.)
2. European capital of culture: the road to success, from 1985 to 2010., https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-25-years_en.pdf (pristupljeno 10.11.2018.)
3. Unecc, European Capital of Culture, <http://uneecc.org/european-capitals-of-culture/history/>, (pristupljeno 1.9.2018.)
4. Informativni članci o Europskoj uniji, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/137/kultura>, (pristupljeno 30.11.2018.)
5. Republika Hrvatska, Ministarstvo kulture, <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=10890>, (pristupljeno 30.11.2018.)
6. Living it, 10 things you need to know about european capitals of culture, <http://www.livingit.euronews.com/2018/01/19/10-things-you-need-to-know-about-european-capitals-of-culture#> (pristupljeno 20.11.2018.)

7. Ars electronica center, <https://ars.electronica.art/center/en/>, (pristupljeno 1.10.2018)
8. Rijeka 2020, Linz - Europska prijestolnica kulture 2009., <http://rijeka2020.eu/linz-europska-prijestolnica-kulture-2009/> (pristupljeno 5.11.2018.)
9. Rijeka 2020, Maribor - Europska prijestolnica kulture 2012., <http://rijeka2020.eu/maribor-europska-prijestolnica-kulture-2012/>, (pristupljeno 30.9.2018.)
10. Seebiz.eu, Maribor u 2012 europska prijestolnica kulture, <http://www.seebiz.eu/maribor-u-2012-europska-prijestolnica-kulture/ar-22243/> (pristupljeno 30.9.2018.)
11. Fakultet za menadžment i turizam u ugostiteljstvu, <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-77e0d30b4cb9123f9149ab9563914902.pdf> (pristupljeno 10.12.2018.)
12. The Travel Blog by LateRooms, <https://blog.laterooms.com/2011/05/have-a-ball-in-the-baltic-a-quick-guide-to-tallinn-european-capital-of-culture-2011/> (pristupljeno 14.12.2018.)
13. RusMedia, communication agency, <http://rusmedia.ee/european-capital-of-culture-tallinn-2011/>, (pristupljeno 14.12.2018.)

Popis slika

| | |
|---|----|
| SLIKA 1. BROJ PROJEKATA EUROPSKIH PRIJESTOLNICA KULTURE | 24 |
| SLIKA 2. LINZ (AUSTRIJA) - CENTAR ARS ELECTRONICA | 26 |
| SLIKA 3. GRAD MARIBOR (SLOVENIJA)..... | 27 |
| SLIKA 4. GRAD TALLINN (ESTONIJA) | 29 |

Popis tablica

| | |
|---|----|
| TABLICA 1. GLAVNI TIPOVI KULTURNIH ATRAKCIJA | 6 |
| TABLICA 2. PODJELA KULTURNIH TURISTA | 8 |
| TABLICA 3. GRADOVI NOSITELJI TITULE EUROPSKE PRIJESTOLNICE KULTURE | 16 |
| TABLICA 4. NOĆENJA TURISTA PRIJE I NAKON ODRŽAVANJA EUROPSKE PRIJESTOLNICE KULTURE U GRADOVIMA NOSIOCIMA TITULE EUROPSKE PRIJESTOLNICE KULTURE | 22 |

SAŽETAK

Svrha rada je utvrđivanje utjecaja titule Europske prijestolnice kulture na regionalni turizam, odnosno utjecaj na turizam gradova i regija koja se natječu u proglašenju Europske prijestolnice kulture.

Program Europske prijestolnice kulture predstavlja veliku korist stanovnicima grada i okolice u povećanju životnog standarda i kvalitete života, jer se ulažu velika financijska sredstva u gradnju kulturnih ustanova vrhunske suvremene arhitekture i adaptaciju postojećih kulturnih ustanova, a s druge veliku promociju grada domaćina kao središta kulture, odnosno kulturnog turizma. Projekt Europski grad kulture je jedan od najprepoznatljivijih i najviše prihvatljivijih projekata u kulturnoj politici Europske unije. Dodjeljivanjem titule gradovima omogućava se isticanje elemenata lokalnog i nacionalnog identiteta u pogledu kulture i kulturnih atrakcija, te pozitivnih pomaka u ekonomskom i socijalnom smislu.

Ključne riječi: kulturni turizam, gradovi, europska prijestolnica kulture

SUMMARY

The purpose of written work is to determine the influence of the title of the European Capital of Culture on regional tourism, respectively the impact on the tourism of cities and regions that compete for the proclamation of the European Capital of Culture.

The program of the European Capital of Culture represents a great benefit to the inhabitants of the city and its surroundings in increasing the standard of living and quality of life, because they invest great financial resources in the construction of cultural institutions of top-class modern architecture and adaptation of existing cultural institutions and other great promotion of the host city as a center of culture tourism. The European City of Culture project is one of the most recognizable and most acceptable projects in the cultural policy of the European Union. By assigning titles to cities it is possible to highlight the elements of local and national identity in terms of culture and cultural attractions, as well as positive economic and social changes.

Keywords: cultural tourism, cities, European capital of culture