

Kulturni događaji i manifestacije istočne Slavonije i Baranje

Žambok, Dorotea

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:401273>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**



Repository / Repozitorij:

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



zir.nsk.hr



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

DOROTEJA ŽAMBOK

**KULTURNI DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE
ISTOČNE SLAVONIJE I BARANJE**

Diplomski rad

Pula, 2020.

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

DOROTEJA ŽAMBOK

**KULTURNI DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE
ISTOČNE SLAVONIJE I BARANJE**

Diplomski rad

JMBAG: 0303050265 redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Turizam događaja

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: sociologija

Znanstvena grana: sociologija turizma

Mentor: izv.prof.dr.sc. Mauro Dujmović

Pula, lipanj 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime 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 korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog 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 diplomski 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

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	8
1. UVOD	1
2. RAZVOJ TURIZMA DOGAĐAJA.....	3
2.1. Definicija događaja	3
2.2. Vrste događaja	4
2.2.1. Sportska događanja.....	4
2.2.2. Zabavni, umjetnički i kulturni događaji	5
2.2.3. Komercijalna marketinška i promidžbena događanja	6
2.2.4. Skupovi i izložbe	6
2.2.5. Obiteljska okupljanja i prikupljanje sredstava u dobrotvorne svrhe.....	6
2.2.6. Ostale vrste događanja.....	7
2.3. Veličina događaja.....	7
2.3.1. Mega događaji	7
2.3.2. Regionalni događaji	9
2.3.3. Značajni događaji	9
2.3.4. Manji događaji	10
3. ULOGA TURIZMA DOGAĐAJA U TURISTIČKOJ DESTINACIJI	11
3.1. Utjecaji događaja na prostornu cjelinu	11
3.1.1. Pozitivni utjecaji.....	11
3.1.2. Negativni utjecaji	13
3.2. Održivost turizma	14
3.3. Kreiranje iskustva u turizmu događaja	16
3.4. Ograničenja razvoja turizma događaja.....	17
4. KULTURNI TURIZAM	19
4.1. Kulturno - obrazovna funkcija turizma	20
4.2. Pojam kulturnog događaja	22

4.3. Obilježja uspješnosti kulturnog događaja	24
4.4. Tipologija kulturnog posjeta	26
4.5. Prilagodbe novim motivima posjeta.....	26
5. KULTURNI DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE ISTOČNE SLAVONIJE I BARANJE	28
5.1. Razvoj turizma u Istočnoj Slavoniji i Baranji.....	28
5.2. Kulturni događaji – primjeri.....	33
5.2.1. Osječko ljeto kulture	33
5.2.2. Festival tamburaške glazbe	35
5.2.3. Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana	37
5.2.4. Strossmayerovi dani	38
5.3. Regionalne i lokalne manifestacije	40
5.3.1. Pokladno jahanje	40
5.3.2. Uskrsni gastro fest.....	41
5.3.3. „Đakovački bušari“	42
5.3.4. Viteški grad Erdut	43
5.3.5. „Pračkijada“	45
5.3.6. Tarda festival	46
5.3.7. SLAMA Land Art.....	48
5.4. Folklorni događaji.....	50
5.4.1. Đakovački vezovi.....	50
5.4.2. Ljeto valpovačko.....	52
5.4.3. Baranjski bećarac	54
5.5. Povezanost turističke ponude i događaja na području Istočne Slavonije i Baranje	55
6. PROJEKCIJE ZA BUDUĆNOST	58
7.ZAKLJUČAK.....	60
POPIS LITERATURE.....	62

POPIS SLIKA.....	69
POPIS TABLICA.....	70

SAŽETAK

Od davnih vremena događaji su imali važnu ulogu jer su se na njima ljudi okupljali sa istim ciljem i svrhom. Na okupljanjima povodom različitih vrsta događaja ljudi ostvaruju posebno iskustvo kojim zadovoljavaju svoje potrebe. Također, u turizmu su događaji od velike važnosti jer se njima može upotpuniti turistička ponuda destinacije. Turizam događaja na području Istočne Slavonije i Baranje u razvojnoj je fazi te ga je u velikoj mjeri potrebno poticati različitim mjerama. Događaji i manifestacije usko su vezani uz kulturnu i folklornu baštinu te očuvanje tradicije. Tradicija i očuvanje kulturne baštine uključeno je u svaki aspekt života lokalnog stanovništva što rezultira brojnim lokalnim manifestacijama i kulturnim događajima koji se tradicionalno održavaju na području Istočne Slavonije i Baranje. Pritom se ističu gradovi Osijek, Aljmaš, Erdut, Đakovo, Valpovo, Donji Miholjac i Našice koji imaju bogatu kulturno povijesnu baštinu i povoljan geografski položaj. Unatoč navedenom, turistički potencijal ove regije nije u potpunosti iskorišten, no sinergijom svih dionika događaji mogu pospješiti razvoj turizma u navedenim područjima te poboljšati imidž destinacije.

Ključne riječi: događaj, turizam događaja, kulturna - povijesna baština, manifestacije

SUMMARY

Events have had a major role in lives of people since ancient times because people gathered for the same reason and with the same purpose. Gathering for different types of events gives people opportunity to fulfill their needs. Also, events are very important for tourism because they can complement tourist offer of the destination. In Eastern Slavonia and Baranja event tourism is still developing and needs to be encouraged with different measures. Events and manifestations are closely related to cultural and folklore inheritance and preserving of tradition. In the area of Eastern Slavonia and Baranja tradition and cultural inheritance is incorporated in every aspect of peoples' lives which results in numerous local manifestations and cultural events. Places such as Osijek, Aljmaš, Erdut, Đakovo, Valpovo, Donji Miholjac and Našice have rich cultural and historical heritage, as well as favorable geographical position which makes them and their manifestations stand out. Despite all of the above, touristic potential of this region is not completely harnessed but development of tourism could be improved in these areas if everyone worked together hard enough on improving the image of the destination.

Key words: event, event tourism, cultural and historical heritage, manifestations

1. UVOD

Kulturni događaji i manifestacije Istočne Slavonije i Baranje predstavljaju ključno područje za razvoj turizma u navedenoj regiji. Poticanje održavanja manifestacija i kulturnih događaja idealna je podloga za stvaranje konkurentnosti regije na turističkom tržištu. Bogatstvo običaja, krajolik, povijesni lokaliteti, tradicija, gastronomija i ambijentalnost regije važan su faktor za razvoj turizma događaja te kao takvi utječu na kreiranje istih. Događaji predstavljaju motiv za dolazak turista te iste treba prilagođavati današnjim trendovima uz zadržavanje autentičnosti.

Cilj rada je predstaviti kulturne događaje i manifestacije na području Istočne Slavonije i Baranje te ispitati kako iskoristiti njihov potencijal u svrhu turizma. Resursna osnova važan je element za istraživanje, razvoj i realizaciju događaja na danom području. Intenzivnom suradnjom svih dionika uključenih u proces realizacije događaja, otvaraju se dodatne prilike za oplemenjivanje ponude.

Svrha rada je istaknuti važnost kulturnih događaja i manifestacija te predstaviti Istočnu Slavoniju i Baranju kao regiju koja posjeduje kvalitetnu resursnu osnovu koja je temelj razvoja u turizmu. Uz dodatne sadržaje u promatranoj regiji događaji mogu značajno pridonijeti većoj posjećenosti i poboljšanju turističkog imidža.

H1: Kulturni događaji i manifestacije važni su za oblikovanje i unapređenje turističke ponude na području Istočne Slavonije i Baranje.

Tijekom izrade diplomskog rada korištene su metoda promatranja i dokazivanja, metoda analize i sinteze, statistička metoda, deskriptivna metoda. Podaci su prikupljeni iz stručne literature, znanstvenih članaka, on-line izvora uz osobno istraživanje problematike.

Rad je podijeljen na uvodni dio, razradu teme i zaključak. U uvodnom su dijelu rada izneseni cilj, svrha i hipoteza rada te su navedene korištene metode. Središnji dio rada, odnosno razrada teme podijeljena je u pet poglavlja. U prvom poglavlju *Razvoj turizma događaja* definiran je pojam događaja i opisana njegova povijest. Opisane su vrste događaja te navedeni različiti primjeri za iste. U drugom poglavlju *Uloga turizma događaja u turističkoj destinaciji* istaknuti su pozitivni i negativni utjecaji događaja na prostornu cjelinu. Objasnjena je važnost održivosti u turizmu, kreiranje iskustva kao i

ograničenja do kojih može doći u razvoju turizma događaja. Treće poglavlje *Kulturni turizam* orijentirano je na kulturno-obrazovnu funkciju turizma, pojam i obilježja kulturnog događaja te tipologiju kulturnog posjeta. Naglasak je stavljen na nove motive radi kojih gosti posjećuju određenu destinaciju koja istima treba prilagoditi turističku ponudu. U četvrtom poglavlju *Kulturni događaji i manifestacije Istočne Slavonije i Baranje* dan je kratak osvrt na razvoj turizma u navedenoj regiji. Navedeni su i opisani primjeri kulturnih i folklornih događaja te regionalnih i lokalnih manifestacija. Posebno je istaknuta povezanost turističke ponude i događaja na području Istočne Slavonije i Baranje. U petom poglavlju *Projekcije za budućnost* predstavljeni su ciljevi, strategije i planirani projekti kojima se nastoji unaprijediti turizam događaja u Istočnoj Slavoniji i Baranji. Na kraju rada je zaključak u kojem su izneseni kratki zaključci pojedinih poglavlja i cjelokupnog rada.

2. RAZVOJ TURIZMA DOGAĐAJA

Događaji su oduvijek predstavljali okupljanja ljudi s određenim ciljem i svrhom. Događajima su se obilježavali važniji dani u godini te su mogli biti različitog karaktera: vjerskog, humanitarnog, političkog itd. Za ljude su događaji imali važnu ulogu jer su na takav način mogli biti povezani te okupljati se s različitom svrhom. Jedinstveni trenutak predstavljaju upravo događaji koji pojedincu donose nesvakidašnje društveno i kulturno iskustvo kojima zadovoljava svoje specifične potrebe.

U turizmu, događaji su poprimili značajnu važnost te se njihovim organiziranjem upotpunjuje turistička ponuda. Širok je spektar razloga zbog kojih se organiziraju pojedini događaji, no oni se razlikuju po svojoj svrsi, cilju, potrebama, veličini, vrsti itd. Izvedivost događaja zahtjevan je zadatak, no uz valjan nadzor i kontrolu može se pokazati veoma uspješnim projektom.

2.1. Definicija događaja

„Poseban događaj je jedinstven trenutak u vremenu koji se slavi ceremonijom i obredom da bi se zadovoljile specifične potrebe“¹ Posebni događaji razlikuju se od uobičajenog dana, jer se oni unaprijed istražuju, planiraju, upravljaju, koordiniraju. Posebni događaji pomažu u privlačenju posjetitelja te utječu na njih zbog promjene uobičajene svakodnevnice.

Razvojem i analizom događaja u turističkoj destinaciji, te stvaranjem određenog identiteta i publiciteta, događaj može privući brojne posjetitelje te stvoriti koristi za turističku destinaciju.

Turistička ponuda koja je izuzetno važna za svaku destinaciju, mora biti oplemenjena različitim događajima i aktivnostima u njoj kako bi privukla veći broj turista. Za pojedine turiste, događaji predstavljaju dodatni sadržaj, dok za druge motiv dolaska u destinaciju. Samim time, oni poprimaju obilježja primarne turističke atrakcije i postaju pokretač turističke aktivnosti u destinaciji.²

¹ J. Goldblatt, *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*, New York: John Wiley & Sons, Inc, 2002., str. 6

²V. Vrtiprah i S. Sentić, Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika, *Ekonomska misao i praksa*, No 1., str. 268 Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/202284>, (Pristupljeno: 11.03.2020.)

Veliki broj događaja ima tradiciju održavanja te uz pomno osmišljenu promidžbu ostvaruje publicitet u javnosti. Autentični događaji privlače sve veći broj turista upravo zbog njihove potrebe za drugačijim i nesvakidašnjim iskustvom u turističkoj destinaciji.

Uz navedenu definiciju nude se još dvije definicije sa gledišta organizatora događaja i gosta:

1. „Poseban događaj je jednokratni ili rijetko održavani događaj izvan normalnih programa ili aktivnosti od strane sponzora ili organizacijskih tijela.“

2. „Za kupca ili gosta, poseban događaj prilika za provođenje slobodnog vremena, to je društveni ili kulturni doživljaj izvan uobičajenog izbora ili svakodnevnog iskustva.“³

Za ponuđača (organizatora) i potrošača (posjetitelja) događaj predstavlja različito značenje te ga se shodno tome i tumači. Ponuđač (organizator) mora organizirati, nadzirati, kontrolirati te osigurati svu potrebnu infrastrukturu kako bi potrošačev dojam i iskustvo bili na što većoj razini.

2.2. Vrste događaja

S obzirom na vrstu, događaji mogu biti kategorizirani u sljedeće skupine: sportska događanja, zabavna, kulturna, komercijalna marketinška, promidžbena, skupovi i izložbe, festivali, obiteljska okupljanja, humanitarna i ostale vrste događanja.⁴ Događaje karakterizira jedinstveno životno iskustvo, financijski izdaci, vremensko razdoblje održavanja, aktivno planiranje, visoki rizik, održavanje sigurnosti itd. Sve navedene karakteristike obilježavaju neki događaj te su bitni čimbenici prilikom same organizacije događaja.

2.2.1. Sportska događanja

Sportska događanja održavaju se u svim mjestima diljem svijeta, gdje postoji potrebna infrastruktura za održavanje takvih događaja. Oni privlače veliki broj posjetitelja te pridonose razvoju turističke destinacije. Vrhunski sportaši okupljeni u takvim destinacijama zahtijevaju velike mjere predostrožnosti i sigurnosti na tom

³D. Matthews, (2008) prema Getz (1997;p4), *Special Event Production*, Elsevier's science, Burlington, str. 2

⁴L. Van Der Wagen i B.R. Carlos, *Event Management, Upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Zagreb, Mate d.o.o., 2008., str. 11-16

području. Nogometna natjecanja najpopularnija su diljem svijeta te je promidžba za takva događanja uvijek na vrlo visokoj razini.

Svjetsko nogometno prvenstvo koje se održavalo u Rusiji, imalo je velike koristi za turizam. Prema službenoj stranici FIFA organizacije prodano je više od 1,8 milijardi ulaznica za taj događaj.⁵ Turisti su tijekom tog perioda ostajali više dana, što je samim time i povećalo njihovu potrošnju bez obzira na porast cijena usluga smještaja te avionskih karti.

2.2.2. Zabavni, umjetnički i kulturni događaji

Veliki broj posjetitelja koje privlače zabavni i kulturni događaji, predstavljaju dodatne sadržaje za turiste u destinaciji, ponekad i motiv dolaska. Umjetničke i kulturne proslave značajno doprinose ekonomskom i fizičkom razvoju gradova te promoviranju destinacije. Koncerti su često financijski isplativi događaji, no iziskuju veliki trud i napor organizatora kako bi koncert prošao nesmetano. „*Najjednostavnija definicija kulturnog događaja počiva na interakciji publike s umjetničkim ostvarenjem u određeno vrijeme i na određenome mjestu.*“⁶

Ukop pape Ivana Pavla II. 2005. godine predstavlja primjer religijskog događaja koji je zaista poseban te je okupio veliki broj posjetitelja. Na dan ispraćaja, u Rim je stiglo oko 3 milijuna posjetitelja. Ovakav događaj bio je najveći katolički skup u povijesti. Prisutnost kralja, kraljica, premijera i predsjednika iz raznih zemalja čini ovaj događaj još značajnijim. Ovaj događaj pratilo je oko 3 milijarde ljudi preko raznih medija.⁷

Na budućnost turizma Rima ovakav događaj ostavio je pozitivne posljedice, jer se radilo o ispraćaju jedne od najvažnijih osoba 20. stoljeća te je ovakav događaj bio od kulturne važnosti. Kulturni događaji ujedno ovise o kulturi regije koja se predstavlja te shodno tome imaju svoju tematiku.

⁵ Učinci svjetskog prvenstva na ruski turistički sektor, Dostupno na: <https://www.russia.hr/ucinci-svjetskog-prvenstva/> (Pristupljeno:11.03.2020.)

⁶ J. Knaušerk i H. Carić, *Kulturni događaji i manifestacije u turizmu*, 2018, Dostupno na: http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/180315_kulturni_manifestacije.pdf, str.11 (Pristupljeno:11.03.2020.)

⁷ B. Vukonić, *Turizam – budućnost mnogih iluzija*, Zagreb, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada d.o.o., 2010, str. 185

2.2.3. Komercijalna marketinška i promidžbena događanja

Promidžbena događanja uvijek moraju biti na vrlo visokoj razini te iziskuju financijsku sigurnost. Najčešće se radi o lansiranju novih proizvoda te organizatori ulažu veliki trud kako bi takvi događaj bili nezaboravno iskustvo za svakog gosta, što je krajnji cilj, kako bi bili bolji od konkurencije.⁸ Najčešće goste predstavljaju klijenti koji već koriste pojedine proizvode ili usluge te potencijalni kupci koji će dalje preporučiti proizvod ili uslugu zbog kojeg je organiziran događaj.

2.2.4. Skupovi i izložbe

Izložbena događanja predstavljaju važan kulturni čimbenik te kao takvi kreiraju imidž pojedinih institucija u sferi kulturnih događaja. Muzej moderne umjetnosti u New Yorku priređuje oko 25 posebnih izložbi u godini.

Što je izložba popularnija, to će financijski efekt biti veći. Izložba Cezanne-Pisaro imala je skoro pola milijuna posjetitelja, što govori o značaju takve vrste događaja.⁹ Izložbe predstavljaju bit svakog muzeja te su financijski izrazito važne za muzej.

2.2.5. Obiteljska okupljanja i prikupljanje sredstava u dobrotvorne svrhe

Različiti događaji poput vjenčanja, godišnjica ili krizmi predstavljaju povod obitelji za okupljanje. Organizatorima je nužno pratiti nove trendove kako bi pružili svojim klijentima što bolju uslugu. Industrija vjenčanja u svijetu poprimila je veliki značaj te azijsko tržište razvija upravo taj spektar događaja.¹⁰

⁸ L. Van Der Wagen i B.R.Carlos, *op.cit.*, str. 13

⁹ M. Margitich i J. Gara, „Muzej moderne umjetnosti New York: fundraising i financiranje izložbe“, *Informatica Museologica*, vol. 36, no. 1-2, 2005, str.8, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/140262>, (Pristupljeno: 3.04.2020.)

¹⁰ L. Van Der Wagen i B.R.Carlos, *op.cit.*, str. 14-15

Većina parova odlučuje se na tradicionalno vjenčanje te su mnogobrojna odredišta tome prilagodila svoje smještajne kapacitete i sadržaje.

2.2.6. Ostale vrste događanja

Pojedini događaji ne mogu se svrstati u niti jednu prethodno navedenu kategoriju zbog njihove specifičnosti. U pojedinim zemljama povodi za organiziranje događaja mogu biti razni poput životinja, cvijeća, voća, povrća itd.

Raznolikost i maštovitost u organiziranju takvih događaja ovisi o organizatoru i razlogu organiziranja. Takvi događaji većinom su od lokalnog značaja, kako bi se očuvala tradicija toga kraja.

2.3. Veličina događaja

Uz prethodno navedene vrste događaja i njihovu kategorizaciju, događaji se mogu kategorizirati i po svojoj veličini: mega događaji, regionalni događaji, značajniji događaji te manji događaji.

2.3.1. Mega događaji

Događaji koji su okrenuti međunarodnom tržištu poput Olimpijskih igara najčešće se svrstavaju u mega događaje. Mega događanja iziskuju ulaganja u infrastrukturu te velike financijske izdatke. Od organizatora se zahtjeva velika predanost i organiziranost kako ne bi došlo do negativnih posljedica. Osim Olimpijskih igara, Svjetsko prvenstvo u nogometu i Superbowl također su mega događaji čije se ulaznice veoma brzo rasprodaju.

Slika 1. Super Bowl Halftime Show



Izvor: <https://www.nbcsports.com/washington/redskins/2019-super-bowl-halftime-show-everything-you-need-know-about-maroon-5s-performance>, Pristupljeno: 15.04.2020.

Televizijski prijenos Superbowl-a prati oko 800 milijuna ljudi¹¹ te domaćini ostvaruju velike prihode. Takvi događaji izazivaju veliki interes javnosti i medijsku pozornost te imaju izravan utjecaj na turizam destinacija u kojima se održavaju.

Prilikom pojave suvremenog turizma, manifestacije i megadogađaji bili su izrazito značajni za turizam. Svjetske izložbe u Parizu i Londonu bile su cilj prvih organiziranih putovanja. Megadogađaji su većinom uključivali barem jedan simbol događaja koji je najčešće bila građevina, stoga je i poslije privlačila turiste.¹² Takvi događaji privlačili su turiste iz cijeloga svijeta te su bili motiv za posjetu pojedinim turističkim destinacijama.

¹¹ L.Van Der Wagen i B.R.Carlos, op.cit., str. 9

¹²B.Vukonić B., op.cit., str.185

2.3.2. Regionalni događaji

Cilj regionalnih događaja je povećati interes turista za destinaciju ili pojedina turistička odredišta. Takvi događaji destinaciji donose značajne koristi poput promocije, profita, stvaranja imidža, financijskih prinosa itd. FAN Fair festival je country glazbe¹³, koji slovi kao najveći takve vrste u svijetu. Festival se održava u Nashvilleu u državi Tennessee te se takvo turističko odredište na međunarodnom i domaćem tržištu pozicionira putem godišnjih događanja

2.3.3. Značajni događaji

Veliko zanimanje zajednice pobuđuju značajna događanja koja privlače veći broj sudionika ponajviše lokalno stanovništvo.

Slika 2. Proslava kineske Nove godine u Los Angelesu



Izvor: <https://www.britannica.com/topic/Chinese-New-Year>, Pristupljeno 17.04.2020.

Proslava kineske Nove godine održava se diljem svijeta u mnogim gradovima, što uključuje razne festivale, igre, utrke, plesove u okviru same proslave. Tijekom proslave kinesko stanovništvo putuje diljem svijeta kako bi posjetilo svoje prijatelje i rodbinu.

¹³ L.Van Der Wagen i B.R.Carlos, op.cit., str. 13

2.3.4. Manji događaji

Najveći broj organizatora događaja stječe iskustvo organiziranjem manjih događaja. Svaka država, grad ili mjesto može biti domaćin nekom događaju. Najčešće se radi o događajima koji se organiziraju svake godine u istom periodu te bude interes lokalnog stanovništva koje aktivno sudjeluje u organizaciji takvih događaja.

Slika 3. Pokladno jahanje u Ruščici – lokalna manifestacija



Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=fsRWJePVDsQ>, Pristupljeno: 6.05.2020.

Pokladno jahanje, lokalna je manifestacija te kao takva pripada skupini manjih događanja. Održava se prije Pepelnice, a bazira se na očuvanju tradicije i kraja u kojem se odvija. Karakteriziraju ju jahači koji su spremljeni u tradicijsku odjeću. Svojom karakterom budi interes većinom lokalnog stanovništva koji aktivno sudjeluje u pripremi i organizaciji. Pokladno jahanje održava se području cijele Slavonije, Baranje i Srijema. Cilj manifestacije je očuvanje običaja i tradicije te stvaranje dodatne vrijednosti za goste.

3. ULOGA TURIZMA DOGAĐAJA U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Razvoj turizma događaja mora biti praćen adekvatnom ponudom, kako bi turističke destinacije mogle odgovoriti na potražnju za pojedinim turističkim proizvodima. Uloga događaja u turističkoj destinaciji je oplemenjivanje ponude i stvaranje mogućnosti za nadogradnju iste. Turistička destinacija treba biti autentična i specifična u osmišljavanju događaja kako bi ostvarila konkurentsku prednost u svom okruženju.

3.1. Utjecaji događaja na prostornu cjelinu

Događaji u turizmu imaju veliku ulogu u skoro svakom aspektu života te ostvaruju pozitivne i negativne učinke na stanovništvo i turiste. Shodno tome, pozitivne učinke treba sagledavati kao prednost, a negativne minimizirati zbog njihovih utjecaja na okolinu. Svi organizirani događaji rezultiraju raznim učincima (pozitivnim ili negativnim) koji se mogu iskoristiti u svrhu unapređenja planiranja i organizacije daljnjih događaja.

3.1.1. Pozitivni utjecaji

Utjecaj događaja na destinaciju ogleda se kroz pozitivne učinke na destinaciju u smislu socijalnog kulturnog, fizičkog, ekološkog te političkog djelovanja.¹⁴

Dijeljenje iskustva, revitaliziranje tradicije, stvaranje društvenog ponosa, povećano sudjelovanje zajednice te stvaranje novih ideja, samo su neki od pozitivnih utjecaja iz socijalnog i kulturnog djelovanja događaja na destinaciju.

Svaki događaj specifičan je za sebe te zahtjeva preciznu organiziranost i posvećenost kako bi pozitivnih učinaka bilo što više, a kako bi se negativni sveli na minimalnu razinu

¹⁴ D. Gračan i A. Rudančić-Lugarić, „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja (case study) Riječki karneval“, *Ekonomski vjesnik : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. XXVI, no. 1, 2013, str. 275, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/108216>, (Pristupljeno:15.04.2020.)

Tablica 1. Pozitivni utjecaji organiziranih događanja na turističku destinaciju

DJELOVANJE ORGANIZIRANOG DOGAĐAJA NA DESTINACIJU	POZITIVNI UTJECAJI
SOCIJALNO I KULTURNO	dijeljenje iskustva, revitaliziranje tradicije, stvaranje društvenog ponosa, vrednovanje društvenih grupa, povećano sudjelovanje zajednice, uvođenje novih i izazovnih ideja, širenje kulturoloških perspektiva
FIZIČKI I EKOLOŠKI	Isticanje okoliša-prirode, pružanje najboljih modela iz prakse, povećanje ekološke svijesti, poboljšani promet i komunikacije, urbane preobrazbe i obnove
POLITIČKI	Međunarodni prestiž, poboljšani profil, unapređenje investicija, socijalna kohezija, razvoj administrativnih sposobnosti

Izvor: D. Gračan i A. Rudančić-Lugarić prema Bowdin, G., Allen, J., et al., „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja (case study) Riječki karneval“, *Ekonomski vjesnik : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. XXVI, no. 1, 2013, str. 276

Okoliš i priroda najznačajniji su turistički resursi u ponudi turističke destinacije te ih je shodno tome potrebno održavati i brinuti o njima. Pozitivni utjecaji s obzirom na ekološko djelovanje mogu doprinijeti turističkoj destinaciji da se profilira kao ekološki osviještena destinacija te si osigura veću posjećenost i privlači one turiste kojima je to od značaja. Fizičko okruženje u destinaciji predstavlja ključan element u organizaciji događaja, jer je potrebna odgovarajuća infrastruktura radi organizacije događaja i razvoja trenda istih. Urbana preobrazba i obnova dijela turističkih destinacija predstavlja pozitivan aspekt u kontekstu utjecaja događaja na destinaciju. Zemlje širom svijeta koriste organiziranje događaja u svrhu promocije te poboljšanja konkurentnosti na turističkom tržištu.

Pozitivni učinci poput međunarodnog prestiža, unapređenja investicija, socijalne kohezije itd. dio su političkog djelovanja u smislu organiziranja događaja. Institucije koje se bave politikom u pojedinim zemljama, uvidjele su važnost organiziranih događaja i sposobnost privlačenja velikog broja ljudi te ostvarivanja ekonomskih koristi od njih.

3.1.2. Negativni utjecaji

Osim pozitivnih utjecaja organiziranih događaja, turističke destinacije susreću se i s negativnim učincima koje događaji nose sa sobom te pokušavaju njihovo djelovanje svesti na minimalnu razinu. Masovni turizam sve više zagađuje antropogeni i životni ambijent i shodno tome negativni utjecaji konstantno se povećavaju.¹⁵

Tablica 2. Negativni utjecaji organiziranih događanja na turističku destinaciju

DJELOVANJE ORGANIZIRANOG DOGAĐAJA NA DESTINACIJU	NEGATIVNI UTJECAJI
SOCIJALNO I KULTURNO	društvena otuđenja, manipulacija društvom, negativan društveni ugled, nedolično ponašanje, zlouporaba opojnih sredstava, socijalna dislokacija, gubitak udobnosti
FIZIČKI I EKOLOŠKI	uništenje prirode, zagađenje, ometanje bukom, prometne gužve
POLITIČKI	rizik neuspjelog organiziranog događaja, pogrešna raspodjela novčanih sredstava, nedostatak odgovornosti, propagiranje, gubitak

Izvor: D. Gračan i A. Rudančić-Lugarić prema Bowdin, G., Allen, J., et al., „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja (case study) Riječki karneval“, *Ekonomski vjesnik : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. XXVI, no. 1, 2013, str. 276

S obzirom na socijalno-kulturni utjecaj događaja na destinaciju, društveno otuđenje, zlouporaba opojnih sredstava, nedolično ponašanje i sl. samo su dio negativnih učinaka. Turisti se često za vrijeme održavanja različitih festivala nedolično ponašaju i česta je pojava prodaje različitih nedozvoljenih sredstava. Česta je i devastacija okoliša zbog izgradnje infrastrukture za održavanje različitih događaja. Uz to, često dolazi i do prometnih gužvi, posebice u Hrvatskoj za vrijeme ljetnih mjeseci ili održavanja različitih manifestacija.

¹⁵ V. Jadrešić, *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno – održivog turizma*, Zagreb, Plejada d.o.o., 2010., str. 146

Problem kod političkog djelovanja predstavlja rizik od neuspjelog organiziranog događaja ili gubitak kontrole prilikom organiziranja događanja. Financijska sredstva učestali su problem prilikom organiziranja događanja, zbog pogrešne raspodjele sredstava, no kada su u pitanju mega događaji sve je unaprijed isplanirano.

3.2. Održivost turizma

Održivi turizam je postao jedna od najvažnijih trendova današnjice. Osim što održiv način poslovanja dobro utječe na suzbijanje klimatskih promjena, utječe i na održivo ponašanje prema okolišu. Stoga su brojne vladine, nevladine, međunarodne i turističke organizacije i institucije diljem svijeta suvremenom turizmu dale nove tonove i smjernice i pojedina rješenja kako poboljšati i redizajnirati masovni turizam, kako bi se mogli opredijeliti za održivi turizam.¹⁶

Kompenzacija ugljika, očuvanje vode, ušteda energije, zabrana plastike za jednokratnu upotrebu samo su neke od inicijativa održivog ponašanja u turizmu. S obzirom da turisti današnjice inzistiraju i vode se prema održivom načinu života, turizam se mora tome prilagoditi kako bi i dalje privlačio stare, ali i nove turiste.

Veliki događaji važan su dio turizma i njegova razvoja u turističkoj destinaciji. Europske zemlje pokrenule su projekt pod nazivom „Go Green Go Blue“ te su zastupnici EU-a odobrili mjere koje bi mogle dovesti do zabrane upotrebe plastike za jednokratnu upotrebu do 2021. godine što je dobra vijest za oceane.¹⁷

Koncept održivog razvoja iznimno je važan za daljnji razvoj turizma u destinacijama, jer se većina ponuda temelji na očuvanom i atraktivnom okolišu.

Svjetska konferencija o održivom turizmu koja se održala 1995. godine u Lanzarotu, pod pokroviteljstvom UN-a, usvojila je Povelju o održivom razvoju turizma u svijetu. Povelja govori o turizmu kao najširem svjetskom fenomenu i složenoj društvenoj pojavi koja sa svojim negativnim učincima može izazvati narušavanje okruženja. Spominje se da se turizam treba razvijati po kriterijima odgovornosti, mora osigurati održiv razvitak, promovirati alternativne forme turizma, prihvaćati primjenu principa održivosti kao temelj budućeg održivog razvoja itd. Održivi turizam treba se

¹⁶ ibidem, str. 44

¹⁷ „The EU is making changes“, Dostupno na:<https://www.seagoinggreen.org/blog/the-eu-is-making-changes-togogreenforthebigblue>, (Pristupljeno: 16.04.2020.)

zasnivati na ekološkoj, sociokulturnoj, ekonomskoj i tehnološkoj održivosti kako bi njegova implementacija bila što uspješnija.¹⁸

Kao poseban oblik turizma koji ima izgledne mogućnosti razvoja u budućnosti je kulturni turizam. Privlačnost za turiste proizlazi iz kulturne raznolikosti zemlje, stoga se kulturni turizam dijeli u brzo rastući broj turističkih proizvoda uključujući kulturne ture, posjete događanjima, festivalima, manifestacijama, gastronomiji i dr. Ovaj oblik turizma veoma je razvijen u Francuskoj, Italiji, Velikoj Britaniji, Španjolskoj, ali i u Republici Hrvatskoj koja ima velike mogućnosti za daljnji razvoj ovakve turističke ponude.

Nadalje, u Strategiji održivog razvoja EU-a nalazi se definicija koja uključuje i jednu novu komponentu: „Održivi je razvoj zasnovan na obrascu proizvodnje i potrošnje koji ne degradira prirodne izvore, štiti okoliš, promovira ravnopravnu raspodjelu dobara svima i smanjuje siromaštvo.”¹⁹

Održivi razvoj zasnovan je na četiri glavna načela: ekološka, sociokulturna, ekonomska i tehnološka održivost.²⁰ Često se održivi razvoj povezuje sa zaštitom okoliša, no to je samo jedan dio, odnosno jedno načelo. Sociokulturna održivost važna je i istaknuta kada je riječ o turizmu zbog razvoja i očuvanja kulture te identiteta lokalnih zajednica.

Sociokulturna održivost veže se uz zajednicu te njihovu sposobnost da prihvate novonastale promjene te shodno tome nastave normalno funkcionirati. U malim zajednicama veliki broj turista može utjecati na sociokulturno okruženje te ga znatno mijenjati. Stoga je prilikom planiranja, važno razmatrati o stupnju društvene održivosti te shodno tome razvijati turizam u takvim sredinama.

Turisti su sve više zainteresirani za otkrivanje novih destinacija, pogotovo ako nude autentične aktivnosti vezane uz lokalnu kulturu mjesta. Kako bi što više turista bilo zainteresirano za određenu turističku destinaciju potrebno im je ponuditi atrakcije poput sajмова lokalne gastronomije, festivala i manifestacija vezanih za povijesna

¹⁸ V. Jadrešić, op.cit., str. 180-184

¹⁹ S. Kantar, *Razvoj održivog ruralnog turizma: potencijali Koprivničko-križevačke županije – doktorska disertacija*, Zagreb, Filozofski fakultet, 2016., str. 10, Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/891076>, (Pristupljeno 16.04.2020.)

²⁰ A. Bjelica, et.al., *Održivi razvoj turizma*, Rijeka, Sveučilište u Rijeci, 2005., str.16

dominantnu gastro ponudu Slavonije, Baranje i Srijema. Mađarski umjetnici, ulični glazbenici i performer i na autentičan su način pridonijeli intenzivnom doživljaju za posjetitelje.²² Tradicionalna priprema jela, stari zanati i autentične destinacije samo su dio ponude ovog događaja koji svojim posjetiteljima želi pružiti nezaboravno iskustvo. Kreirati iskustvo za posjetitelja u destinacijama gdje turizam nije u dovoljnoj mjeri razvijen, zahtjevan je posao. Međutim, uz kvalitetnu sinergiju dionika, mogućnosti su velike. Događaji poput ovih nužni su za turizam događaja, jer doživljaj posjetitelja ključan je čimbenik za ponovni posjeti.

Svaki događaj u turizmu sudionicima bi trebao donijeti određene prednosti kao što su: stvaranje dodane vrijednosti, novo iskustvo za lokalne dionike, prilike za stjecanje iskustva i usavršavanje vještina te mogućnost da se vidi nešto jedinstveno.

Promocija destinacija putem raznih događaja postaje učestali trend. Važan trenutak predstavljaju i mediji te društvene mreže koji izvještavaju o sudionicima i atmosferi koja se kreira na pojedinom događaju. Svoja iskustva posjetitelji najčešće dijele putem društvenih mreža te na takav način kreiraju svoje iskustvo te ga žele podijeliti sa svojim bližnjima ili drugim sudionicima.

3.4. Ograničenja razvoja turizma događaja

Turizam događaja u razvojnoj je fazi te ga je potrebno poticati različitim mjerama, diverzificiranom i prilagođenom ponudom za sve vrste posjetitelja. Razvoj i planiranje razvoja turizma događaja moraju biti usklađeni s planiranim razvojem turizma destinacije kako bi sinergija između svih dionika bila učinkovita i efikasna.

Barijere u turizmu česta su pojava, a vežu se uz sigurnost, infrastrukturu, tehnologije, ljudske resurse, poslovno okruženje itd.²³ Takva ograničenja koja predstavljaju prijetnju za razvoj turizma, treba sagledavati kao izazove koji mogu biti prilika za učenje te daljnji razvoj turizma destinacije. Najčešći problem koji prethodi razvoju turizma događaja su infrastruktura, političke mjere te poslovno okruženje.

²² „HeadOnEast i doživite Slavoniju“, Dostupno na: <https://novosti.hr/headoneast-i-dozivite-slavoniju/>, (Pristupljeno: 6.05.2020)

²³J. Gržinić, *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2018. str.115, Dostupno na: https://www.unipu.hr/images/50023815/Jasmina_Grzinic-Turizam_i_razvoj_rasprava_o_globalnim_izazovima.pdf, (Pristupljeno:5.05.2020.)

Turizam događaja destinaciji otvara mogućnosti za napredovanje te promociju destinacije na međunarodnom turističkom tržištu. Za nesmetano odvijanje događaja potrebna je kvalitetna infrastruktura koja omogućuje smještaj gostiju, održavanje događaja, popratne sadržaje itd. Ako je riječ o mega događajima to ne predstavlja problem, jer takvi događaji destinaciji donose reputaciju. Stoga, država ulaže velike napore kako bi promocija i imidž destinacije bili kvalitetni. Međutim, kada je riječ o manjim manifestacijama često izostane sinergija između dionika ili su političke mjere takve da ne osiguravaju dovoljno kvalitetnu infrastrukturu.

Valorizacija resursa u Republici Hrvatskoj u turističke svrhe je nedostatna. Događaji lokalnog karaktera nedovoljno su koordinirani između turističkih zajednica i lokalnih jedinica samouprave. Izostanak doživljaja zbog loše organizacije također predstavlja ograničenje za daljnji razvoj turizma događaja.

Sukladno tome, Republici Hrvatskoj potreban je plan za razvoj turizma događaja i njegove ponude temeljene na atrakcijama, resursima te aktivnostima koje će privlačiti turiste. Takav segment turističkog tržišta stvara nove vrijednosti za turista te oplemenjuje njegov doživljaj. Kako bi se ograničenja za razvoj turizma smanjila, nužna su stalna ulaganja i poticanje na razvoj novih oblika turizma koji će omogućiti razvoj sredina u kojima turizam nije dovoljno razvijen.

4. KULTURNI TURIZAM

Kulturno nasljeđe i bogata baština turističke destinacije čini ju atraktivnom i specifičnom u njenom okuženju. Kultura i turizam međusobno su povezani iz razloga što kultura destinacije postaje motiv za dolazak turista, što utječe na turizam. Kulturni turizam definira način života, tradicije, običaje u destinaciji te kulturna dobra koje turisti posjećuju. Specifične i autentične lokacije posjetitelju pružaju novo iskustvo. Shodno tome turizam događaja u razvojnoj je fazi te ga je potrebno poticati različitim mjerama, diverzificiranom i prilagođenom ponudom za sve vrste posjetitelja. Razvoj i planiranje razvoja turizma događaja moraju biti usklađeni s planiranim razvojem turizma destinacije kako bi sinergija između svih dionika bila učinkovita i efikasna.

„Pasivno, aktivno i interaktivno uključivanje u kulture i zajednice, putem kojeg posjetitelji stječu nova iskustva obrazovne, kreativne i zabavne prirode.“²⁴ Navedena definicija govori o važnosti participativnog uključivanja posjetitelja u svakodnevne aktivnosti te njihovog interesa za kreativnim i zabavnim odmorom koji uključuje upoznavanje kulture posjećene zemlje. Kulturni turizam danas uključuje različite društvene, kulturne i zabavne događaje, što znači da je prošao transformaciju s obzirom na razdoblje prije deset godina. Tada je kulturni turizam podrazumijevao posjet kulturno-povijesnim spomenicima, muzejima, galerijama itd.²⁵

Kultura i turizam u zajedničkom kontekstu mogu se definirati kao ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti što uključuje: turističku infrastrukturu, običaje, životni stil i tradiciju što predstavlja jedinstven način života jedne zajednice. Kulturni turizam ne sastoji se samo od pasivnog promatranja i obilazaka kulturnih znamenitosti i lokaliteta.²⁶ Aktivnim sudjelovanjem u brojnim aktivnostima, stvara se dodatna vrijednost za turista, a kulturni resursi kao ponuda u turizmu dobivaju na vrijednosti. Kultura pospješuje razvoj turizma te naglašava njegovu društvenu vrijednost, što povećava gospodarski efekt, dok turizam doprinosi da se gotovo svi elementi objektivne kulture valoriziraju.²⁷

²⁴ M. Dujmović (2014.) prema Smith (2009.) u *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014., str.109

²⁵ M. Dujmović, „*Tourism, culture, cultural tourism*“ (str. 3-31) u: J. Gržinić i K. Vodeb, *Cultural tourism and destination impacts*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2015

²⁶ M. Dujmović, op.cit., str.109-111

²⁷ V. Jadrešić, op.cit. str. 58

Pripremanjem kulturnih resursa kao turističkih atrakcija ostvaruje se potrošnja u kulturnom turizmu, odnosno kada se one nude na tržištu po određenoj cijeni. Često se turistička ponuda stvara za turiste te se gubi autentičnost lokalne kulture i običaja. Kulturni turizam razvija se iz razloga koji imaju veze s političkim i gospodarskim odlukama. Očuvanje kulturnog nasljeđa danas je izazov za turističke destinacije opterećene brojem turista. U kulturni turizam ubrajaju se i vjerske manifestacije te hodočašća. Na turističkom tržištu predstavljaju istaknut segment jer razvijanjem ponude destinacija koja su vjerska središta, raste potražnja za takvim putovanjima.²⁸

Zaštiti kulturne tradicije i obogaćivanju kvalitete života u ruralnim krajevima znatno može doprinijeti kulturni turizam.²⁹ Međutim, turizam može znatno naštetiti kulturnim znamenitostima i atrakcijama u destinaciji zbog razvitka masovnog turizma.

Formiranje jedinstvenog kulturnog turističkog proizvoda složen je proces te zahtjeva istraživanje lokaliteta i sinergiju dionika. Danas se kultura često prodaje kao komercijalni proizvod. Turisti koji su u destinaciju došli zbog upoznavanja kulture žele iskoristiti svoje vrijeme i uloženi novac. Međutim, ako djelovanje turističkih organizacija i lokalnog stanovništva nije koordinirano, doživljajno iskustvo na određenim destinacijama može izostati.

4.1. Kulturno - obrazovna funkcija turizma

Kulturno-obrazovna funkcija turizma, neekonomska je funkcija turizma, stoga ju je teško izraziti konkretnim pokazateljima. Nemjerljiva je, no ostavlja pozitivne ili negativne učinke na stanovništvo. Ona predstavlja susret sa različitim ljudima, novim građevinama, prirodnim ljepotama, kulturno-povijesnom baštinom, običajima, galerijama, izložbama itd.³⁰

Tijekom turističkih kretanja pojedinac upoznaje različite kulture i susreće ljude različitih obrazovnih razina te na takav način obogaćuje svoje znanje. Kulturna aktivnost u destinaciji koja ispunjava dio planskih aktivnosti može doprinijeti povećanju

²⁸ V. Jadrešić, op.cit. str. 245

²⁹ T. Pančić Kombol, Kulturno nasljeđe i turizam, *Radovi zavoda za znanstveni rad Varaždin*, br. 16-17, str.213, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/8702>, (Pristupljeno:7.05.2020.)

³⁰ V. Galičić i M. Laškarin, *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016, str. 87, Dostupno na: https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Principi_i_praksa_turizma_i_hotelijerstva.pdf, (Pristupljeno:7.05.2020.)

doživljaja kulturnih sadržaja. Turistička kultura i razvijenost sredine ključni su čimbenici o kojima ovisi razina doživljaja turista. Prilikom oblikovanja ponude, važno je unaprijed planirati kulturne događaja te publici ponuditi kvalitetan sadržaj što je motiv njihova putovanja.

Kulturna funkcija turizma može se odražavati na turiste, no ostavlja brojne učinke na turistička mjesta npr. prilikom susreta lokalnog stanovništva i turista. Kultura ponašanja stanovništva, opremanje kuća, estetika te uređenje okoliša samo su dio pozitivnih učinaka te su rezultat prihvaćanja turista i njihovih običaja. Tijekom turističke sezone kulturni i zabavni sadržaj znatno je bogatiji te za vrijeme trajanja iste, izdaju se vodiči, prospekti i dr. u kojima se objavljuju činjenice o prirodnim, kulturnim i povijesnim znamenitostima. Putem takvih tekstova lokalnom stanovništvu nudi se mogućnost da stručnije upoznaju mjesto te utječu na kulturno-obrazovnu razinu stanovništva.³¹

Turizam doprinosi miru i razumijevanju među ljudima stoga je uloga kulturno-obrazovne funkcije u turizmu važna. Današnji turisti žele iskustveno putovanje, bogato doživljajima i novih poznanstava. Uključivanje turista u svakidašnje aktivnosti doprinosi i kulturnom bogaćenju lokalnog stanovništva zbog učenja o kulturi turista te njihovim običajima. U turističkoj industriji doživljaj je postao motiv putovanja, stoga je neophodno prema tome oblikovati ponudu.

Pojam akulturacije odnosi se na usvajanje vrijednosti iz drugih kultura ili kulture kojoj pripada turist. Radi se o neposrednom utjecaju u kojem se preuzimaju elementi druge kulture, što za posljedicu ima broje negativne efekte.³² Razvoj masovnog turizma utjecao je na prikazivanje tradicije i običaja. Prilagođavanje tradicije sadašnjem vremenu gotovo je nemoguće, jer se ona iz davne prošlosti prenosila generacijama pa je potrebno zadržati autentičnost u predstavljanju iste. Uvođenjem stranih običaja narušava se iskonska vrijednost kulture i tradicije jer se stvara kriva slika.

Inkulturacija odnosi se na posredan utjecaj tj. radi se o kulturnom i interkulturnom obrazovanju turista u svrhu efikasnije provedbe putovanja.³³ Turisti se tijekom boravka svakodnevno susreću s lokalnim stanovništvom te međusobno

³¹ Ibidem, str. 88

³² S. Jagić, Imanentnost inerkulturalizma u turizmu, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornog i sociokulturnog razvoja*, vol.42 No.1/2 (163/164), 2004., str. 197, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/33973>, (Pristupljeno:7.05.2020)

³³ loc.cit

sudjeluju u interkulturalnoj komunikaciji.³⁴ Na takav način dolazi do učenja i širenja spoznaja o drugim kulturama te prilagođavanju navikama i novim društvenim situacijama.

Turistička kultura odnosi se na turizam i turiste te njihov međusobni odnos. Temelji se na svijesti o vlastitoj kulturi, nacionalnom identitetu i poštivanju različitosti.

Ciljevi turističke kulture uključujuću sljedeće: spoznaju turizma kao pojave koja je potrebna za razvoj nekog područja, poznavanje osnova potrebnih za razvoj turizma u selu, gradu ili županiji, saznanje i ocjenjivanje prirodne, društvene, kulturne osnove za razvoj turizma u pojedinim mjestima uz naglašavanje prirodne i kulturne baštine, usvajanje svijesti o nacionalnosti te saznanja i otkrivanja karakteristika življenja u pojedinim krajevima što za rezultat ima potpunije iskustvo gosta i lokalnog stanovništva.

Osim navedenog, ciljevi uključuju i aktivno integriranje gosta u život lokalnog kraja te upoznavanje ljudi. Zanimanja vezana uz turizam, kao što su zapošljavanje u turističkoj djelatnosti, upoznavanje turističke aktivnosti i širenja informacija o turizmu te izgradnja vještina za kulturno komuniciranje i javni nastup također su dio ciljeva turističke kulture koji mogu obogatiti ponudu turističke destinacije

Spremnost informiranja turista o kulturi destinacije postala je učestala pojava prije putovanja. Stručnost i kvaliteta predstavljanja kulturnih atrakcija uz dostatnu razinu obrazovanja, turistima će omogućiti snažniji doživljaj. Interpretacija i imitiranje drugih kultura i običaja, osuvremenjivanje tradicije uz nedostatak znanja o kulturnim događajima ili znamenitostima utjecati će na doživljaj posjetitelja, što za posljedicu ima pad imidža destinacije.

4.2. Pojam kulturnog događaja

Kulturni događaji u svakoj zemlji definirani su različito, ovisno o regiji koja se posjećuje. Događaji takve vrste organiziraju se tijekom cijele godine, a zemlje putem njih ističu i promoviraju kulturno-povijesnu baštinu, tradiciju i običaje. Stoga se kulturni

³⁴ V. Galičić i M. Laškarin, op.cit. str. 89

događaji često povezuju sa predstavljanjem glazbe, filma, likovne umjetnosti, izložbi itd.

Zemlje poput Njemačke, Austrije, Mađarske i Slovačke pojam festivala poistovjećuju s glazbenim festivalima ozbiljne glazbe koji su posvećeni opernoj umjetnosti. Riječ je o kvalitetnoj i profesionalnoj organizaciji uz financijsku potporu na razini grada ili države. U Francuskoj su festivali ograničeni temom i bave se umjetničkim područjem. Događaji se temelje na kulturnoj baštini, a oni lokalnog karaktera intenzivno se promiču te vezuju uz lokalno gospodarstvo. U Hrvatskoj događaj se definira kao ono što se zbilo u određeno vrijeme i na određenom mjestu. Stoga, kulturni događaj aludira na susret publike s umjetničkim događajem.³⁵

Definicija kulturnog događaja zasniva se na komunikaciji publike s umjetničkim ispunjenjem u određeno vrijeme i na određenom mjestu. Kako bi se formulirao oblik događaja on mora zadovoljiti određene kriterije kao što su: umjetnički kriterij, kriterij publike, kriterij mjesta, kriterij vremena i kriterij jedinstvenosti. Umjetnički kriterij govori o prisutnosti umjetničkog ispunjenja kao temeljnog elementa događaja. Kada se radi o publici ona predstavlja određenu skupinu posjetitelja tj. ciljnu skupinu kojoj se događaj želi predstaviti. Kriterij mjesta označava infrastrukturu koja je potrebna kako bi se događaj mogao održati. Kulturni događaj često opisuje prostor i čini ga prepoznatljivim poput kule Lovrijenac u Dubrovniku. Kulturni događaj se mora odvijati u određenom vremenu, što predstavlja kriterij vremena. Jedinstvenost događaja pridodaje se autentičnom i neponovljivom događaju. Neponovljivost događaja odnosi se na sadržaj, koji svake godine kreira dodatnu ponudu.³⁶

Jedan od elemenata koji pridonosi imidžu destinacije sigurno je doživljaj. Na temelju osobnih istraživanja, turist stvara percepciju o destinaciji. Na temelju svojih resursa i atrakcija, destinacija bi trebala u suradnji sa lokalnim stanovništvom i državom osmisliti ponudu događaja koja treba biti kvalitetna, kompletna, diferencirana te dugoročno održiva. Većom promidžbom te konkretiziranjem ponude, kulturni događaji u destinaciji mogu se isticati, pri čemu naglasak treba dati na sinergiji lokalnog stanovništva i turističke zajednice.

³⁵ J. Knaušerk i H. Carić, op.cit., str.9-11

³⁶ loc.cit.

Kulturni događaji u Istočnoj Slavoniji održavaju se tijekom cijele godine. Manifestacije, festivali, umjetnički događaji, koncerti tradicijske glazbe, kino projekcije, izložbe u muzejima samo su dio ponude na području Slavonije i Baranje. Slavonski Brod, Đakovo, Vinkovci i Osijek kulturna su i gospodarska središta te se značajni događaji odvijaju upravo tamo. U mirnijim područjima, izvan grada, posjetitelji mogu upoznati kulturu, tradiciju te način života lokalnog stanovništva uz aktivan odmor. Ljubaznost domaćeg stanovništva i vizualnost ambijenta povećati će posjetiteljev doživljaj.

4.3. Obilježja uspješnosti kulturnog događaja

Potreba za organiziranjem događaja, dovela je do razvoja i usavršavanja znanja u tom području, kako bi svaki događaj ostavio pozitivne učinke na okolinu. Stručnjaci za takva područja moraju posjedovati potrebna znanja i vještine zbog uspješnosti događaja. Prostor, vrijeme, financijska potpora, infrastruktura, publika i mediji dio su čimbenika koji utječu na uspješnost provedbe događaja. Pojedine događaje planira se mjesecima unaprijed zbog kvalitetne realizacije koja treba biti po zakonima i propisima.

Broj posjetitelja često je mjerilo uspješnosti događaja te zbog toga marketing i promocija imaju značajnu ulogu. Posjećenost događaja koji su usko vezani uz kulturu mogu se odvijati u lokalnim sredinama, što pridonosi razvoju takvih zajednica. Manjeg su opsega te nisu potrebna velika ulaganja i planovi za realizaciju.

Kulturni događaji podižu imidž destinaciji te su financijski doprinosi istih važni za cjelokupno gospodarstvo. Atraktivnost destinacije ovisi o prirodnim resursima, kulturno povijesnoj baštini, klimatskim uvjetima, infrastrukturi te turističkom sadržaju i uslugama.³⁷ Financijski doprinos ovisi o ponudi dostupnih proizvoda i usluga u lokalnoj sredini poput: suvenira, smještaja te posjeta muzeju.

Već postojeća infrastruktura poput ulica, trgova, muzejskih prostora itd., može pridonijeti financijskoj uštedi.³⁸ Umjetnička društva i amaterske skupine iz područja folkloru ili tradicionalni glazbenici koji žive na područjima odvijanja događaja, svojim aktivnostima mogu doprinijeti organizaciji događaja na svom području. Organizatori

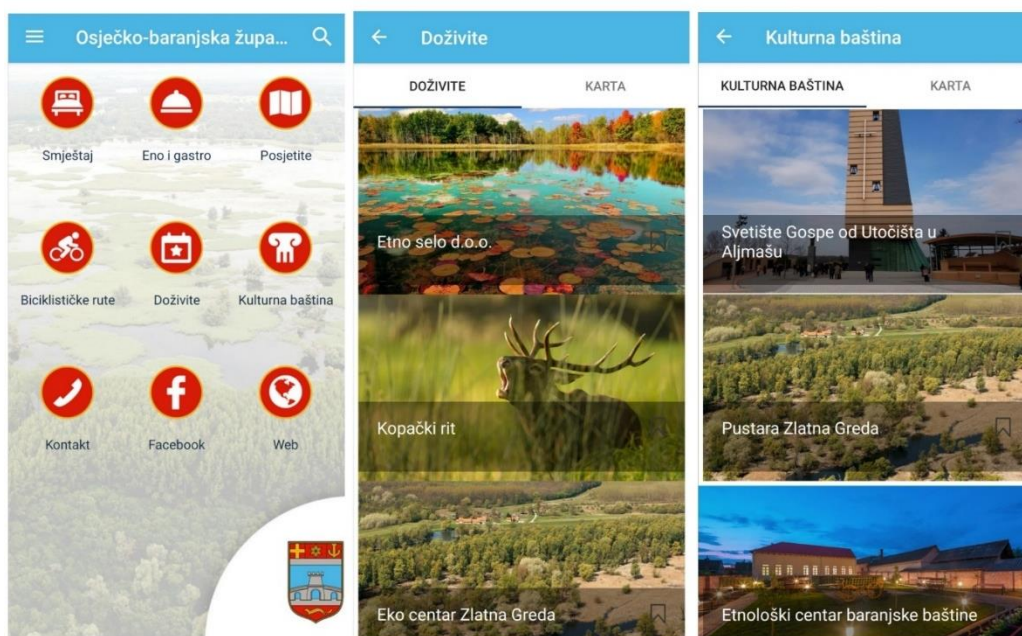
³⁷ D. Krešić, Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti; prema: UNWTO (McIntyre, Hetherington, & Inskeep, 1993), *Acta turistica*, Vol.19, No. 1, 2007. str. 49, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76305>, (Pristupljeno: 8.05.2020.)

³⁸ J. Knaušerk i H.Carić, op.cit. str. 18

takvih događaja imaju značajnu financijsku korist te im je svaki novi događaj prilika za unapređenje kvalitete proizvoda i usluge.

Uz financijsku korist koje lokalna zajednica ima od turističkih događaja, upravljanje događajima ključno je za doživljaj posjetitelja i dobrobit lokalne zajednice. Kako bi posjetitelji mogli pronaći turističke sadržaje na području kontinentalne Hrvatske, aplikacija „Vision One“ nudi sve informacije vezane uz putovanje na jednom mjestu. U kategorijama pretraživanja nalazi se kulturna baština, zabavni sadržaji, manifestacije i dr. Unutar aplikacije dostupni su tekstovi, fotografije te karte kako bi gost došao do željenog odredišta.³⁹

Slika 5. Izgled aplikacije „Vision One“



Izvor: Izrada autora

Posjetitelji u aplikaciji mogu pretraživati interesne skupine, pogledati gastro ponudu, smještaj, turističke atrakcije, vrijeme održavanja manifestacije ili se povezati s lokalnom zajednicom putem društvenih mreža. Aplikacija poput ove olakšava posjet atrakcijama i manifestacijama zbog kalendara događaja te mogućnosti postavljanja podsjetnika na iste.

Prilikom osmišljavanja događaja, važno je istaknuti njegovu temu te ju jasno definirati. Nematerijalna kulturna baština, kao što su glazba ili ples, može se na

³⁹ *Vision one*, Dostupno na: <https://www.tzbpz.hr/hr/servisi/vision-one2.html>, (Pristupljeno: 15.05.2020.)

efikasan način iskoristiti kao turistička atrakcija. Suradnja dionika i lokalne zajednice ključan je čimbenik uspješnosti događaja, ali i financijska potpora u organizaciji. Prepoznatljivost, kvaliteta, kreativnost i pozitivan trend elementi su uspješnosti događaja koji svojim sadržajem i specifičnom ponudom doprinose razvitku turizma događaja.

4.4. Tipologija kulturnog posjeta

Razvojem kulturnog turizma, atraktivna područja kulturnog značaja postaju turistički resursi stoga obogaćuju kulturnu ponudu destinacija. Turisti se razlikuju s obzirom na ulogu kulture kao motivacijskom faktoru za putovanje. Kultura ne mora nužno biti primarni razlog za posjet, no raznovrsna ponuda može potaknuti posjetitelja na interes za takvu vrstu turizma. Shodno tome razlikujemo sljedeće kulturne turiste: namjerni kulturni turist, kulturni turist na razgledavanju, slučajni kulturni turist, povremeni kulturni turist, usputni kulturni turist.⁴⁰

Namjerni kulturni turist za primarni motiv ima kulturu i kulturno iskustvo. Atraktivna su im događanja vezana uz kulturu te žele ostvariti poseban doživljaj. Kulturni turist na razgledavanju putuje iz kulturnih razloga, međutim njegovo putovanje većinom se sastoji od obilaska kulturnih atrakcija te površnog kulturnog iskustva. Slučajni kulturni turist primarno nije motiviran kulturom niti je to razlog njegova posjeta destinaciji, no u destinaciji stekne kulturni turistički doživljaj. Povremeni kulturni turist u potrazi je za minimalnim iskustvom te kultura za njega ne predstavlja motivacijski čimbenik. Za usputnog kulturnog turista, kultura nije utvrđen motiv, no unatoč tome posjećuje kulturne atrakcije.

S obzirom na navedenu tipologiju, profili turista su različiti. Pasivnih promatrača sve je manje te suvremeni turist želi konkretan doticaj s lokalnom kulturom, želi doživjeti autentičnost kulturnih manifestacija i temeljito upoznavanje sa znamenitostima.

4.5. Prilagodbe novim motivima posjeta

Dinamično okruženje u kojemu se trendovi svakodnevno mijenjaju, nužno je prilagođavati se na kvalitetan i održiv način. Takav pristup širenju ponude iznimno je

⁴⁰ M. Dujmović, op.cit.str. 111

važan i tada se ponuda treba prilagoditi novim motivima posjeta. Dinamičnost i kreativnost u kreiranju ponude poželjna je zbog specifičnih interesa turista. Najčešći motiv posjeta Hrvatskoj u većini slučajeva je more. Pasivni odmor i opuštanje navedeni su kao motivi dolaska.⁴¹

Dolazak u destinaciju zbog iskustva i doživljaja novi je trend koji je u rapidnom rastu. Globalni trendovi koji se odvijaju na turističkom tržištu konstantno se mijenjaju te je nužno prilagođavati ponudu destinacije.

Posjet kulturnim znamenitostima i prirodnim atrakcijama čest je motiv dolaska turista, no rijetko i primarni. Pasivnost u turističkim turama prilikom upoznavanja povijesti i kulture destinacije čest je događaj koji izaziva nezadovoljstvo kod turista. Suvremeni turisti prilikom posjete znamenitostima žele upoznati novi kraj i kulturu s kojom se susreću te time obogatiti svoje iskustvo na putovanju. Ukoliko taj segment izostane, on se reflektira na turista koji izražava svoje zadovoljstvo dobivenom uslugom.

Usklađivanje novih motiva posjeta i zahtjeva turista dugotrajno može rezultirati kreiranjem ponude tijekom cijele godine. Jaz između ljetnih i zimskih mjeseci potrebno je smanjiti diverzificiranom ponudom i kvalitetnim marketingom. Raznolikost sadržaja u destinaciji motiv je dolaska turista. Međutim, nedovoljno valorizirani resursi u turističke svrhe i neravnomjerni razvitak pojedinih regija mogu kočiti daljnji razvoj turizma.

Turistička je potražnja danas znatno kompleksnija nego prije, a shodno tome i profili turista. Motivi dolaska u destinaciju nisu više dualni imidž destinacije poput „sunca i mora“, nego doživljaj, autentičnost, aktivni odmor, ispunjenje očekivanja itd. Turistički proizvod može biti kvalitetan i održiv, no ponudu treba prilagoditi imidžu destinacije, kako ne bi došlo do većih odstupanja ili osuvremenjivanja tradicije ili kulture.

⁴¹ TOMAS ljeta 2017 – stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2018. str.3, <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeta-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (Pristupljeno:7.05.2020.)

5. KULTURNI DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE ISTOČNE SLAVONIJE I BARANJE

Kulturni događaji i manifestacije u Istočnoj Slavoniji predstavljaju priliku za predstavljanje i stvaranje imidža te regije. Spoj tradicije i novih znanja čini splet koji može potaknuti razvoj turizma u Istočnoj Slavoniji.

Lokalne manifestacije dio su gotovo svakog mjesta te lokalno stanovništvo putem njih želi privući posjetitelje u svoj kraj. Razina razvijenosti i kvaliteta organizacije takvih događaja čest je problem, no lokalno stanovništvo u sinergiji s lokalnim jedinicama samouprave često postiže izvrsne rezultate. Lokalne manifestacije većinom se održavaju u manjim sredinama te predstavljaju spoj tradicije i autentičnih lokaliteta.

Kulturni događaji osnova su razvoja turističke destinacije te ova regija ima bogatu ponudu kulturnih događanja. Brojna mjesta diljem Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema bogata su kulturnim znamenitostima. Povijesne činjenice iz prošlosti bude interes turista.

Slavonija predstavlja povijesni dio Istočne Hrvatske, područje je bogato kulturno povijesnim događajima, prirodnim ljepotama te kao takva pogodna je za razvijanje selektivnih oblika turizma. Glavna obilježja Istočne Slavonije i Baranje su nizine i gorja te rijeke Drava i Dunav. Osijek, Aljmaš, Erdut, Đakovo, Valpovo, Donji Miholjac i Našice gradovi su bogate kulturno povijesne baštine te se ističu svojim privlačnim geografskim položajem. Shodno tome, kulturni događaji i lokalne manifestacije na području navedenih gradova mogu činiti dodatnu turističku ponudu koja će privući strane posjetitelje.

5.1. Razvoj turizma u Istočnoj Slavoniji i Baranji

Područje Istočne Slavonije i Baranje raspolaže brojnim kulturnim i prirodnim resursima koje je moguće valorizirati u turističke svrhe. Gostoljubivost lokalnog stanovništva, autentične lokacije te godinama stara tradicija održavanja raznih manifestacija dio su kulturne priče ovog kraja.

Turistički razvoj ove regije sporiji je nego u ostalim dijelovima Hrvatske zbog sljedećih problema: odlazak u inozemstvo, ruševna naselja kao posljedica rata, slaba sinergija turističkih zajednica i lokalnog stanovništva, loša turistička infrastruktura itd. Nedostatak stručnosti i znanja, dovodi ovu hrvatsku regiju u probleme s razvitkom turizma, ali i pokretanjem cjelokupne regije.

Materijalna i nematerijalna kulturna baština prepoznata je i važna prilikom predstavljanja kulturnog identiteta pojedinog područja. Izrada licitara, vokalno-instrumentalni napjev „bećarac“ dio su nematerijalne kulturne baštine na UNESCO popisu. Područje Istočne Slavonije i Baranje ističe se lokalnim manifestacijama i raznim kulturnim događajima jer je tradicija i očuvanje kulture uključeno u svaki aspekt života.

Tablica 3. Broj posjetitelja – Državna ergela lipicanaca

GODINA	BROJ POSJETITELJA
2008.	15.063
2009.	14.418
2010.	14.471
2011.	13.709
2012.	15.157
2013.	14.026
2014.	16.463
2015.	17.017
2016.	19.650
2017.	20.212

Izvor: Samostalna izrada autora prema:

<https://www.hgk.hr/documents/turizam5bb47cb4e9503.pdf>

Od 2013. godine posjet Državnoj ergeli lipicanaca postepeno se povećava. Aktivna promocija i oglašavanje pridonosi većem broju posjetitelja na ovom području. Međutim, većinu naznačenih posjetitelja čine učenici koji preko turističkih agencija dolaze na izlete u ergelu. Iako ima bogat program, Državna ergela lipicanaca ne iskorištava dovoljno svoj turistički potencijal što je vidljivo iz broja posjetitelja u periodu od deset godina.

Slavonska turistička ponuda prepoznatljiva je, međutim, područje uz hrvatsku obalu znatno prednjači u razvoju turizma. U većini promidžbenih materijala te marketinških kampanja nalaze se gradovi duž Jadranske obale. Očita je dominacija hrvatskog Jadrana i razvijanje kupališnog turizma u Hrvatskoj. Najveći dio smještajnih kapaciteta nalazi se upravo u primorskim županijama koje ostvaruju najveći turistički promet.⁴²

Potencijal turističkog razvitka Istočne Slavonije i Baranje ogleda se u dnevnim izletima stanovništva tih područja te jednodnevnim putovanjima bez noćenja. Slavonija je u Hrvatskoj najmanje posjećena regija kada se govori o turizmu. Većina ljudi nije upoznata sa važnim međunarodnim manifestacijama poput „Đakovačkih vezova“ ili „Vinkovačkih jeseni“ koje se održavaju i imaju veliki broj posjetitelja. Cijela regija Istočne Hrvatske pogodna je za razvijanje kulturnog, vjerskog, ruralnog te gastronomskog tipa turizma.

Izuzetna ambijentalnost te pogodna resursna osnova dio su većine razvijenih lokaliteta diljem Istočne Slavonije i Baranje. Međutim, nedovoljna iskorištenost istih dovodi do propadanja ili slabe iskorištenosti u turističke svrhe. Kvaliteta i kompleksnost turističkog proizvoda nužni su kako bi se turizam u Istočnoj Slavoniji mogao postupno razvijati.

Park prirode Kopački rit nalazi se nadomak Osijeka te ga turisti rado posjećuju prilikom dolaska u destinaciju. Tijekom godina Park prirode se obnavljao kako bi turistička ponuda bila kvalitetnija i prepoznata. U turističkoj bilanci Osječko-baranjske županije ima važnu ulogu jer ga posjeti više od trećine turista. Nalazi se 13 km od Osijeka te predstavlja glavno rekreativno vikend odmaralište.⁴³

⁴²„Turizam kao faktor razvoja Istočne Hrvatske – stvarnost ili san?“, Dostupno na: <https://www.geografija.hr/hrvatska/turizam-kao-faktor-razvoja-isticne-hrvatske-stvarnost-ili-san/>, Pristupljeno: 25.05.2020.

⁴³Kopački rit – turizam u Parku prirode, Dostupno na: <https://www.geografija.hr/hrvatska/kopacki-rit-turizam-u-parku-prirode/>, (Pristupljeno: 25.05.2020.)

Tablica 4. Broj posjetitelja u Kopačkom ritu

GODINA	BROJ POSJETITELJA
2008.	36.814
2009.	34.850
2010.	30.195
2011.	32.568
2012.	28.756
2013.	26.561
2014.	28.000
2015.	29.836
2016.	38.679
2017.	37.062

Izvor: Samostalna izrada autorice prema:

<https://www.hgk.hr/documents/turizam5bb47cb4e9503.pdf>

Tablica 4. prikazuje broj posjetitelja u parku prirode Kopački u periodu od deset godina. Vidljivo je da je u pojedinim periodima (2011.-2015.) bilo oscilacija te se 2016. godine broj posjetitelja značajno povećao. U 2017. godini bilo je 1500 manje posjetitelja nego u 2016. godini zbog duge zime koja je prevladala na tome području. Očekuje se daljnji priljev stranih i domaćih posjetitelja zbog jačanja turizma u Istočnoj Slavoniji i Baranji. U turističku ponudu Kopačkog rita ubrajaju se i vožnje čamcima i brodom, biciklističke i poučne staze i slično. Osim toga, ističe se gastronomska ponuda Baranje te blizina vinskih podruma.

Problem predstavlja slaba gospodarska razvijenost područja Istočne Slavonije i Baranje. Posljedice ratnih događaja ostavile su trag u pojedinim mjestima, što je vidljiva barijera prilikom razvoja turizma. Uz to, kvalitetni turistički kadrovi također su dio problema. Hrvatska godinama kreira turistički proizvod na temelju sunca i mora, zanemarujući važnost kontinentalnog dijela Hrvatske. Kako bi se stvorio kvalitetan turistički sadržaj potrebno je osigurati aktivnu participaciju svih dionika unutar sustava. Potencijal Istočne Slavonije i Baranje može produljiti turističku sezonu, jer razvijeni selektivni oblici turizma dobivaju na važnosti. Dodatna ulaganja u prometnu povezanost mogu pospješiti razvoj turizma ove regije.

Turistički potencijal ove regije koji je vezan uz kulturu nije u potpunosti iskorišten, no postoje brojne projektne inicijative i ideje kojima se nastoji postići razvitak. Turistička ponuda smještaja te infra i suprastruktura skromna je s obzirom na broj stanovnika i prostor. No smještajna ponuda uspjela se reorganizirati te na području Osječko-baranjske županije postoji niz kvalitetnih smještajnih objekata ⁴⁴

Učestaloj krizi imidža i funkcija turističkih naselja nastoji se odgovoriti valorizacijom lokalnih zajednica, kao mjesta koja su karakterizirana različitim kulturom. Takvim načinom, elementi lokalne kulture imaju otvoren put za kvalitetan turizam koji se ne zasniva izričito na imidžu „sunca i mora“. Konkurentnost i privlačnost turističkih destinacije sve se više ogleda u specifičnostima koje pojedina lokalna zajednica zajedno sa svojom kulturom spreman ponuditi.⁴⁵

Slika 6. Turistička karta Slavonije



Izvor: <http://romario.hr/hr/9921/turisticka-karta-slavonije/>, Pristupljeno:25.05.2020.

⁴⁴ Master plan turizma Osječko-baranjske županije, Osijek, 2017., str 45

⁴⁵ F. Šuran, *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2016., str.134

Destinacije Istočne Slavonije i Baranje poput Osijeka, Đakova i Našica lako su dostupne te se atrakcije u mjestima mogu pješice obići. Uz to, postojeći smještajni kapaciteti mogu primiti manji broj turista te je moguće noćenje u navedenim mjestima. Aktivnim uključivanjem gradova i sela u promotivne aktivnosti na razini države, značajno može doprinijeti razvitku turizma u regiji. Kreiranje različitih događanja koji imaju potencijal za privući posjetitelje može predstavljati priliku za razvoj.

5.2. Kulturni događaji – primjeri

Kulturni događaji u Istočnoj Slavoniji ističu se po autentičnim lokacijama, kvalitetnom ponudom, jedinstvenim atrakcijama te su pojedini međunarodnog karaktera. Kulturni događaji tematski su interesantni te privlače posjetitelje iz svih dijelova Hrvatske. Kulturne manifestacije koje se održavaju u Osijeku su: Osječko ljeto kulture, koncertni ciklus grada – Osječka glazbena srijeda, kazališni maraton, festival hrvatske tamburaške glazbe te mnoge druge.

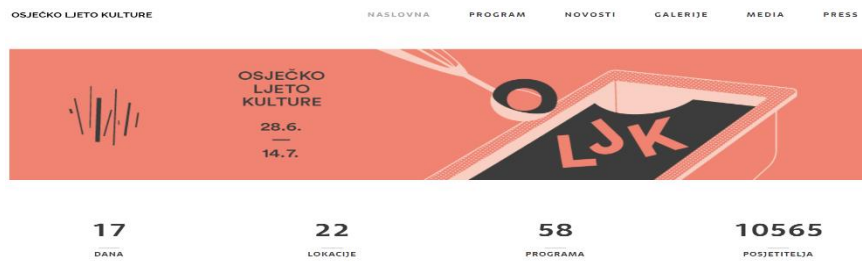
Osječko-baranjska županija bogata je kulturnim atrakcijama te kao takva valorizira ih u turističke svrhe. Osijek je najveći grad u Slavoniji te kao takav predstavlja kulturno središte koje se nalazi na granici Slavonije i Baranje.

5.2.1. Osječko ljeto kulture

„Osječko ljeto kulture“ najvažnija je kulturna manifestacija u Osijeku koja pruža posjetiteljima spektar kulturnih događaja tijekom ljeta. Cilj kulturnog događaja poput ovoga je revitaliziranje grada i barokne jezgre Tvrđe. Održava se u lipnju i srpnju te ga organizira grad Osijek. Program Osječkog ljeta kulture sadrži različite kazališne predstave koncerte te događanja iz plesne i filmske umjetnosti. Za vrijeme trajanja manifestacije potiče se povećanje turističke aktivnosti na području grada te se događajima poput ovih želi poboljšati imidž grada i učiniti ga prepoznatljivim na europskoj i međunarodnoj razini.⁴⁶

⁴⁶Kulturne manifestacije, Dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (Pristupljeno:26.5.2020)

Slika 7. Izgled web stranice „Osječko ljeto kulture“



Izvor: <http://ljetokulture.osijek.hr/>, Pristupljeno:26.05.2020.

Na web stranicama Osječkog ljeta kulture prikazano je u brojkama koliko dana traju događanja, lokacije na kojima se održavaju različiti programi, broj programa koji će se prikazivati te broj posjetitelja za 2019. godinu, iz čega je vidljivo da je ovaj događaj 2019. godine imao značajan broj posjetitelja (10 565).

Kategorije poput filma, glazbe, književnosti, kazališta, izložba, radionica, plesa te novomedijske kulture istaknute su na svakom događaju. Na Perivoju kralja Tomislava prikazivali su se filmovi poput: *Lego Film 2*, *Bohemian Rhapsody*, *Bećarac 1966.*, *Čudesne zvijeri: Grindelwaldova zlodjela itd.* Bogat filmski program detaljno je prema danima u lipnju i srpnju istaknut na stranicama Osječkog ljeta kulture.⁴⁷

Posjetitelji ovakvog događaja mogu odabrati kategoriju s obzirom na njihov interes prema istima. Grad Osijek ima veliki potencijal za razvitak turizma, stoga je razvoj kulturnog turizma s obzirom na bogatu ponudu kulturnih programa, lako ostvariv uz kvalitetnu sinergiju organizatora te ostalih dionika.

⁴⁷Osječko ljeto kulture – program, Dostupno na: <http://ljetokulture.osijek.hr/program/> (Pristupljeno:26.05.2020.)

Slika 8. Trg Svetog Trojstva



Izvor: Vlastita arhiva autora

Na Slici 8. je prikazan je Trg Svetog Trojstva koji predstavlja glavni trg u starom gradu. Godine 1729. izgrađen je kao zavjetni kip protiv kuge koja je prethodno poharala grad. Kip je jedan od najljepših baroknih spomenika u Hrvatskoj. Na ovom Trgu tijekom trajanja Osječkog ljeta kultura organiziraju se razni koncerti i kazališne predstave, čime dodatno dobiva na značaju.

5.2.2. Festival tamburaške glazbe

Tambura je žičani glazbeni instrument koja je na ovim područjima široko rasprostranjena. 1847. godine Pajo Kolarić je osnovao tamburaški zbor te je Osijek postao prvi tamburaški grad u Hrvatskoj. Takva tradicija nastavila se i dalje, kada su se počeli osnivati razni tamburaški zborovi. Kao takvi, širili su tamburašku glazbu i poticali na razvoj takve kulture. Svojim radom i brojnim koncertima, tamburaški su se zborovi sve više isticali. ⁴⁸

⁴⁸Nastanak hrvatskog tamburaškog saveza u Osijeku, Dostupno na: <http://htso.hr/nastanak/>, (Pristupljeno:26.05.2020.)

Slika 9. Program događanja na 42. Međunarodnom festivalu umjetničke tamburaške glazbe u Osijeku

42. Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe u Osijeku

OSIJEK, NAŠICE, VUKOVAR, ĐAKOVO, 30.5. - 2.6.2019.

ČETVRTAK - 30. svibnja 2019.
19.00 DVORANA VIKARIJATA, OSIJEK
Ulica Josipa Jurja Strossmayera 58

SVEČANOST OTVORENJA

- ✕ Tamburaški orkestar Strossmayer, Osijek (dirigent: Mladen Tutovac)
- ✕ Akademski tamburaški kvartet (voditelj: Saša Botički)
- ✕ Tamburaški orkestar Misericordia Šurmanci (dirigent: Davor Markota)
- ✕ Tamburaški orkestar Ratimir Joža Prosoli (dirigent: Dražen Mtakar)
- ✕ Tamburaški orkestar KUD-a "Dragutin Domjanić", Adamovec (dirigent: Nemađ Dan Kozig)
- ✕ Tamburaški orkestar HPD "Rodoljub" Virovitica (dirigenticca: Mirna Mihalković)

PETAK - 31. svibnja 2019.
19.00 KONCERTNA DVORANA OSNOVNE GLAZBENE ŠKOLE KONTESA DORA, NAŠICE
Ulica Dore Pejačević

- ✕ Tamburaški orkestar OČŠ Kontesa Dora i Tamburaško društvo "Dora Pejačević" Našice (dirigent: Dean Kopri)
- ✕ Tamburaški sastav KUD-a "Seljačka Sloga" Greda Sunjska (voditelj: Fran Brleković)
- ✕ Tamburaški orkestar KUD-a "Toplice" Varaždinske Toplice (dirigent: Josip Levatić)
- ✕ Tamburaški orkestar Glazbene škole Josipa Runjanina, Vinkovci (dirigent: Tomislav Majačić)
- ✕ Tamburaški orkestar Glazbene škole Franje Kuhača Osijek (dirigent: Slaven Batorek)
- ✕ Tamburaški orkestar Glazbene škole Alberta Štrige, Križevci (dirigent: Igor Kudeljnjak)

SUBOTA - 1. lipnja 2019.
19.00 HRVATSKI DOM VUKOVAR
Ulica Josipa Jurja Strossmayera 20

- ✕ Tamburaški orkestar KUD-a "Branimir" Nin (dirigent: Josip Babić)
- ✕ Tamburaški sastav AMA, Nin (voditelj: Tom Veseta)
- ✕ Tamburaški sastav KUD-a Belica (dirigent: Danijel Požgaj)
- ✕ Tamburaški orkestar KUD-a Kašina (dirigent: Vice Zirdum)
- ✕ Tamburaški orkestar Tamburaškog društva "Gaj" Zagreb (dirigent: Krešimir Račić)
- ✕ Tamburaški orkestar Krste Odaka Drniš (dirigenticca: Milka Tomić)

NEDJELJA - 2. lipnja 2019.
18.00 CENTAR ZA KULTURU ĐAKOVO
Kralja Tomislava 13

- ✕ Juniorski tamburaški orkestar STD "Pajo Kolarčić" Osijek (dirigent: Miloš Grubić)
- ✕ Tamburaški orkestar HGU "Festival bunjevačkih pisama" (dirigenticca: Mira Tomanović)
- ✕ Tamburaški orkestar Dobreč (dirigent: Gregor Zagorec)
- ✕ Tamburaški orkestar KUD-a Tamburica (dirigent: Ivan Lekić)
- ✕ Tamburaški orkestar Općine Semeljci (dirigenticca: Ana Čatić)

Voditeljica: Vlasta Ramljak

Detaljnije na web stranici, fb i [Hrvatskog tamburaškog saveza](#)

UTEMELJITELJI
HRVATSKI TAMBURAŠKI SAVEZ U OSIJEKU
OSIJEKO-BARANJSKA ŽUPANIJA
GRAD OSIJEK
STD "PAJO KOLARIČ", OSIJEK

MEDIJSKI POKROVITELJI
GLAS SLAVONIJE D.D.
HRT
HRT-HR RADIO OSIJEK
STV
SLAVONSKI RADIO
OSIJEKA TELEVIZIJA

FESTIVAL OMOGUĆILI

SUORGANIZATORI
VIKARIJAT OSIJEK
OSNOVNA GLAZBENA ŠKOLA KONTESA DORA, NAŠICE
HRVATSKI DOM VUKOVAR
RUŽIČINA KUĆA, VUKOVAR
CENTAR ZA KULTURU ĐAKOVO
GRADSKA KNJIŽNICA I ČITAONICA ĐAKOVO

GENERALNI SPONZOR
Zagrebačka banka

POKROVITELJ TAMBURA

Izvor: http://htso.hr/wp-content/uploads/sites/489/2019/05/Plakat-festival-2019_web_page-0001-min.jpg, Pristupljeno:26.05.2020.

Cilj festivala je približiti tamburašku glazbu posjetiteljima te njegovati istu okupljanjem skladatelja, dirigenata, zborova, glazbenih stručnjaka i tamburaša kako bi razmjenjivali svoja znanja te ih mogli primijeniti.⁴⁹ Festival se održava u Osijeku, Našicama, Vukovaru i Đakovu tijekom četiri dana. Bogat program svakako budi interes ljubitelja ovakve glazbe za posjet manifestaciji.

⁴⁹Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe, Dostupno na: <https://proprium.hr/42-medunarodni-festival-umjetnicke-tamburaske-glazbe/>, (Pristupljeno:26.05.2020.)

Tradicijska glazba koja je karakteristična za istočnu Hrvatsku može predstavljati priliku za aktivnu promociju ovakvih događanja stoga se događaji poput ovih uspješno mogu pozicionirati na stranim tržištima.

5.2.3. Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana

Godišnji ophod kraljice specifični je običaj i dio tradicije koji je nekad davno bio rasprostranjen na području Slavonije, Baranje i Srijema, a riječ je o proljetnom ophodu kraljice. Tada djevojke ili tzv. ljelje na blagdan Duhova⁵⁰ ophode selo sa sabljama. Glavni dio cijele koreografije popraćen je tamburaškom glazbom ili pjevanjem popularnog bećarca. Ljelje su obučene u šarene nošnje, haljine, vrpce ili marama te su ukrašene dukatima. Legenda govori da su gorjanske žene u vrijeme turske opsade oblačile u muškarce koji su nosili sablje. Time su plašile turske vojnike koji su mislili da je riječ o duhovima, stoga se ovaj događaj uvijek održava na Duhove.⁵¹

Kraljice su se obično dijelile u dvije skupine. Bilo ih je osam do deset te su glavnu skupinu činile djevojke s muškim šeširima koje su bile okićene paunovim perima ili raznim cvijećem. Jedna do dvije djevojke bile su posebno ukrašene jer su bile prvakinje. S' prednje strane nalazi se ogledalo, a sa stražnje obješene šarene vrpce. U rukama im je bio mač oko kojeg su bile obješene šarene trake ili je na vrhu mača bila zabodena jabuka. Kada kraljice dođu pred kuću, postavi se stolac na koji kraljica sjedne. Iza nje bi stajala dvorkinja, a iza njih bosonoge ljelje koje su igrale.⁵²

⁵⁰ kršćanski blagdan

⁵¹Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana, Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/kultura-i-bastina/unesco-nematerijalna-dobra-godisnji-proljetni-ophod-kraljice-ili-ljelje-iz-gorjana>, (Pristupljeno:26.05.2020.)

⁵²M. Dragić, Hrvatski panspermijski običaji, ophodi, obredi i divinacije u Europskom kontekstu, *Croatia et Slavica Iadertina*, Vol. 11/1 No.11., 2015., str.176, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/154300>, (Pristupljeno:26.05.2020.)

Slika 10. Ljelje iz Gorjana



Izvor: <https://djakovacki-vezovi.hr/proljetni-ophod-ljelja-u-gorjanima/>, Pristupljeno: 26.05.2020.

Ljelje su nositelji nematerijalne kulturne baštine te kao takve upisane su na UNESCO-v popis nematerijalne svjetske baštine u Europi. Običaji poput ovih predstavljaju srž kulturne baštine Slavonije te značajno pridonose imidžu destinacije. Gorjani se nalaze u blizini Đakova te je usputno moguć posjet kulturnim znamenitostima i ostalim događajima na području grada Đakova.

5.2.4. Strossmayerovi dani

Strossmayerovi dani kulturna je manifestacija posvećena liku i djelu biskupa iz Đakova, Josipu Jurju Strossmayeru. Uključuje različite znanstvene skupove, izložbe, koncerte i dr. Tradicionalna manifestacija koja okuplja umjetnike održava se svake godine u Đakovu. U muzeju Đakovštine predstavljaju se portreti i skulpture koje se za potrebe izložbe posuđuju iz galerija u Zagrebu i Osijeku.⁵³

⁵³ Đakovački vezovi, Dostupno na: <https://www.djakovo.hr/index.php/manifesticije>, (Pristupljeno:28.05.2020.)

Ugledni stručnjaci iz cijele Hrvatske okupljaju se u Đakovu zbog kulturnog značaja ove manifestacije. Godine 2019. održana je 17. manifestacija te je program trajao devet dana. Tijekom trajanja manifestacije na trgu se održavaju glazbeni koncerti te nastupi kulturno – umjetničkih društava.

Važnost ovakve manifestacije prepoznao je UNESCO te je uvrštena među značajne svjetske obljetnice.⁵⁴ Na kraju manifestacije Zagrebačka filharmonija održava svoj koncert u Katedrali. Takav događaj posjećuju svi mještani i posjetitelji iz okolnih mjesta. Brojni profesori i akademici česti su sudionici raznih znanstvenih skupova koji se održavaju u sklopu ovakvog događaja.

Slika 11. Program XVI. Strossmayerovih dana



XVI. Strossmayerovi dani
Đakovo, 2018.

PROGRAM XVI. STROSSMAYEROVIH DANA

25. 5., petak

16:30 Predstavljanje knjige poezije *Oda ljubavi* Milene Zlateske i knjige kratkih folklornih napjeva iz makedonskoga narodnog stvaralaštva *Lijepa riječ i željezna vrata otvara* Elizabete Petrovske – Spomen-muzej biskupa J. J. Strossmayera, Đakovo, Luke Botića 2

18:30 Koncert MKD-a Braća Miladinovci i KUD-a Zora Piškorevci – Đakovo, Trg J. J. Strossmayera

20:00 Izložba Gordane Bakić *Trenutni prostori - SkyLab* – Muzej Đakovštine, Đakovo, A. Starčevića 34

26. 5., subota

11:00 Znanstveni skup *Strossmayer i Milosrdne sestre sv. Križa u Đakovu* – Središnja nadbiskupijska i fakultetska knjižnica, Đakovo, P. Preradovića 17

17:00 Projekcija dokumentarnog filma *Milosrdne sestre svetoga Križa u Đakovu 1868. – 2018.* – Centar za kulturu, Đakovo, Ulica kralja Tomislava 13

28. 5., ponedjeljak

19:30 Koncert Zagrebačke filharmonije – Katedrala sv. Petra Krešimir Batinić, dirigent Iva Krušić, sopran

29. 5. – 5. 6.

18:00 Grad skulpture Neven Bilić, Ida Blažičko, Peruško Bogdanić, Ivan Fijolić, Alem Korkut, Siniša Majkusa, Božica Dea Matasić, Tihomir Matijević, Marijan Sušac, Vlatka Škoro, Mirko Zrinščak – Đakovo, Trg J. J. Strossmayera

Izvor: <https://radio.hrt.hr/radio-osijek/clanak/xvi-strossmayerovi-dani/170977/>, Pristupljeno:28.05.2020.

Na Slici 11. prikazan je kulturno-umjetnički program u okviru XVI. Strossmayerovih dana. Manifestacija s bogatim programom poput ove može utjecati

⁵⁴Izvjeste o izvršenju programa javnih potreba u kulturi na području Osječko-Baranjske županije, Dostupno na: [http://www.obz.hr/hr/images/-Zupanijska skupstina/2020/29_sjednica/14d_izvjesce_o_izvršenju_programa_javnih_potreba_u_kulturi_na_podrucju_obz_za_2019.pdf](http://www.obz.hr/hr/images/-Zupanijska_skupstina/2020/29_sjednica/14d_izvjesce_o_izvršenju_programa_javnih_potreba_u_kulturi_na_podrucju_obz_za_2019.pdf) (Pristupljeno:28.05.2020.)

na podizanje razine svijesti o važnosti kulturnih manifestacija i očuvanju kulture mjesta. Josip Juraj Strossmayer bio je važna ličnost u povijesti te Sveučilište u Osijeku nosi njegov naziv. Ovakva manifestacija može privući i strane posjetitelje tj. profesore i umjetničke aktiviste iz susjednih zemalja te pridonijeti promociji destinacije.

5.3. Regionalne i lokalne manifestacije

Organizacija regionalnih i lokalnih manifestacija pogoduje razvoju turističkog identiteta mjesta. One sudionicima pružaju nezaboravno iskustvo i doživljaj, posebice ako se manifestacija održava na autentičnim lokalitetima te uz prisustvo lokalnog stanovništva. U Istočnoj Slavoniji održavaju se svake godine u isto vrijeme. Poznate su diljem regije i često posjećene od strane mještana iz okolnih krajeva.

Cilj regionalnih i lokalnih manifestacija je promocija i brendiranje mjesta, bez obzira radi li se o manifestaciji zabavnog, kulturnog ili sportskog karaktera. Na takav način potiče se uključivanje lokalnog stanovništva u organizaciju i predstavljanje lokalnih proizvoda. Takve manifestacije održavaju se tradicionalno prema starim običajima te doprinose povezivanju posjetitelja (kupca) i lokalnog stanovništva (proizvođača). Na takav način potiče se ekonomija i turizam lokalne zajednice.

5.3.1. Pokladno jahanje

Pokladno jahanje manifestacija je koja se održava za vrijeme poklada diljem Istočne Slavonije i Baranje. Radi se o starom običaju u Slavoniji, gdje jahači jašu na uređenim lipicancima kroz selo. Lokalno stanovništvo priprema razna slavonska jela, rakiju te druge gastronomske delicije. U povorci jahači pjevaju stare slavonske pjesme te im se pridružuju posjetitelji manifestacije.

U većini slavonskih mjesta postoje ovakvi običaji, a sežu još iz doba Turaka kada su graničari u vrijeme poklada prolazili selom da zaštite lokalno stanovništvo.⁵⁵ Cilj manifestacija poput ove nema u potpunosti turističku svrhu već očuvanje tradicije i narodnih običaja. Uz učinkovitiji promociju i kvalitetniju organizaciju ovakve manifestacije imaju turistički potencijal.

⁵⁵Kulturne manifestacije, Dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (Pristupljeno:28.05.2020.)

5.3.2. Uskrсни gastro fest

Uskrсни gastro fest gastronomska je manifestacija gdje lokalni proizvođači i obiteljska poljoprivredna gospodarstva predstavljaju svoje proizvode. Mnogi obrtnici i udruge predstavljaju proizvode iz svoje radinosti. Uz to, udruga kulinara „Đakovački kulin“ organizira degustaciju i ocjenjivanje kulinove seke.⁵⁶

Turistička zajednica grada Đakova uz potporu Državne ergele Đakovo glavni je organizator manifestacije. Državna ergela lipicanaca u Đakovu tijekom godine bilježi značajne turističke posjete te je otvorena za posjetitelje. Manifestacija poput ove može doprinijeti većem posjetu Državne ergele.

Slika 12. Uskrсни gastro fest - izlagači



Izvor: https://novi-radio.hr/wp-content/uploads/2018/03/20180324_114532.jpg,

Pristupljeno: 29.05.2020.

⁵⁶Uskrсни gastrofest i izložba CAC – Đakovo, Dostupno na: <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/uskrсни-gastro-fest-i-izložba-cac-akovo-14317>, (Pristupljeno: 28.05.2020.)

Proizvođači tradicionalnih gastronomskih proizvoda izlažu svoje autohtone proizvode sa naglaskom na zdravu i domaću hranu, kao i svoje rukotvorine. Manifestacijama lokalnog karaktera poput ove, turistička zajednica u sinergiji sa gradom želi predstaviti domaće proizvode te njihovom organizacijom pozitivno utjecati na život lokalne zajednice. Svaki posjetitelj može pronaći ono što ga interesira na pojedinim štandovima, jer bogata slavonska ponuda na lokalnim manifestacija ne izostane.

5.3.3. „Đakovački bušari“

Tijekom pokladnog vremena u đakovačkom kraju bušari su išli po kućama i svoje domačine uveseljavali raznim tradicionalnim pjesmama i igrama te su bili od njih darivani. „Đakovački bušari“ pokladna je manifestacija koja je osnovana 1994. godine u Đakovu.⁵⁷

Slika 13. Đakovački bušari



Izvor: <https://www.livecamcroatia.com/hr/event-site/25-dakovacki-busari>, Pristupljeno:29.05.2020.

⁵⁷ 25.Đakovački bušari, Dostupno na: <https://www.livecamcroatia.com/hr/event-site/25-dakovacki-busari>, (Pristupljen:29.05.2020.)

Pokladna manifestacija „Đakovački bušari“ održava se u veljači te obuhvaća tradicionalnu pjesmu i ples slavonskih krajeva i pokladne običaje. Grad Đakovo s turističkom zajednicom Grada godinama organizira ovaj poznati događaj. Slovi za jednu od najvećih pokladnih manifestacija u regiji te će posjetitelji ove manifestacije imati potpuni doživljaj slavonskih običaja u vrijeme poklada.⁵⁸

Manifestacija se sastoji od gastro festa pod nazivom „Mrsna i nemrsna jela kroz poklade i korizmu“ i centralnog događaja pokladne povorke Đakovačkih bušara. Manifestacija se održava nekoliko dana, a bilježi oko 4000 sudionika iz cijele regije. Program u publici i putem TV prijenosa prati desetak tisuća ljudi. Nakon povorke ispred zgrade Gradskog poglavarstva održava se ceremonija preuzimanja vlasti te se osniva tzv. Bušarska republika te gradonačelnik predaje ključeve bušarima.⁵⁹

Događaj poput ovog ima regionalni značaj te doprinosi stvaranju imidža grada Đakova kao turističke destinacije. U povorci često sudjeluju skupine iz cijele Hrvatske, a kako bi doživljaj za posjetitelje bio potpun konjanici također sudjeluju u povorci. Originalne, zanimljive, autentične maske čine ovaj događaj interesantnim za sve uzraste.

Turistički potencijal grada Đakova ne čine samo kulturno-povijesne znamenitosti nego i manifestacije koje se tijekom cijele godine održavaju kako bi svojom atraktivnošću privukle posjetitelje iz cijele Hrvatske i šire. Razvoj turizma u ovakvim područjima pogoduje razvoje cijele regije te uz druge aktivnosti koje provodi turistička zajednica grada Đakova, daljnji razvoj i napredak neće izostati.

5.3.4. Viteški grad Erdut

Grad Erdut srednjovjekovni je grad koji je 1403. godine bio gradsko središte koje je kontroliralo prijelaz preko Dunava. U njemu se nalazi kula koja predstavlja srednjovjekovnu utvrdu tog grada. Osim srednjovjekovne kule, posjetiti se može i Erdutske vinograde i vinariju u kojoj se nalazi jedna od najvećih vinskih bačvi izrađenih

⁵⁸Đakovački bušari,

Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/dakovacki-busari>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

⁵⁹ 25.Đakovački bušari, Dostupno na:<https://www.tzdjakovo.eu/index.php/hr/aktualno/novosti/item/565-25-dakovacki-busari-program-25th-carnival-event-the-busari-of-dakovo>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

od slavonskog hrasta. Tradicija, običaji te spomenici čine turističku ponudu ovog mjesta interesantnom za sve posjetitelje.⁶⁰

Slika 14. Srednjovjekovna kula u Erdutu



Izvor: <https://radio.hrt.hr/radio-osijek/clanak/srednjovjekovni-sajam-u-erdutu-spaja-vino-i-proslost/170764/>, Pristupljeno:29.05.2020.

Slika 14. prikazuje Erdutsku kulu, glavninu manifestacije „Viteški grad Erdut“. Srednjovjekovni sajam održava se na dvije lokacije. Erdutski vinari predstavljaju svoja vina u dvorištu dvorca Adamovich-Cseh te gastronomska ponuda suvremenih i srednjovjekovnih jela predstavlja se od strane kuhara i lokalnih ribiča.⁶¹

Posjetitelji mogu degustirati vina, razgledavati viteški tabor, saznati povijesne činjenice o gradu, kušati gastronomske delicije i dr. Oživljavanje povijesti turistička je priča koja će privući posjetitelje. Kako bi ponuda bila cjelovita uz adekvatnu turističku infrastrukturu, nužno je omogućiti posjetiteljima nove sadržaje i aktivnosti.

⁶⁰Bitka za Erdutsku kulu – srednjovjekovni spektakl u vinskom gradu, Dostupno na: <https://republika.eu/novost/71704/bitka-za-erdutsku-kulu-srednjovjekovni-spektakl-u-vinskom-gradu>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

⁶¹Viteški grad Erdut – program, Dostupno na: <https://tz.opcina-erdut.hr/novosti/viteski-grad-erdut-1403-2019-srednjovjekovni-sajam/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

5.3.5. „Praćkijada“

Na području Osječko-baranjske županije u mjestu Radikovci održava se manifestacija pod nazivom „Praćkijada“. U centru Radikovaca ispred ljetne pozornice održava se prvenstvo Slavonije u gađanju praćkom. Kulturno-umjetnička manifestacija, održava se već dvadeset godina.

Osim tradicionalnog natjecanja u gađanju praćkom, 2019. godine bilo je ekipno natjecanje u gađanju. Cjelodnevni program uključuje aktivnosti poput bacanja gumene čizme, povlačenje rakije teglicom iz čobanje, natjecanje bubnjara, izbor i proglašenje najbolje praćke, nastupe kulturno-umjetničkih društava i dr. Neizostavna gastronomska ponuda također je uključena u ponudu.⁶²

Slika 15. Promotivni plakat za „Praćkijadu“



Izvor: <https://www.donjimiholjac.hr/novosti/20-pra%C4%87kijada-radikovci>, Pristupljeno:29.05.2020.

⁶²Jubilarna praćkijada u Radikovcima, Dostupno na: <http://www.obz.hr/hr/index.php/component/k2/item/1119-u-subotu-se-odrzava-jubilarna-prackijada-u-radikovcima>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

Promocija manifestacija organizira se uz pomoć Osječko-baranjske županije te se svake godine očekuje sve veći broj prijavljenih ekipa i posjetitelja. Osječko-baranjska županija organizira na svom području veliki broj manifestacija kojima želi istaknuti raznovrsnost ponude i potencijal za turistički razvitak. Uloga promocije u razvijanju turizma događaja izuzetno je važna, pogotovo kada se radi o nepoznatim destinacijama koje održavaju manifestacije lokalnog karaktera poput ove.

5.3.6. Tarda festival

U mjestu Darda, nedaleko od Osijeka, u srpnju se održava festival glazbe, ruha i vina pod nazivom „Tarda“. Događaj se tematski veže za razdoblje 16. stoljeća i vladavinu Sulejmana Veličanstvenog.⁶³ Priča je to o izgradnji njegovog mosta koji je išao od Osijeka pa sve do mjesta gdje se ovaj festival održava što dodatno predstavlja motiv turistima za posjet. Sultan Sulejman je dao izgraditi most koji je povezivao Osijek i Dardu. Arheološka istraživanja o tom području brojna su, a u planu je izgradnja tematskog parka o Sulejmanu Veličanstvenom.

⁶³ Tarda festival, Dostupno na:<http://hotspots.net.hr/2018/08/tarda-festival-egzoticni-dasak-orijenta-u-ljetnoj-baranji/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

Slika 16. Festival Tarda – uprizorenje likova iz povijesti



Izvor: <http://hotspots.net.hr/2018/08/tarda-festival-egzoticni-dasak-orijenta-u-ljetnoj-baranji/>,
Pristupljeno: 29.05.2020.

Festival se održava u perivoju dvorca Esterhazy u Dardi te traje dva dana. Svrha festivala je kroz elemente glazbe, ruha i hrane ispričati priču o prošlim vremenima čiji su tragovi vidljivi u kulturi, gastronomiji te načinu života do danas. Privlačnost festivala raste svake godine zbog bogatog programa koji su omogućili Općina Darda i Turska Agencija za suradnju i koordinaciju.⁶⁴

Program se sastoji od Bujrum sajma (predstavljanje malih obrta), ponuda jela iz turske kuhinje, merak zone na perivoju, posjet turskom šatoru te tematskih, kreativnih i edukativnih radionica. Posjetitelji imaju mogućnost vožnje kočijom po perivoju dvorca Esterhazy, vožnje čamcem po jezeru Đola i dr. Na kraju festivala, posjetitelje očekuje bogat glazbeni program i gastro delicije.⁶⁵

⁶⁴Najava – Festival Tarda, Dostupno na: <https://www.baranjainfo.hr/001najava-festival-tarda-odrzava-se-19-20-srpnja-2019-godine/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

⁶⁵ Tarda – festival glazbe, ruha i hrane, Dostupno na: http://www.osijek031.com/osijek.php?najava_id=77717, (Pristupljeno:29.05.2020.)

Unutrašnja Hrvatska broji 40% kulturno-povijesnih dobara, a u Slavoniji i Baranja 548 registriranih spomenika.⁶⁶ Oživljavanje tradicije bez njezinog osuvremenjivanja turistički je potencijal mjesta poput Darde. Takva događanja pozitivan su primjer iskorištavanja kulturno-povijesnih činjenica u turističke svrhe.

5.3.7. SLAMA Land Art

Festival koji spaja umjetnost i prirodu pod nazivom „SLAMA Land Art“ održava se u kolovozu na „Kovačkim livadama“ koje se nalaze između Osijeka i Bilja. Tema festivala je „Radost življenja“. On objedinjuje manifestaciju i umjetničko djelovanje te je za javnost otvoren svega dva dana.

Tijekom preostalih dana, umjetnici oblikuju i grade skulpture od slame koje na kraju manifestacije prikazuju javnosti. Tijekom održavanja programa regionalni i međunarodni umjetnici stvaraju originalna djela koja predstavljaju publici. Uz to, dodatni gastro i glazbeni program ovoj manifestaciji daju poseban izričaj. Održava se već četrnaest godina te je svake godine druga tema koja umjetnicima daje motive za stvaranje umjetničkih dijela od slame.⁶⁷

⁶⁶ D, Demonja i P. Ružić, *Ruralni turizam u Hrvatskoj, s hrvatskim primjerima dobre prakse i europska iskustva*, Zagreb, Izdavačka kuća Meridijan, 2010. str.62

⁶⁷Slama Land Art fesitval, <https://www.tzosijek.hr/slama-land-art-festival-2019---radost-zivljenja-12-1808-1076>, (Pristupljeno: 4.06.2020.)

Slika 17. Skulpture izrađene od slame



Izvor: <http://www.tzosbarzup.hr/hr/dozivate/kalendar-dogadanja/slama-land-art-fest,70.html>,

Pristupljeno:4.06.2020.

Nakon što umjetnici završe svoje dijela, ista se postavljaju diljem javnih prostora u Baranji, kako bi se podigla estetika istih te potpomogla ambijentalnost Baranje kao turističke destinacije. Tijekom zadnjeg dana manifestacije održava se završna svečanost, nastupi kulturno umjetničkih društava i glazbenih izvođača uz

enogastronomsku ponudu. Na kraju manifestacija, skulptura koja je najveća spaljuje se te se tim činom želi povećati doživljaj kod posjetitelja i potaknuti na ponovni dolazak.

5.4. Folklorni događaji

Smotre izvornog folklora, održavanje tradicije te čuvanje starih narodnih običaja dio su folklornih manifestacija koje se održavaju u Istočnoj Slavoniji. Većina kulturno-umjetničkih društava nastupa na raznim smotrama i na takav način želi održati tradiciju koja traje već godinama. Nastupi društava, izvorni običaji i bogatstvo nošnje vidljivi su na manifestacijama poput „Đakovačkih vezova“, koji predstavljaju jednu od najkvalitetnijih smotri folklora u Hrvatskoj, uz „Vinkovačke jeseni“, „Brodsko kolo“ i dr. Uz navedeno, Baranja je poznata po svom „Baranjskom bećarcu“ te postoji istoimena manifestacija. Uz tradiciju folklora, bogata gastronomska ponuda na događajima poput ovih, dodatan je motiv za posjet.

5.4.1. Đakovački vezovi

Turističko-kulturna manifestacija povodom Međunarodne godine turizma na inicijativu dr. Zvonimira Benčevića održana je 2. i 4. srpnja 1967. godine po nazivom „Đakovački vezovi“. Odbor Turističkog društva Općine Đakovo organizirao je prve Đakovačke vezove. Elementi koji su predloženi od strane dr. Zvonimira Benčevića uključuju smotre i mimohod folklornih skupina, svatovskih zaprega i konjanika, izbor najljepše djevojke i snaše u nošnji. Uz to, prateći kulturni i zabavni sadržaji važan su dio manifestacije. Milan Rajković, tadašnji ravnatelj Ekonomske škole osmislio je ime Đakovački vezovi. ⁶⁸

⁶⁸ Đakovački vezovi, Dostupno na: <https://djakovacki-vezovi.hr/o-manifestaciji-djakovacki-vezovi/>, (Pristupljeno:1.06.2020.)

Slika 18. Smotra folklor „Đakovački vezovi“



Izvor: <https://radio.hrt.hr/radio-osijek/clanak/pedeset-i-prvi-akovacki-vezovi-slavonac-sam-i-time-se-ponosim/146913/>, Pristupljeno:1.06.2020.

Tradicionalni hrvatski festival pod nazivom „Đakovački vezovi“, održava se u gradu Đakovu, a obuhvaća spoj folklor i gastronomije. Neprekidno održavan, ovaj događaj svake godine u mjesecu srpnju bilježi posjete iz cijele Hrvatske i pojedinih Europskih destinacija. Tisuće sudionika obučeni su u tradicionalne narodne nošnje te prikazuju običaje, plesove i pjesme svoga kraja. Proizvođači slavonskih gastronomskih delicija izlažu svoje proizvode tijekom trajanja manifestacije. Uz njih, konjanici i svatovske zaprege oživljavaju tradiciju toga kraja. Privlačnosti ove manifestacije pridonose i posjetitelji te mještani koji budu odjeveni u narodnu nošnju.⁶⁹

Program Đakovačkih vezova sastoji se od glavnog dijela (svečano otvaranje), folklornih priredbi, radionica, manifestacija, zabavno-glazbenog programa, gastrofesta, konjičkog programa i zabavnog lunaparka za najmlađe. Mali vezovi i pučko crkveno pjevanje popratni su sadržaji ove manifestacije. Uz njih, manifestacija „Đakovački rezovi“ predstavlja spoj filma, kazališta, glazbe i plesa te se odvija za

⁶⁹ Z. Živaković- Kerže, *Slavonija, Baranja i Srijem – turistička monografija*, Zagreb, Turistička naklada d.o.o., 2014., str.109-112

vrijeme trajanja Đakovačkih vezova. Osim revije nošnji i smotre folklor, duh tradicije posjetitelji mogu doživjeti kroz različite radionice za sve uzraste.⁷⁰

Đakovački vezovi tradicionalna su manifestacija koja dugi niz godina bilježi sve veći broj posjetitelja iz cijele Hrvatske i okolnih zemalja. Turistički potencijal Đakova zaista je veliki te se na valjan način iskorištava. Doživljaj i autentičnost događaja poput ovog kod posjetitelja neće izostati. Iskustvo tradicije i autohtone gastro ponude ovog dijela Istočne Slavonije i Baranje, turistima će pružiti nezaboravna sjećanja. Prepoznatljivost Đakova po ovom događaju zasigurno predstavlja privlačan faktor za posjet.

Ceremonija zatvaranja manifestacije pod nazivom „Slavonijo, zemljo plemenita“⁷¹ značajan je događaj obogaćen kulturnim i glazbenim programima. Dodati sadržaji poput gastro festivala, bogate ponude domaćih proizvoda i rukotvorina čine ponudu cjelokupne manifestacije cjelovitom i sadržajnom. Promocija ovakvih događaja važan je čimbenik te turistička zajednica grada Đakova ulaže značajna sredstva kako bi što veći broj posjetio istu. Održavanje folklornih manifestacije i njegovanje kulturne baštine ovog kraja, neizostavan su dio ponude. Đakovački vezovi atraktivan su i prepoznatljiv događaj koji iznimno pridonosi imidžu cijele regije.

5.4.2. *Ljeto valpovačko*

Ljeto valpovačko poznata je manifestacija koja promovira narodno stvaralaštvo. Poznata je diljem Hrvatske te u inozemstvu. Ona predstavlja događaj amaterskog kulturnog stvaralaštva i temelji se na očuvanju tradicije i običaja toga kraja. Godine 2019. održano je 51. Ljeto valpovačko što govori o tradiciji održavanja ove manifestacije. Nematerijalna kulturna baština tog kraja prepoznata je te se manifestacija održava na različitim kulturnim lokalitetima.⁷²

⁷⁰ Đakovački vezovi, Dostupno na:

<https://djakovacki-vezovi.hr/o-manifestaciji-djakovacki-vezovi/>, (Pristupljeno: 1.06.2020.)

⁷¹ Đakovački vezovi, Dostupno na:

<https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/dakovacki-vezovi/>, (Pristupljeno 1.06.2020.)

⁷² Ljeto valpovačko, Dostupno na:

<http://tz.valpovo.hr/2019/07/05/51-ljeto-valpovacko-video/>, (Pristupljeno:2.0 6.2020.)

Slika 19. Nastup folklorne skupine na manifestaciji „Ljeto valpovačko“



Izvor:<http://www.valpovstina.info/index.php/kultura/970-program-ljeta-valpovackog>,
Pristupljeno:2.06.2020.

Svečana povorka folklornih skupina i šokačkih zaprega te smotra folklorističu se kao glavni dio. Uz njih, izložbe umjetničkih radova u dvorcu Prandau-Normann u Valpovu dodatni su sadržaji za posjetitelje ove manifestacije.

Bogat program očituje se kroz sljedeće događaje: SLAMA kup (natjecanje jahača u brzini i spretnosti), nastup tamburaških bendova, folklornih ansambala i pjevačkih zborova, „GROFOVSKI LOV“ – prikaz odlaska u lov valpovačkog grofa i njegovih gostiju, čitanje knjiga, dječja smotra folklorističu, malonogometni i teniski turnir, revija pjevača amatera, eko-etno sajmovi, prezentacija autohtonih jela Valpovštine i dr.⁷³

⁷³Program 51.smotre amaterskog kulturnog stvaralaštva – Ljeto valpovačko, Dostupno na: <https://valpovo.hr/2019/06/12/program-51-smotre-amaterskog-kulturnog-stvaralastva-ljeta-valpovacko-20-30-lipnja-2019-g/>, (Pristupljeno:2.06.2020.)

Dvorac Prandau-Normann u Valpovu srednjovjekovni je dvorac nastao tijekom prve polovice 18. stoljeća te slovi za jedan od najvećih u Hrvatskoj. Valpovački perivoj koji je nastao kao parkovni prostor dvorca proglašen je hortikulturnim spomenikom prirodne i vrtne arhitekture.⁷⁴ Dvorac zajedno sa perivojem i dodatnim sadržajima čini kvalitetnu turističku ponudu grada Valpova. S obzirom da se jedan dio događaja tijekom Ljeta Valpovačkog održava ondje, turisti imaju priliku uz manifestaciju posjetiti i čuveni dvorac.

Prilagođavanje ponude turističkim potrebama te spoj kulture i tradicije izvrstan su motiv za brendiranje turističke destinacije poput ove. Posjećenost manifestacije iz godine u godinu raste zbog kvalitetne promocije i sadržajnosti ponude u destinaciji. Održavanje događaja i razvoj turizma događaja u Istočnoj Slavoniji poprima značajniju ulogu nego ranijih godine zbog drugačijih potreba na turističkom tržištu. Turističke zajednice prepoznale su važnost održavanja događaja i promoviranja istih u turističke svrhe. Shodno tome, lokalne zajednice mogu razvijati svoju ponudu temeljenu na pristupačnosti sadržaja i osmišljavanju događaja koji će biti motiv za dolazak turista u pojedino mjesto.

5.4.3. *Baranjski bećarac*

Program manifestacija sastoji se od izložbe pod nazivom: „Iz šublika naših baka“ na kojoj se predstavljaju kolači, revije narodnih nošnji, šokački vašar (izlagači na štandovima predstavljaju svoje rukotvorine i domaće gastro delicije), mimohod svečanih zaprega, smotre folkloru te na kraju šokačkog veselja. Osim po navedenoj manifestaciji, općina Draž bogata je po turističkoj ponudi koju svake godine dodatno nadograđuje. Na manifestaciji sudjeluje oko 500 sudionika te broji oko 2000 posjetitelja.⁷⁵

⁷⁴Dvorac Prandau – Normann, Dostupno na: <https://valpovo.hr/dvorac-prandau-normann/>, (Pristupljeno: 2.06.2020.)

⁷⁵Baranjski bećarac, Dostupno na: <https://www.tz-draz.hr/dogadanja-opcine-draz/294-baranjski-beccarac>, (Pristupljeno: 2.06.2020.)

Slika 20. Manifestacija „Baranjski bećarac“



Izvor:<https://baranja.hr/2018/06/baranjski-becarac-ponovo-odusevio-posjetitelje/>,

Pristupljeno:2.06.2020.

Slika 19. prikazuje kulturno-turističku manifestaciju koja se održala u općini Draž u Baranji. Bogatstvo narodne nošnje i tradicionalnih običaja moguće je vidjeti tijekom održavanje spomenute manifestacije koja posjetiteljima pruža istinski doživljaj.

U općini Draž, svake godine izmjenjuje se mjesto održavanja manifestacije po mjestima, što čini dodatan motiv organizatoru da kvaliteta manifestacije iz godine u godinu bude na što većoj razini. Shodno tome, broj posjetitelja će rasti jer će zajedničkom sinergijom svih dionika, manifestacija biti prepoznata.

5.5. Povezanost turističke ponude i događaja na području Istočne Slavonije i Baranje

Turističku ponudu na području Istočne Slavonije i Baranje čine kulturne znamenitosti, povijesna baština i autentični lokaliteti. Posljednjih godina turizam u ovom području sve više dobiva na značaju te se razvijaju mnoga seoska gospodarstva koja svoje ponudu povezuju sa dodatnim sadržajima u blizini. Razvoj lovnog, ribolovnog, kulturnog i ruralnog turizma, Istočnoj Slavoniji predstavlja novi izazov.

Lokalne i turističke zajednice u suradnji sa Osječko-Baranjskom županijom žele povezati turističku ponudu kako bi bila cjelovita, kreativna te svrsishodna.

Prethodno navedena mjesta poput Osijeka, Đakova, Našica, Valpova, Edruta, Darde i dr. imaju bogatu turističku ponudu temeljenu na kulturno-povijesnim znamenitostima. Stvaranje imidža destinacije dugotrajan je proces koji se mora temeljiti na valjanim turističkim resursima. Kako bi turistička ponuda u destinaciji odgovarala trenutnom imidžu, mora biti sadržajna uz aktivnu promociju.

Slavonija i Baranja prometno su veoma dobro povezane sa ostatkom Hrvatske. Dolazak autobusom ili automobilom praktična je opcija te je moguće na takav način obići gotovo sve važne turističke lokalitete na tom području.

Povezanost turističkih sadržaja i događaja u Istočnoj Slavoniji treba biti smisljena i svrhovita cjelina. Ukoliko je turist odlučio posjetiti Đakovo zbog manifestacije „Đakovački vezovi“, treba ga potaknuti i zainteresirati za posjet Državnoj ergeli lipicanaca. Đakovo se nalazi nedaleko od Osijeka, te posjetitelj ukoliko ostaje više dana može posjetiti znamenitosti i manifestacije u Osijeku. Nadomak Osijeka, nalazi se Park prirode Kopački rit koji je neizostavan prilikom posjete Osijeku. Prometna povezanost navedenih lokaliteta iznimno je dobra, što posjetitelju predstavlja olakotnu okolnost.

Potpuniji marketing događaja na tom području predstavlja priliku za dodatni iskorak u valorizaciji resursa u svrhe turizma. Originalni događaji koji se održavaju na području županije profesionalno i inovativno su oblikovani za različite tržišne segmente. Jedan od strateških ciljeva za Osječko-baranjsku županiju vezan je uz postojeće događaje. Cilj je razviti dva velika međunarodna događaja i internacionalizirati postojeće, jer je prepoznata njihova važnost kao bitnog elementa atrakcijske strukture kontinentalnih regija.⁷⁶

Veliki broj događaja treba snažniju potporu kako bi njihova atraktivnost privukla veći broj posjetitelja te snažnije utjecala na turističku potrošnju. Turistički imidž Istočne Slavonije i Baranje posljednjih godina sve više dolazi do izražaja. Potencijal za razvijanje turizma događaja iznimno je velik te su potrebna veća ulaganja u infra i supra

⁷⁶ Master plan turizma Osječko-baranjske županije, Osijek, 2017., str. 60-80, Dostupno na: http://www.obz.hr/hr/pdf/strategija/2017/master_plan_turizma_obz.pdf, (Pristupljeno:4.06.2020.)

strukturu radi veće kvalitete i obogaćivanja programa. Dvorci koji se nalaze u Osječko-baranjskoj županiji idealni su za održavanje događaja te su većinom iskorišteni u turističke svrhe. Iako privlačni, nedovoljno su posjećeni od strane stranih turista.

Pozicioniranje Istočne Slavonije i Baranje kao destinacije kratkih odmora sa bogatom gastro ponudom te događanjima, dovesti će do poboljšanja imidža i širenja na veća turistička tržišta. Posebna pažnja treba se usmjeriti prema događajima koji će privući goste iz cijele Hrvatske i šire te donijeti nova noćenja.⁷⁷

Valorizacijom kulturno-povijesnih sadržaja i prirodnih resursa u svrhe turizma, područje Istočne Slavonije i Baranje može razvijati turizam tijekom cijele godine. Brojne manifestacije koje se održavaju na tom području pridonose razvoju turizma. Putem takvih događaja promocija pojedinih mjesta može donijeti priljev novih turista. Turizam događaja na ovom području ima veliki potencijal za daljnji razvoj. Potrebno je iskoristiti kratke odmore gostiju koji putuju zbog kulture, hrane, događaja i manifestacija. Kulturna događanja i manifestacije omogućavaju destinaciji da iskoristi svoje kulturne resurse i time upotpuni svoju turističku ponudu.

⁷⁷ Ibidem. str.116-119

6. PROJEKCIJE ZA BUDUĆNOST

Turizam događaja poseban je dio turističkog razvitka svake destinacije. Sve veća prisutnost događaja u svijetu dovela je do porasta tzv „event“ industrije. Organiziranje i održavanje događaja danas je postao trend koji dobiva svoje mjesto na turističkom tržištu. Diljem svijeta turisti svoj dolazak u pojedinu destinaciju planiraju zbog održavanja događanja, manifestacije, festivala i slično. Događaji donose značajnu financijsku dobit, ali su uz potrebna i veća ulaganja. Važni elementi uspješnosti svakog događaja ovise o angažmanu dionika, lokaciji, kvaliteti izvedivosti, financijskom pokriću događaja i slično.

Područje Istočne Slavonije i Baranje svojim geografskim i klimatskim karakteristikama pripada panonskom i podunavskom prostoru te riječni tokovi Dunava i Drave daju dodatnu važnost turističkoj valorizaciji ovoga područja. Unatoč tome, turistička ponuda je s obzirom na veličinu prostora i broju stanovnika u kvantitativnom smislu skromna. Ipak turistička ponuda ovih područja u posljednje se vrijeme restrukturira i u skladu s tim postoje brojni projekti, inicijative i ideje kojima se nastoji oživjeti turizam.

U Master planu turizma Osječko-baranjske županije navode se strategije, ciljevi i planirani projekti kojima se u budućnosti nastoji unaprijediti turizam događaja. Turistički proizvod koji žele razvijati je tzv. „city break“, odnosno kratki odmor. Kratko putovanje može obuhvaćati više podskupina proizvoda te bilo koji od njih može biti glavni motiv dolaska gostiju u destinaciju. Često su to događaji i manifestacije uz koje gosti često zadovoljavaju svoje specijalne interese kao što su odmor, uživanje u prirodi, kultura, hrana i sl. Najčešće sve navedene elemente gost konzumira istovremeno radi čega se prilikom planiranja i organiziranja ovakvih odmora oni isprepliću. Korisnici ovakve vrste putovanja su domaći gosti, osobito iz velikih gradskih sredina koji traže bijeg od svakodnevnice u mirnijim sredinama.

Osobito važnost u turizmu događaja na ovim područjima ima i enogastronomija čiji je razvitak i unapređenje jedan od segmenata Plana. Razlog tomu jest u činjenici da je enogastronomija jedan od glavnih identitetskih elemenata regije te je izražena i prisutna u svim turističkim događajima i manifestacijama Istočne Slavonije i Baranje. Enogastronomija je dominantan element turističkog marketinga. Poboljšanjem i

proširenjem enogastronomске ponude na kulturnim događajima i manifestacijama, zasigurno će se privući i veći broj posjetitelja na istima.

Problemi razvijanja turizma događaja na ovim prostorima odnose se na ograničene kapacitete koje imaju organizatori u javnom i privatnom sektoru, a koji se odnose na broj zaposlenih i stručnu podršku za inoviranje i unapređenje postojećih događaja, ali i za njihovu promociju. Ova regija ima brojne potencijale za organiziranje novih i unapređenje postojećih događaja i manifestacija. Primarni cilj prema Planu jest unaprijediti postojeće događaje kao što su „Đakovački vezovi“ i „Slama Land Art Festival“.

U Planu je predložen i razvoj brojnih novih događanja koji bi bili temelj za potencijalno generiranje dodatnih noćenja i koji bi imali snažan utjecaj na izgradnju sveukupnog turističkog imidža ovih prostora, a to su: Festival svjetlosnih instalacija, Festival lipicanaca, Međunarodni festival rock glazbe, Međunarodni festival dunavske gastronomije i glazbe.⁷⁸

Cjelokupni cilj na razini regije je stvoriti snažnu ponudu turizma događaja na području kontinentalne Hrvatske. Kako bi se to postiglo potrebno je isticati i promovirati bogatstvo tradicije i običaja ovih prostora. Uz to, potrebno je provoditi odgovarajuće marketinške aktivnosti kako bi se potaknulo goste na odlazak i boravak u destinacijama Istočne Slavonije i Baranje, a ujedno i na sudjelovanje u brojnim kulturnim događajima i manifestacijama.

⁷⁸ ibidem., str. 57-107

7.ZAKLJUČAK

U suvremenom turizmu, turizam događaj ima sve važniju ulogu, jer se organiziranjem različitih kulturnih događaja i manifestacija upotpunjuje i poboljšava turistička ponude određene destinacije. Turizam događaja odnosi se na putovanje pri čemu je glavni motiv putovanja posjet nekom događaju ili manifestaciji. Iz toga razloga brojne turističke destinacije tijekom cijele godine organiziraju različite događaja kako bi privukli što veći broj posjetitelja i na taj način poboljšali imidž destinacije.

Postoje brojne vrste događaja koje se razlikuju po svojoj veličini, cilju, potrebama i sl. Takvi događaji mijenjaju i obogaćuju uobičajenu svakodnevnicu, unaprijed se istražuju, planiraju i koordiniraju te se svakim segmentom događaja promišljeno upravlja. Kulturni događaji u mnogim slučajevima predstavljaju motiv dolaska gostiju u destinaciju, a to je usko vezano sve dodatne ponude koje određena destinacija nudi.

Razvoj turizma događaja treba biti precizno organiziran, usklađen s planiranim razvojem turizma cijele destinacije kako bi se postigao potpuni učinak, stvorila dodatna vrijednost, a posjetiteljima pružilo nezaboravno, potpuno i jedinstveno iskustvo. Stoga sinergija svih dionika treba biti pomno planirana i učinkovita.

Hipoteza rada koja glasi: „Kulturni događaji i manifestacije važni su za oblikovanje i unapređenje turističke ponude na području Istočne Slavonije i Baranje“, potvrđena je brojnim primjerima značajnih regionalnih i lokalnih manifestacija i kulturnih događaja. Hipotezu potvrđuju i akcijski plan regionalne i lokalne uprave u kojemu je u središtu razvoja turizma događaja na ovome području unapređenje postojećih manifestacija, ali i stvaranje novih.

Kulturni događaji u Istočnoj Slavoniji i Baranji održavaju se tijekom cijele godine, a obuhvaćaju manifestacije, festivale, umjetničke događaje, koncerte tradicijske glazbe i dr. Gradovi kao što su Osijek, Đakovo, Našice, Valpovo, Erdut i drugi imaju bogatu kulturno-povijesnu baštinu, nalaze se na povoljnom geografskom položaju te imaju dobru prometnu povezanost sa ostatkom zemlje. Sve navedeno predstavlja dobar preduvjet za održavanje međunarodnih, regionalnih i lokalnih događaja koji će privući brojne posjetitelje. U prilog tomu idu i brojni prirodni resursi, gostoljubivost

lokalnog stanovništva te bogata enogastronomska ponuda koja se valorizira u turističke svrhe.

Na području Istočne Slavonije i Baranje održavaju se broj ni kulturni događaji i manifestacije kojima je u najvećoj mjeri temelj bogata tradicija i starinski običaji. Unatoč brojnim događajima i manifestacijama turizam događaja na ovim područjima nije dovoljno razvijen. Dodatna ulaganja, stručno osposobljavanje kadra te razvijanje selektivnih oblika turizma trebale bi biti smjernice za unapređenje turizma. Ova regija ima turistički potencijal koji može produljiti turističku sezonu na cijelu godinu nudeći gostima jednodnevne izlete, kratke odmore i tzv. „city break“ ture.

Dugoročni cilj u turizmu na području kontinentalne Hrvatske je stvoriti snažnu ponudu turizma događaja unapređenjem postojećih i osmišljavanjem novih kulturnih događaja i manifestacija kako bi se promoviralo bogatstvo tradicije, običaja, kulture i prirodnih bogatstava na ovom području.

POPIS LITERATURE

Knjige

1. Bjelica A., et.al., *Održivi razvoj turizma*, Rijeka, Sveučilište u Rijeci, 2005.
2. Demonja D. i Ružić P., *Ruralni turizam u Hrvatskoj, s hrvatskim primjerima dobre prakse i europska iskustva*, Zagreb, Izdavačka kuća Meridijan, 2010.
3. Dujmović M., *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014.
4. Goldblatt J., *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*, New York: John Wiley & Sons, Inc, 2002.
5. Jadrešić V., *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno – održivog turizma*, Zagreb, Plejada d.o.o., 2010.
6. Matthews D., *Special Event Production*, Elsevier's science, Burlington, 2008
7. Šuran F., *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2016.
8. Van Der Wagen L. i R. Carlos B., *Event Management, Upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Zagreb, Mate d.o.o., 2008.
9. Vukonić B., *Turizam – budućnost mnogih iluzija*, Zagreb, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada d.o.o., 2010.
10. Živaković- Kerže Z., *Slavonija, Baranja i Srijem – turistička monografija*, Zagreb, Turistička naklada d.o.o., 2014.

E-knjige

1. Gržinić J. i Vodeb K., *Cultural tourism and destination impacts*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2015.,
2. Galičić V. i Laškarin M., *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016, Dostupno na: [https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Principi i praksa turizma i hotelijerstva.pdf](https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Principi_i_praksa_turizma_i_hotelijerstva.pdf), (Pristupljeno:7.05.2020.)

Brošure, priručnici i publikacije

1. Gržinić J., *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2018.,
Dostupno na: [https://www.unipu.hr/images/50023815/Jasmina_Grzinic-Turizam i razvoj-rasprava o globalnim izazovima.pdf](https://www.unipu.hr/images/50023815/Jasmina_Grzinic-Turizam_i_razvoj-rasprava_o_globalnim_izazovima.pdf),
(Pristupljeno:5.05.2020.)
2. Izvješće o izvršenju programa javnih potreba u kulturi na području Osječko-Baranjske županije, Dostupno na: [http://www.obz.hr/hr/images/Zupanijska skupstina/2020/29 sjednica/14d izvjesce o izvršenju programa javnih potreba u kulturi na podrucju obz za 2019.pdf](http://www.obz.hr/hr/images/Zupanijska_skupstina/2020/29_sjednica/14d_izvjesce_o_izvršenju_programa_javnih_potreba_u_kulturi_na_podrucju_obz_za_2019.pdf)
(Pristupljeno:28.05.2020.)
3. Knaušerk J. i Carić H., *Kulturni događaji i manifestacije u turizmu*, 2018,
Dostupno na:
[http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/180315 kulturni manifestacije.pdf](http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/180315_kulturni_manifestacije.pdf), (Pristupljeno:11.03.2020.)
4. Master plan turizma Osječko-baranjske županije, Osijek, 2017., str. 60-80,
Dostupno na:
[http://www.obz.hr/hr/pdf/strategija/2017/master plan turizma obz.pdf](http://www.obz.hr/hr/pdf/strategija/2017/master_plan_turizma_obz.pdf),
(Pristupljeno:4.06.2020.)

5. TOMAS ljeta, Institut za turizam, Zagreb, 2018., Dostupno na: <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeta-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (Pristupljeno:7.05.2020.)

Znanstveni članci

1. Vrtiprah V. i Sentić S., Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika, *Ekonomska misao i praksa*, No 1., str. 267-284 Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/202284>, (Pristupljeno: 11.03.2020.)
2. Margitich M. i Gara J., „Muzej moderne umjetnosti New York: fundraising i financiranje izložbe“, *Informatica Museologica*, vol. 36, no. 1-2, 2005, str.8-11, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/140262>, (Pristupljeno: 3.04.2020.)
3. Gračan D. i Rudančić-Lugarić A., „Konkurentnost turističke destinacije – studija slučaja (case study) Riječki karneval“, *Ekonomski vjesnik : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. XXVI, no. 1, 2013, str. 271-281, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/108216>, (Pristupljeno:15.04.2020.)
4. Pančić Kombol T., Kulturno nasljeđe i turizam, *Radovi zavoda za znanstveni rad Varaždin*, br. 16-17, str.221-226, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/8702>, (Pristupljeno:7.05.2020.)
5. Jagić S., Imanentnost inerkulturalizma u turizmu, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornog i sociokulturnog razvoja*, vol.42 No.1/2 (163/164), 2004., str. 195-218, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/33973>, (Pristupljeno:7.05.2020)
6. Krešić D., Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti; prema: UNWTO (McIntyre, Hetherington, & Inskeep, 1993), *Acta turistica*, Vol.19, No. 1, 2007. str. 45-82, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76305>, (Pristupljeno: 8.05.2020.)

7. Dragić M., Hrvatski panspermijski običaji, ophodi, obredi i divinacije u Europskom kontekstu, *Croatia et Slavica Iadertina*, Vol. 11/1 No.11., 2015., str.149-179,Dostupno na:
<https://hrcak.srce.hr/154300>, Pristupljeno:26.05.2020.)

Znanstveni rad

1. Kantar S., *Razvoj održivog ruralnog turizma: potencijali Koprivničko-križevačke županije – doktorska disertacija*, Zagreb, Filozofski fakultet, 2016., Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/891076>, (Pristupljeno:16.04.2020.)

Internetski izvori

1. Bitka za Erdutsku kulu – srednjovjekovni spektakl u vinskom gradu, Dostupno na:<https://republika.eu/novost/71704/bitka-za-erdutsku-kulu-srednjovjekovni-spektakl-u-vinskom-gradu>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
2. Baranjski bećarac, Dostupno na: <https://www.tz-draz.hr/dogadanja-opcine-draz/294-baranjski-becarac>, (Pristupljeno:2.06.2020.)
3. Dvorac Prandau – Normann, Dostupno na:<https://valpovo.hr/dvorac-prandau-normann/>, (Pristupljeno:2.06.2020.)
4. Đakovački bušari, Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/dakovacki-busari>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
5. Đakovački vezovi, Dostupno na:
<https://www.djakovo.hr/index.php/manifestacije>, (Pristupljeno:28.05.2020.)
6. Đakovački vezovi, Dostupno na: <https://djakovacki-vezovi.hr/o-manifestaciji-djakovacki-vezovi/>, (Pristupljeno:1.06.2020.)
7. Đakovački vezovi, Dostupno na: <https://djakovacki-vezovi.hr/o-manifestaciji-djakovacki-vezovi/>, (Pristupljeno:1.06.2020.)
8. Đakovački vezovi, Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/dakovacki-vezovi>, (Pristupljeno:1.06.2020.)

9. Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana, Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/kultura-i-bastina/unesco-nematerijalna-dobra-godisnji-proljetni-ophod-kraljice-ili-ljelje-iz-gorjana>, (Pristupljeno:26.05.2020.)
10. *HeadOnEast i doživite Slavoniju*“, Dostupno na: <https://novosti.hr/headoneast-i-dozivite-slavoniju/>, (Pristupljeno: 6.05.2020)
11. Jubilarna prakćijada u Radikovcima, Dostupno na: <http://www.obz.hr/hr/index.php/component/k2/item/1119-u-subotu-se-odrzava-jubilarna-prackijada-u-radikovcima>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
12. Kopački rit – turizam u Parku prirode, Dostupno na: <https://www.geografija.hr/hrvatska/kopacki-rit-turizam-u-parku-prirode/>, (Pristupljeno:25.05.2020.)
13. Kulturne manifestacije, Dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (Pristupljeno:26.5.2020)
14. Kulturne manifestacije, Dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (Pristupljeno:28.05.2020.)
15. Ljeto Valpovačko, Dostupno na: <http://tz.valpovo.hr/2019/07/05/51-ljeto-valpovacko-video/>, (Pristupljeno:2.06.2020.)
16. Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe, Dostupno na: <https://proprium.hr/42-medunarodni-festival-umjetnicke-tamburaske-glazbe/>, (Pristupljeno:26.05.2020.)
17. Najava – Festival Tarda, Dostupno na: <https://www.baranjainfo.hr/001najava-festival-tarda-odrzava-se-19-20-srpnja-2019-godine/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
18. Nastanak hrvatskog tamburaškog saveza u Osijeku, Dostupno na: <http://htso.hr/nastanak/>, (Pristupljeno:26.05.2020.)
19. Osječko ljeto kulture – program, Dostupno na: <http://ljetokulture.osijek.hr/program/> (Pristupljeno:26.05.2020.)

20. Program 51. smotre amaterskog kulturnog stvaralaštva – Ljeto valpovačko, Dostupno na: <https://valpovo.hr/2019/06/12/program-51-smotre-amaterskog-kulturnog-stvaralastva-ljeto-valpovacko-20-30-lipnja-2019-g/>, (Pristupljeno:2.06.2020.)
21. Slama Land Art fesitval, <https://www.tzosijek.hr/slama-land-art-festival-2019---radost-zivljenja-12-1808-1076>, (Pristupljeno:4.06.2020.)
22. Tarda festival, Dostupno na: <http://hotspots.net.hr/2018/08/tarda-festival-egzoticni-dasak-orijenta-u-ljetnoj-baranji/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
23. Tarda – festival glazbe, ruha i hrane, Dostupno na: http://www.osijek031.com/osijek.php?najava_id=77717, (Pristupljeno:29.05.2020.)
24. *The EU is making changes*, Dostupno na: <https://www.seagoinggreen.org/blog/the-eu-is-making-changes-togogreenforthebigblue>, (Pristupljeno: 16.04.2020.)
25. *Trendovi u turizmu u 2020. godini i u novom desetljeću*, Dostupno na: <https://hrturizam.hr/trendovi-u-turizmu-u-2020-godini-i-u-novom-desetljeću/>, (Pristupljeno: 27.04.2020.)
26. Turizam kao faktor razvoja Istočne Hrvatske – stvarnost ili san?, Dostupno na: <https://www.geografija.hr/hrvatska/turizam-kao-faktor-razvoja-istocne-hrvatske-stvarnost-ili-san/>, (Pristupljeno:25.05.2020.)
27. Učinci svjetskog prvenstva na ruski turistički sektor, Dostupno na: <https://www.russia.hr/ucinci-svjetskog-prvenstva/> (Pristupljeno:11.03.2020.)
28. Uskrсни gastrofest i izložba CAC – Đakovo, Dostupno na: <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/uskrсни-gastro-fest-i-izložba-cac-akovo-14317>, (Pristupljeno:28.05.2020.)
29. *Vision one*, Dostupno na: <https://www.tzbpz.hr/hr/servisi/vision-one2.html>, (Pristupljeno: 15.05.2020.)

30. Viteški grad Erdut – program, Dostupno na: <https://tz.opcina-erdut.hr/novosti/viteski-grad-erdut-1403-2019-srednjovjekovni-sajam/>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
31. 25.Đakovački bušari, Dostupno na: <https://www.livecamcroatia.com/hr/event-site/25-dakovacki-busari>, (Pristupljeno:29.05.2020.)
32. 25.Đakovački bušari, Dostupno na: <https://www.tzdjakovo.eu/index.php/hr/aktualno/novosti/item/565-25-dakovacki-busari-program-25th-carnival-event-the-busari-of-dakovo>, (Pristupljeno:29.05.2020.)

POPIS SLIKA

BROJ SLIKE	NAZIV SLIKE	BROJ STRANICE
Slika 1.	Super Bowl Half Time Show	8
Slika 2.	Proslava kineske Nove godine u Los Angelesu	9
Slika 3.	Pokladno jahanje u Ruščici – lokalna manifestacija	10
Slika 4.	„HeadOnEast“ logo	16
Slika 5.	Izgled aplikacije „Vision One“	25
Slika 6.	Turistička karta Slavonije	32
Slika 7.	Izgled web stranice „Osječko ljeto kulture“	34
Slika 8.	Trg Svetog Trojstva	35
Slika 9.	Program događanja na 42. Međunarodnom festivalu umjetničke tamburaške glazbe u Osijeku	36
Slika 10.	Ljelje iz Gorjana	38
Slika 11.	Program XVI. Strossmayerovih dana	39
Slika 12.	Uskrсни gastro fest – izlagači	41
Slika 13.	Đakovački bušari	42
Slika 14.	Srednjovjekovna kula u Erdutu	44
Slika 15.	Promotivni plakat za „Praćkijadu“	45
Slika 16.	Festival Tarda – uprizorenje likova iz povijesti	47
Slika 17.	Skulpture izrađene od slame	49
Slika 18.	Smotra folklor „Đakovački vezovi“	51
Slika 19.	Nastup folklorne skupine na manifestaciji „Ljeto valpovačko“	53
Slika 20.	Manifestacija „Baranjski bećarac“	55

POPIS TABLICA

BROJ TABLICE	NAZIV TABLICE	BROJ STRANICE
Tablica 1.	Pozitivni utjecaji organiziranih događanja na turističku destinaciju	12
Tablica 2.	Negativni utjecaji organiziranih događanja na turističku destinaciju	13
Tablica 3.	Broj posjetitelja – Državna ergela lipicanaca	29
Tablica 4.	Broj posjetitelja u Kopačkom ritu	31