

TURISTIČKA PREZENTACIJA KULTURNE BAŠTINE MEĐIMURJA

TOURISTIC PRESENTATION OF CULTURAL HERITAGE OF MEĐIMURJE

Robert SLUNJSKI

Gimnazija Josipa Slavenskog Čakovec
Vladimira Nazora 34, 40 000 Čakovec
rslunjski67@gmail.com

Primljeno / Received: 18. 6. 2019.

Prihvaćeno / Accepted: 15. 11. 2019.

Stručni rad

Professional paper

UDK / UDC: 338.48-6:008(497.524Međimurje)“20”
338.443:659.1(497.524Međimurje)

SAŽETAK

Analiza prezentacija kulturne baštine Međimurja na raglednicama, internetskim stranicama međimurskih TZ-a i u brošurama pokazala je veću zastupljenost prirodnih od kulturnih dobara. Osim toga, većina zaštićenih kulturnobaštinskih objekata u analiziranim medijima uopće nije prikazana, a kulturna baština u tim je medijima vrlo rijetko glavna tema ili dominantan sadržaj. Kako upravo kvalitetnu prezentaciju kulturne baštine Millar (1989) ističe kao jednu od osnova za njezinu uspješnu turističku valorizaciju, može se zaključiti da dosadašnja prezentacija nije odgovarajuća za kvalitetnu turističku valorizaciju kulturne baštine Međimurja.

Razvojem informacijskih tehnologija prezentacija baštine na internetskim stranicama dobiva na sve većem značenju, a tiskani mediji postupno gube važnost (Staiiff, 2014). Internet kao moderan i rentabilan medij omogućava brzo dodavanje multimedijalnih sadržaja i nudi gotovo neograničen prostor za prezentaciju te ga je potrebno intenzivnije koristiti u prezentiranju kulturnobaštinskih objekata Međimurja.

Ključne riječi: kulturna baština, prezentacija, Međimurje, turizam

Key words: cultural heritage, presentation, Međimurje, tourism

UVOD

Kulturna baština Međimurja u nadležnosti je Ministarstva kulture Republike Hrvatske, Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Varaždinu. U registru kulturnih dobara Ministarstva kulture RH krajem 2017. godine bilo je 67 materijalnih kulturnih dobara s područja Međimurja. Od toga tri su kulturna dobra od nacionalnog značenja (Kompleks Starog grada Čakovca, Kapela sv. Jelene u Šenkovcu i Crkva sv. Jeronima u Štrigovi), deset je preventivno zaštićenih kulturnih dobara, a 54 su zaštićena kulturna dobra među kojima su i jedina dva pokretna – muzejska građa Muzeja Međimurja u Čakovcu i muzejska građa Muzeja Croata insulanus u Prelogu. Samo su neka od navedenih dobara uključena u turističku ponudu, međutim ni njihovi turistički potencijali nisu dovoljno iskorišteni.

Osmišljena turistička valorizacija kulturne baštine potiče njezinu zaštitu i pretvara je u turistički proizvod – izvor prihoda za društvenu zajednicu (Timothy, 2011). Valoriziranjem kulturne baštine do prije tridesetak godina bavio se samo uzak krug stručnjaka (arheolozi, povjesničari umjetnosti i sl.), koji su odlučivali o njezinoj vrijednosti i načinu zaštite. Danas je u valoriziranje kulturne baštine uključen znatno veći broj ljudi, od vlasnika kulturnih dobara i turista do stručnjaka iz različitih područja (Dumbović-Bilušić, 2015).

Prezentacija kulturne baštine važna je za njezinu uspješnu turističku valorizaciju. Svrha prezentacije je predstavljanje turističkih atraktivnosti destinacije, informiranje posjetitelja o kulturnoj baštini, privlačenje što većeg broja turista te pozicioniranje destinacije na turističkom tržištu (Timothy, Boyd, 2003). Kao komunikacijski proces prezentacija pomaže posjetiteljima u upoznavanju s kulturnom baštinom i

njezinom ulogom u kulturno-povijesnom razvoju destinacije (McKercher, Du Cros 2002). Kvalitetnom prezentacijom povećava se vrijednost lokaliteta baštine u očima posjetitelja (Richards, 1996).

Razvoj tehnologije utjecao je na primjenu različitih medija u komunikaciji s tržištem, pa se pored uobičajenih promotivnih sredstava kao što su razglednice, plakati, brošure te oglasi u novinama koriste i izravni komunikacijski kanali temeljeni na suvremenoj informatičkoj tehnologiji. Planiranjem prezentacije utvrđuju se mediji koji su najprimjereniji za posjetitelje (Jelinčić, 2010), a u ovome istraživanju analizira se prezentacija kulturne baštine Međimurja na razglednicama, brošurama i internetskim stranicama.

PREZENTACIJA KULTURNE BAŠTINE NA RAZGLEDNICAMA

Skup analiziranih razglednica obuhvatio je 33 razglednice (gotovo sve koje su bile u ponudi sredinom 2017. godine) s ukupno 98 fotografija. Broj razglednica koje su u ponudi, a koje se odnose na prostor Međimurja, posljednjih se nekoliko godina smanjuje. Razlog je tome prvenstveno smanjen interes posjetitelja za njima zbog sve češćeg slanja fotografija i poruka pomoću mobilnih uređaja te činjenica da je razvojem interneta razglednica izgubila svoju informativno-marketinšku ulogu.

Pri analizi sadržaja, tj. zastupljenosti kulturne baštine, cilj je bio utvrditi koja su kulturna dobra korištena u prezentaciji prostora, kolika je učestalost njihova pojavljivanja te koja je njihova lokacija. Kulturna baština prikazana je na 13 razglednica, što je 39 % od ukupnog broja analiziranih razglednica, te na 35 fotografija (35 % analiziranih fotografija). Istodobno prirodna dobra prikazana su na 38 (39 %) fotografija. Zanimljivo je istaknuti da kulturna dobra iz čak 13 naselja u Međimurju nisu prezentirana ni na jednoj razglednici te da ni jedna općina ili grad koji imaju više od jednog kulturnog dobra nemaju na razglednicama prezentirane sve baštinske objekte.

Najčešći lokaliteti koji se pojavljuju na analizirane 33 razglednice jesu: Čakovec (12 puta), Sv. Martin na Muri (8 puta), Štrigova i Mursko Središće (po 5 puta), Prelog (4 puta) i Nedelišće (3 puta). Ostali lokaliteti pojavljuju se jednom ili najviše dva puta (tab. 1). U šest najčešćih lokaliteta djeluju turističke zajednice, koje uz ostale djelatnosti izdaju i razglednice.

Čakovec je najčešći lokalitet koji se javlja na više od trećine analiziranih razglednica (36 %) i to podjednako na razglednicama s jednim i razglednicama s više motiva (kolaž razglednice). Na razglednicama s jednim motivom najčešće je prezentiran avio-snimkom ili fotografijom Staroga grada (sl. 1), a na kolaž razglednicama fotografijama objekata iz zaštićene kulturno-povijesne cjeline (sl. 2).

Na razglednicama je prisutna svega petina zaštićenih kulturnih dobara (12 / 60) u Međimurju, a najveći dio prikazanih objekata čine sakralni objekti (tab. 2). Među prikazanim profanim objektima učestalošću pojavljivanja dominiraju kompleks Staroga grada Čakovca i kulturno-povijesna cjelina grada Čakovca, a uz njih se pojavljuje još samo dvorac Feštetić u Pribislavcu. Među sakralnim objektima ističu se župna crkva sv. Jeronima, koja prezentira mjesto Štrigovu i župna crkva sv. Nikole s franjevačkim samostanom, koja je dio kulturno-povijesne cjeline grada Čakovca.

Tab. 1. Lokaliteti na analiziranim razglednicama Međimurja

Lokaliteti	Ukupno	Lokaliteti	Ukupno	Lokaliteti	Ukupno
Čakovec	12 / 33	Sv. Marija	2 / 33	Donji Kraljevec	1 / 33
Sv. Martin na Muri	8 / 33	Pribislavec	2 / 33	Štrukovec	1 / 33
Štrigova	5 / 33	Podturen	2 / 33	Pleškovec	1 / 33
Mursko Središće	5 / 33	Donji Vidovec	2 / 33	Domašinec	1 / 33
Prelog	4 / 33	Selnica	2 / 33	Šenkovec	1 / 33
Nedelišće	3 / 33	Goričan	1 / 33		
Kotoriba	2 / 33	Mala Subotica	1 / 33		



Sl. 1. Fortifikacija Staroga grada (2017.)



Sl. 2. Crkva sv. Nikole čest je motiv iz kulturno-povijesne cjeline grada Čakovca (2017.)

Redni broj	Kulturno dobro	Učestalost pojavljivanja
1.	Čakovec - kompleks Staroga grada	5
2.	Čakovec - kulturno povijesna cjelina grada	4
3.	Štrigova - crkva sv. Jeronima	4
4.	Sv. Martin na Muri - crkva sv. Martina	2
5.	Mursko Središće - crkva Marije Kraljice i sv. Ladislava	2
6.	Nedelišće - crkva Presvetog Trojstva	2
7.	Pribislavec - dvorac Feštetić	2
8.	Sv. Marija - crkva Uznesenja BDM	2
9.	Donji Vidovec - crkva sv. Vida	2
10.	Kotoriba - pil Svetog Trojstva	2
11.	Podturen - crkva sv. Martina	2
12.	Donji Kraljevec - crkva sv. Magdalene	1

Tab. 2. Kulturna dobra prezentirana na analiziranim razglednicama Međimurja

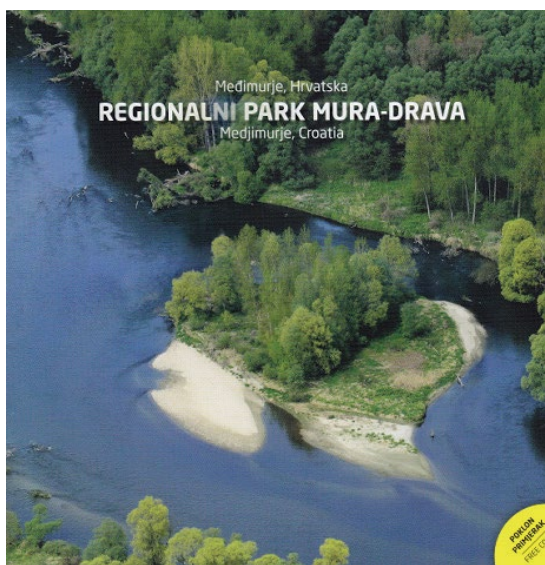
PREZENTACIJA KULTURNE BAŠTINE U BROŠURAMA

Analiza prezentacije kulturne baštine obuhvatila je 14 brošura¹ s ukupno 255 stranica i 546 fotografija, odnosno sve brošure koji se odnose na Međimurje, a bile su dostupne sredinom 2017. godine. Većinu brošura izdale su turističke zajednice u Međimurju, a po jednu Međimurska županija, Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda, Terme sv. Martin te Lokalna akcijska grupa Mura-Drava. Analizirane su glavne teme, naslovnice, fotografije i članci brošura. Glavne teme analiziranih brošura su:

- regionalni park Mura-Drava (sl. 3) - na trima brošurama,
- biciklističke staze u Međimurju - na dvjema brošurama,
- enogastronomija - na jednoj brošuri,
- grad Čakovec - na jednoj brošuri,
- rukotvorine i suveniri međimurskog kraja (sl. 4) - na jednoj brošuri,
- sakralni objekti Preloga i okolice - na jednoj brošuri,
- Sv. Martin na Muri - na trima brošurama
- grad Mursko Središće - na jednoj brošuri
- općina Nedelišće - na jednoj brošuri.

Samo su u dvjema brošurama (grad Čakovec i sakralni objekti Preloga i okolice) kulturno-baštinski objekti glavna tema i dominantan sadržaj, a u ostalima dominiraju oni sadržaji koji se odnose na prirodne znamenitosti, turističku ponudu Termi sv. Martin, eno-gastronomiju i biciklističke rute. Objekte kulturne baštine nalazimo na samo jednoj naslovnici (sakralni objekti Preloga) i u 9 od 14 analiziranih brošura, dok objekte prirodne baštine nalazimo na četirima naslovnicama i u 11 od 14 brošura.

Od ukupno 546 fotografija, kulturnobaštinski objekti prisutni su na svega 26, odnosno 5 %, a objekti prirodne baštine na 62 ili 11 % fotografija. Najčešći objekti kulturne baštine prikazani na fotografijama u brošurama su: Stari grad Čakovec, kulturno-povijesna cjelina grada Čakovca te župne crkve u Sv. Martinu, Štrigovi i Prelogu. Analiziramo li udio kulturne baštine u člancima, primjećuje se da je taj udio također malen jer od ukupno 173 članaka u analiziranim brošurama svega je njih 15 ili 8,6 % koji se odnose na objekte kulturne baštine.



Sl. 3. Regionalni park Mura-Drava najčešća je tema u analiziranim brošurama (izvor: Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda (2017.))



Sl. 4. Međimurske rukotvorine i suveniri u brošuri (izvor: TZ Međimurske županije (2017.))

¹ Brošura- (franc. *brochure*), meko ukoričena knjiga manjeg opsega. Prema UNESCO-ovoj definiciji iz 1964., brošura je neperiodička publikacija od najmanje pet, a najviše 48 stranica.

U brošurama su, jednako kao i na razglednicama, zastupljenije fotografije i članci koji se odnose na prirodne znamenitosti od onih koje se odnose na objekte kulturne baštine. Omjer zastupljenosti kulturne baštine nepovoljniji je u brošurama nego na razglednicama, a kako većinu brošura izdaju turističke zajednice s područja Međimurja, može se zaključiti da je turističkim zajednicama promocija prirodne baštine važnija od kulturne. Takvo stanje voditelji turističkih zajednica opravdavaju prvenstveno većim interesom turista za prirodnim sadržajima te boljom povezanošću prirodne baštine sa sportsko-rekreacijskom ponudom.

PREZENTACIJA KULTURNE BAŠTINE NA INTERNETSKIM STRANICAMA

Razvoj interneta i mobilnih tehnologija iz temelja je promijenio distribuciju informacija iz turističke destinacije prema potencijalnom korisniku i obrnuto. Primjena novih prezentacijskih kanala u oglašavanju turističkih destinacija i informiranju turista iz godine u godinu potiskuje tradicionalne prezentacijske oblike kao što su već analizirane razglednice i brošure.

Internet je rentabilan i moderan medij koji nije statične prirode jer omogućava brzo dodavanje fotografija, tekstualnih i multimedijalnih sadržaja na internetskim stranicama. Njegova je osnovna prednost što nudi gotovo neograničen prostor potreban za prezentaciju turističkih informacija. Stoga je važno znati koji su sadržaji važni ciljanom tržištu te u kojoj je mjeri objavljeni sadržaj sukladan potrebama turista.

Prezentacija putem multimedijalne tehnologije omogućava prostorni doživljaj destinacije i svih turističkih usluga što ostavlja bolji dojam na potencijalnog posjetitelja od razglednica i brošura. Naklada promidžbenih materijala je neograničena i ne ovisi o financijskim sredstvima, nego o broju posjetitelja internetske stranice koja zbog toga mora biti strukturirana na način koji olakšava pretraživanje i potiče posjetitelje stranice na dulje zadržavanje. Glavni nedostaci ove vrste prezentacije kulturne baštine su što internetske stranice zahtijevaju kompatibilne internetske preglednike, ovisi u potpunosti o dostupnosti poslužitelja na kojem se nalazi internetska stranica te što brzina rada internetske stranice ovisi o brzini mrežne povezanosti s poslužiteljem. Važni su nedostaci i upitna vjerodostojnost i relevantnost prezentiranih podataka te mogućnost prestanka rada određene stranice.

Početkom listopada 2017. godine analizirana je prezentacija kulturne baštine na internetskim stranicama svih turističkih zajednica koje djeluju na području Međimurja (TZ Međimurske županije, Čakovca, Sv. Martina na Muri, Preloga, Štrigove, Murskog Središća i Nedelišća). Analizirani sadržaj prisutan je na šest internetskih stranica, a obuhvaća ukupno 1995 fotografija i 436 članaka. Najuređenija i najpreglednija s najviše analiziranih fotografija i članaka je internetska stranica TZ Međimurske županije (sl. 5).



Sl. 5. Internetska stranica TZ Međimurske županije (izvor: Visit Međimurje (25. 9.2017.))

Od ukupno 1995 fotografija koje su analizirane njih 764 ili 38 % odnosi se na manifestacije (najviše na Porcijunkulovo – manifestaciju vezanu uz crkveni blagdan Porcijunkule u Čakovcu te na Međimurski fašnik u Čakovcu), 631 ili 32 % na eno-gastronomiju, 297 ili 15 % na sport i rekreaciju, 165 ili 8 % na prirodnu baštinu i 138 ili 7 % na kulturnu baštinu.

Na fotografijama koje prikazuju objekte kulturne baštine (138) dominiraju sakralni objekti (župne crkve i pilovi) sa 112 ili 81 % fotografija, dok su profani objekti prisutni na njih 26 ili 19 %. Profani objekti kulturne baštine koji se pojavljuju na fotografijama internetskih stranica turističkih zajednica isti su oni koji se najčešće pojavljuju i na razglednicama i u brošurama: Stari grad Čakovec, kulturno-povijesna cjelina grada Čakovca i dvorac Feštetić u Pribislavcu.

Broj članaka očekivano je manji od broja fotografija. Najviše analiziranih članaka 204 ili 46 % odnosi se na manifestacije, a broj članaka koji se odnose na prirodnu baštinu (56) gotovo je izjednačen s brojem članaka o kulturnoj baštini (54 ili 12 %).

ZAKLJUČAK

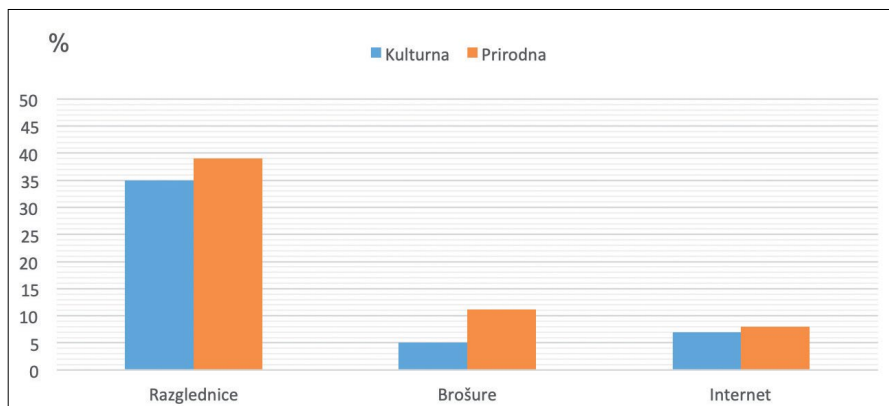
Značenje izvora prezentacije mijenjalo se s vremenom, ali su glavni ciljevi prezentacije ostali isti: prikazati atraktivnost destinacije, pružiti turistima informaciju o turističkoj ponudi destinacije te pozicionirati destinaciju na turističkom tržištu. Analiza prezentacija kulturne baštine Međimurja na različitim razglednicama, brošurama i internetskim stranicama pokazala je da među njima postoje određene razlike, ali i sličnosti u prezentiranju Međimurja kao turističke destinacije. Za razliku od razglednica, kojima je glavni interes prodaja njih samih, brošure i internetske stranice su svojevrsni posrednici u prodaji turističke destinacije pa im je glavni interes što bolja prezentacija prostora koja uključuje i prezentaciju kulturne baštine.

Zupanc (2010) je u doktorskom radu *Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine – primjer Istre* dokazao veću zastupljenost i važnost kulturne baštine u odnosu na prirodnu u turističkoj prezentaciji i promociji Istre, dok je analiza prezentacija međimurske baštine pokazala veću zastupljenost prirodnih od kulturnih dobara u turističkoj prezentaciji Međimurja te nejednaku zastupljenost kulturnih dobara na fotografijama i u člancima analiziranih medija (sl. 6) iz čega se može zaključiti kako je turističkim zajednicama u Međimurju prirodna baština važnija za turističku promociju Međimurja. Udio fotografija kulturnih dobara Međimurja u ukupnom broju analiziranih fotografija na razglednicama jest 35 %, na internetskim stranicama 7 %, a u brošurama 5 %. Najčešći motiv na razglednicama je grad Čakovec zbog čega je i udio kulturnobaštinskih objekata nešto veći na tom obliku prezentacije. Analizirane internetske stranice i brošure važnije su za posredovanje u prodaji turističke destinacije, a kako ih dominantno priređuju turističke zajednice, može se iščitati da im je prirodna baština važnija od kulturne za turističku prezentaciju prostora Međimurja. Općenito udio fotografija kulturnih dobara u analiziranim je izvorima nizak, a većina kulturne baštine Međimurja nije prikazana na razglednicama i u brošurama pa kulturna dobra još uvijek nisu dovoljno uključena u turističku ponudu s obzirom na njihov potencijal.

U analiziranim medijima, na fotografijama kulturnobaštinskih objekata, dominiraju sakralni objekti od kojih su najčešći crkva sv. Nikole u Čakovcu, crkva sv. Jeronima u Štrigovi, crkva sv. Martina u Martinu na Muri te crkva sv. Jakoba u Prelogu. Većina zaštićenih sakralnih objekata na fotografijama analiziranih medija uopće nije prikazana, a razlog tome je prvenstveno što ti kulturnobaštinski resursi nisu gotovo uopće prepoznati kao turističke atrakcije jer velikom broju njih nije osigurana opća turistička pristupačnost (obilježen pristup, mogućnost razgledavanja ili korištenja, obavijesna točka – punkt, tiskane informacije), bez koje kulturnobaštinski resursi ne mogu postati prepoznatljive realne turističke atrakcije.

Profani objekti pojavljuju se rjeđe, što je i razumljivo s obzirom na to da čine manjinu zaštićenih objekata u Međimurju, a najčešći su Stari grad Čakovec, kulturno-povijesna cjelina grada Čakovca i dvorac Feštetić u Pribislavcu. Stari grad Čakovec pojavljuje se uvjerljivo najčešće od profanih objekata, a što je i razumljivo s obzirom na to da je najvažniji kulturnobaštinski objekt Međimurja.

Najviše fotografija kulturnih dobara Međimurja prezentirano je na internetu prvenstveno zbog više raspoloživog prostora. Iz istog je razloga i broj članaka o kulturnoj baštini Međimurja veći na internet-



SI. 6. Udio fotografija kulturnih i prirodnih dobara u ukupnom broju analiziranih fotografija prema medijima prezentacije

skim stranicama nego u brošurama. No, broj članaka o kulturnoj baštini i u brošurama i na internetu manji je od broja članaka o prirodnoj baštini što je kao i kod fotografija posljedica činjenice da turističke zajednice smatraju prirodnu baštinu važnijom za prezentaciju Međimurja kao turističke destinacije prvenstveno zbog većeg interesa turista za prirodnim sadržajima te bolje povezanosti prirodne baštine sa sportsko-rekreacijskom i enogastronomskom ponudom.

Budući da mnogi objekti kulturne baštine nisu uključeni u prezentaciju i turističku ponudu, nisu ni iskorištene mogućnosti turizma baštine u gospodarskoj revitalizaciji i zaštiti baštinskih objekata. Stoga je u Međimurju potrebno više kulturnih turističkih resursa, kroz umrežavanje i zajedničku promociju, uključiti u turističku ponudu.

LITERATURA

1. DUMBOVIĆ-BILUŠIĆ, B. (2015): *Krajolik kao kulturno nasljeđe - metode prepoznavanja, vrednovanja i zaštite kulturnih krajolika Hrvatske*, Printera grupa d.o.o., Zagreb.
2. JELINČIĆ, D. A. (2010): *Kultura u izlogu*, Meandarmedia, Zagreb.
3. McKERCHER, B., Du CROS, H. (2002): *Cultural Tourism; The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, The Haworth Hospitality Press, New York.
4. MILLAR, S. (1989): Heritage Management for Heritage Tourism, *Tourism Management*, 10, 9-14.
5. RICHARDS, G. (1996): Production and consumption of European cultural tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 261-283.
6. STAIFF, R. (2014): *Re-imagining Heritage Interpretation*, Routledge, London.
7. TIMOTHY, D. J., BOYD, S. W. (2003): *Heritage Tourism*, Pearson Education Limited, Harlow.
8. TIMOTHY, D. J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism*, Channel View Publications, Bristol.
9. ZUPANC, I. (2010): *Pristup analizi prezentacije i vrednovanja baštine – primjer Istre*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorska disertacija, Zagreb.

INTERNETSKÉ STRANICE

1. Turistička zajednica grada Čakovca, <http://visitcakovec.com/>.
2. Turistička zajednica grada Mursko Središće, www.tz-ms.hr/.
3. Turistička zajednica grada Preloga, www.tz-prelog.hr/.
4. Turistička zajednica Međimurske županije - Visit Međimurje, <http://www.visitmedimurje.com/>.
5. Turistička zajednica Općine Nedelišće, www.tz-nedelisce.hr/.
6. Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri, <http://svetimartin.hr/>.
7. Turistička zajednica Općine Štrigova, www.strigova.info/hr.

SUMMARY

An analysis of the presentation of cultural heritage of Međimurje on postcards, web pages of the Međimurje Tourist Boards and brochures has shown greater representation of natural than cultural assets. In addition, most of the protected cultural heritage sites in the analyzed media have not been presented at all, and cultural heritage in these media is rarely the main theme or dominant content. Since Millar (1989) points out high quality presentation of cultural heritage as one of the foundations for its successful tourism valorisation, it can be concluded that the current presentation is not appropriate for the quality tourism valorisation of the cultural heritage of Međimurje. With the development of information technologies, the presentation of heritage on the internet pages gets more and more important, and the print media gradually lose importance (Staiff, 2014). The Internet as a modern and profitable media allows quick adding of multimedia content and offers almost unlimited presentation space and needs to be used more intensively in the presentation of cultural objects in Međimurje.