

Istraživanje utjecaja pandemije COVID-19 u segmentu kulturnog turizma - studija slučaja: "Kulturni turizam grada Šibenika od 2018. - 2021."

Mandić, Mateja

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:422505>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU

ODJEL MENADŽMENTA

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ

MENADŽMENT

Mateja Mandić

**ISTRAŽIVANJE UTJECAJA PANDEMIJE COVID-19 U
SEGMENTU KULTURNOG TURIZMA – STUDIJA SLUČAJA:
KULTURNI TURIZAM GRADA ŠIBENIKA OD 2018-2021.**

Završni rad

Šibenik, 2023.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENTA
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT

**ISTRAŽIVANJE UTJECAJA PANDEMIJE COVID-19 U
SEGMENTU KULTURNOG TURIZMA – STUDIJA SLUČAJA:
KULTURNI TURIZAM GRADA ŠIBENIKA OD 2018-2021.**

Završni rad

Kolegij: Metode znanstvenog istraživanja

Mentorica: mr. sc. Tanja Radić Lakoš, v. pred.

Studentica: Mateja Mandić

Broj indeksa: 1219060167

Šibenik, svibanj 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Mateja Mandić, studentica Veleučilišta u Šibeniku, JMBAG 1219060167 izjavljujem pod materijalnom i kaznenom odgovornošću i svojim potpisom potvrđujem da je moj završni rad na specijalističkom diplomskom stručnom studiju Menadžment pod naslovom Istraživanje utjecaja pandemije COVID-19 u segmentu kulturnog turizma – studija slučaja: kulturni turizam grada Šibenika od 2018-2021. isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Šibeniku, 30. svibnja 2023.

Studentica:

Veleučilište u Šibeniku
Odjel Menadžmenta
Specijalistički diplomski stručni studij Menadžment

Završni rad

**ISTRAŽIVANJE UTJECAJA PANDEMIJE COVID-19 U SEGMENTU KULTURNOG
TURIZMA – STUDIJA SLUČAJA: KULTURNI TURIZAM GRADA ŠIBENIKA OD
2018-2021.**

MATEJA MANDIĆ

Težačka 13, 22000 Šibenik, mandicmateja19@gmail.com

Sažetak

Pandemija bolesti COVID-19 negativno je djelovala na sve sektore društva, a posebno na turizam. Uslijed širenja bolesti, donosile su se razne mjere i restrikcije što se odrazilo na turističke rezultate. Kulturni turizam je sve značajnija vrsta turizma jer kultura i kulturna baština destinacije doprinose njenoj turističkoj privlačnosti. Za putovanja kulturnih turista važni su motivi želje za stjecanjem novih iskustava i spoznaja u povijesti, umjetnosti, baštine, kulture života i rada turističke destinacije koju posjećuju. U vrijeme pandemije COVID-19 mnogo je kulturnih institucija bilo suočeno sa zatvaranjem, a mnogo kulturnih događanja sa neodržavanjem. Međutim, kao posljedica svega toga javila se bolja suradnja sektora turizma i kulture. Hrvatske turističke destinacije, a posebno grad Šibenik, opstale su i uslijed pandemije te su još više i ojačale. Grad Šibenik je jedan od hrvatskih gradova koji se ističe po svom kulturnom turizmu te naglašava važnost svojih prirodnih i kulturnih vrijednosti. U ovome se gradu kulturni turizam nalazi se na visokom rangu sadržaja, a iako nije u 2021. i 2022. godini uspio dostići rezultate ostvarene prije pandemije, Šibenik je svakako na dobrome putu prema tome. Naime, već u 2020. godini kulturni turizam u ovome gradu bilježi zavide rezultate što se još više poboljšalo u 2022. godini te se u budućnosti očekuju još bolji rezultati.

(58 stranica / 9 slika / 7 tablica / 2 grafikona / 61 literaturni navod / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: COVID-19, kulturni turizam, grad Šibenik, prirodne i kulturne vrijednosti

Mentor: mr. sc. Tanja Radić Lakoš, v. pred.

Rad je prihvaćen za obranu dana: 1. lipnja 2023.

Polytechnic of Šibenik
Department of Management
Specialist Graduate Studies of Management

Final paper

**RESEARCH OF THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC IN THE
CULTURAL TOURISM SEGMENT - CASE STUDY: CULTURAL TOURISM OF
THE CITY OF SIBENIK FROM 2018-2021.**

MATEJA MANDIĆ

Težačka 13, 22000 Šibenik, mandicmateja19@gmail.com

Abstract

The COVID-19 pandemic had a negative impact on all sectors, especially tourism. Due to the spread of the disease, various measures and restrictions were adopted, which affected the tourist results. An increasingly important type of tourism is cultural, because the culture and cultural heritage of the destination contribute to its tourist attraction. For the trips of cultural tourists, the desire to acquire new experiences and knowledge in the history, art, heritage, culture of life and work of the tourist destination they visit are important motives. During the COVID-19 pandemic, many cultural institutions were faced with closure, and many cultural events were not held. However, as a consequence of all this, better cooperation between the tourism and culture sectors has emerged. Croatian tourist destinations, especially the city of Šibenik, survived the pandemic and became even stronger. The city of Šibenik is one of the Croatian cities that stands out for its cultural tourism and emphasizes the importance of its natural and cultural values. In this city, cultural tourism is at a high level of content, and, although it did not manage, in 2021st and 2022nd, to reach the results achieved before the pandemic, Šibenik is certainly on the right track towards that. Namely, already in 2020, cultural tourism in this city recorded enviable results, which improved even more in 2022, and even better results are expected in the future.

(58 pages / 9 figures / 7 tables / 2 charts / 61 references / original in Croatian language)

Paper deposited in of Polytechnic of Šibenik Library digital repository

Keywords: the COVID-19 pandemic, cultural tourism, the city of Šibenik, natural and cultural values

Supervisor: Tanja Radić Lakoš, MSc, s.lec.

Paper accepted: June 1st 2023

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Cilj i hipoteza istraživanja	2
1.2. Metodološki pristup	3
1.3. Kompozicija rada.....	4
2. PANDEMIJA BOLESTI COVID-19 I NJEZIN UTJECAJ NA KULTURNI TURIZAM.....	5
2.1. O bolesti COVID-19.....	5
2.1.1. Širenje virusa	6
2.1.2. Antitijela i zaštita	6
2.1.3. Prevencija bolesti	6
2.1.4. Prijetnja bolesti	7
2.1.5. Pandemija bolesti	7
2.2. Pojam i značajke kulturnog turizma	9
2.3. Utjecaji pandemije bolesti COVID-19 na kulturni turizam.....	13
3. KULTURNI TURIZAM U ŠIBENIKU U RAZDOBLJU OD 2018. DO 2021. GODINE I UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19	20
3.1. Kulturni turizam u Republici Hrvatskoj	20
3.2. Kulturni turizam u gradu Šibeniku	23
3.2.1. Grad Šibenik kao turistička destinacija.....	23
3.2.2. Razvoj kulturnog turizma u gradu Šibeniku	26
3.2.3. Turistički trendovi u gradu Šibeniku	28
3.2.4. Kulturna baština grada Šibenika	30
3.3. Kulturni turizam u gradu Šibeniku od 2018. do 2021. godine	38
3.3.1. Hrvatsko narodno kazalište Šibenik.....	39
3.3.2. Muzej grada Šibenika.....	40
3.3.3. Šibenske knjižnice	40

3.3.4. Šibenske tvrđave	41
3.4. Rezultati kulturnog turizma grada Šibenika u 2022. godini	46
4. ZAKLJUČAK.....	50
LITERATURA	51
POPIS SLIKA.....	56
POPIS TABLICA.....	57
POPIS GRAFIKONA	58

1. UVOD

Pandemija COVID-19 utjecala je negativno na mnoge sektore, a posebno na sektor turizma. Širenjem ove bolesti, na globalnoj su se razini donosile različite mjere i restrikcije kao što su izolacija, zatvaranje granica zemalja i onemogućavanje putovanja. Sve je navedeno utjecalo i na rezultate ostvarene u sektoru turizma (Institut za turizam, 2021).

Turizam predstavlja svaku aktivnost osoba koje putuju i borave u mjestima koja nisu njihovo uobičajeno boravište najviše godinu dana s ciljem odmora, iz poslovnih ili, pak, nekih ostalih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju (Jelinčić, 2013).

Turizam je proširio svoje djelovanje na brojne druge sektore ili ih, barem, vezao uz sebe, a u suvremeno su se doba rad i slobodno vrijeme ljudi približili te su se pojavila nova specifična zanimanja putnika koja se ogledaju u temeljnim motivima putovanja, a to su edukacija i novost. U skladu s time se razvio fokus turista, osim na privlačnost same turističke destinacije, i na njihove interese, iskustva, aktivnosti i saznanja koja steknu dok borave u određenoj turističkoj destinaciji. Posljedično su se razvili mnogi selektivni oblici turizma poput sportskog, ruralnog, vjerskog, zdravstvenog, ali i brojni drugi od kojih je jedan i kulturni turizam (Jelinčić, 2013).

Kulturni turizam obuhvaća pojmove kulture i turizma, a upravo kultura i kulturna baština neke turističke destinacije doprinose njenoj privlačnosti i u mnogim se turističkim destinacijama diljem svijeta sve više naglašava njihova važnost.

Kao i na ostale vrste turizma, tako je i na kulturni turizam pandemija COVID-19 ostavila mnogo traga u obliku zatvaranja mnogih kulturnih ustanova te neodržavanja mnogih kulturnih događanja. Mnogi su se gradovi, pa tako i grad Šibenik, morali suočiti s novim izazovima te pronalaziti različite načine za svoj opstanak. Sukladno tome su se provodile edukacije u turizmu, izrađivali su se razni priručnici, pružali su se programi tehničke pomoći poduzetnicima kao i programi razvoja i praćenja indikatora konkurentnosti, tj. kvalitete kako bi se unaprijedile kvaliteta i konkurentnost turističke ponude i cjelokupne destinacije te potaknuo razvoj turizma (Institut za turizam, 2015).

U gradu Šibeniku se puno pažnje posvećuje kulturnim i prirodnim vrijednostima što za sobom nosi i razvijenost kulturnog turizma. Efekt promocije festivala pozitivno je utjecao na imidž grada Šibenika i upravo je zato danas ovaj grad poznat kao „grad kvalitetnih koncerata i dobre zabave ljeti, s tendencijom širenja kalendara događanja na cijelu godinu“ (Šišara i sur., 2012, str. 94).

Na području ovoga grada razvijeno je mnoštvo kulturnih atrakcija, a njihova se atraktivnost konstantno povećava njihovom međusobnom povezanošću. Grad Šibenik konstantno razvija svoj brand kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma čemu doprinose mnogobrojne kulturne vrijednosti, elementi arhitekture, tradicijski običaji i jela. Osim mnoštva kulturno-povijesnih spomenika, grad Šibenik se posebno ističe zbog svog najvećeg i najvrjednijeg sakralnog spomenika - gotičko-renesansne katedrale sv. Jakova, ali i četiriju tvrđava (sv. Ivana, sv. Nikole, sv. Mihovila te Barone), Muzeja grada Šibenika i različitih kulturnih manifestacija. U skladu s time se u Strategiji razvoja ovoga grada (Institut za turizam, 2015) naglašava upravo kulturni turizam koji se nastavio razvijati (međutim, u manjoj mjeri) i tijekom pandemije, a nakon nje su se počeli nizati uspješni rezultati u području kulturnog turizma.

1.1. Cilj i hipoteza istraživanja

Istraživanje koje se provodi za pisanje ovoga završnoga rada započinje uočavanjem problema istraživanja, tj. definiranjem problema i utvrđivanjem svrhe, ciljeva i zadataka istoga. Dakle, prvo što se želi definirati ovim istraživanjem jest odgovoriti na pitanje na koje je načine i u kojem razmjeru pandemija COVID-19 utjecala na kulturni turizam Republike Hrvatske, s naglaskom na grad Šibenik. U ciljeve ovoga istraživanja ubrajaju se:

- određivanje važnosti poznavanja bolesti i pandemije COVID-19,
- utvrđivanje utjecaja pandemije na kulturni turizam kao i posljedica koje izaziva,
- procjena šteta koje prouzrokuje te načina kako ih suzbiti ili, barem, umanjiti,
- mjerenje opsega utjecaja pandemije na život i funkcioniranje ljudi, posebno kulturnih turista te
- istraživanje turističkih rezultata ostvarenih u gradu Šibeniku u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Nakon definiranih ciljeva istraživanja, ograničavaju se polja istraživanja kako se ne bi zastranilo samo istraživanje, tj. kako se prilikom njegove provedbe ne bi „skrenulo s puta“.

Upravo se s tom namjerom naglašava prikaz:

1. bolesti COVID-19, njenih karakteristika, posljedica i ostalih poznatih činjenica,
2. kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj,
3. kulturnog turizma u gradu Šibeniku te, konačno,
4. prikaz studije slučaja (grada Šibenika) u „normalnim“ uvjetima (kada nije bila prisutna pandemija) s usporedbom s kulturnim turizmom u vrijeme pandemije COVID-19.

Sljedeći je korak bio postavljanje hipoteza kako bi se jednostavnije usmjerilo samo istraživanje.

U ovome su istraživanju postavljene sljedeće hipoteze:

- H₀: pandemija bolesti COVID-19 nema nikakvog utjecaja na kulturni turizam grada Šibenika i
- H₁: pandemija bolesti COVID-19 utječe na kulturni turizam grada Šibenika.

Nakon postavljenih hipoteza, u svrhu ovog istraživanja odredio se nacrt, tj. koncept istraživanja u kojemu su definirane metode istraživanja i planirani postupci.

1.2. Metodološki pristup

Za ovo je istraživanje odabrana kombinirana metodologija, tj. kombinacija i kvalitativne i kvantitativne metodologije. Naime, za usporedbu teorijskih činjenica koristit će se kvalitativna metodologija iz razloga što se želi dobiti dublji uvid i bolje razumijevanje problema koji se istražuje. Također, u istraživanju se naglašava značenje te je upravo istraživač temelj za prikupljanje te interpretaciju dobivenih rezultata. Ovom će se metodologijom opisivati i tumačiti dosadašnja iskustva, prikupljati nove spoznaje, stjecati znanje i razumijevanje bez polaznih pretpostavki, promatrati stanje te, na temelju toga, donositi određeni zaključci, uz paralelno korištenje studije slučaja i sekundarnih podataka.

S druge, pak, strane, za usporedbu statističkih podataka koristit će se kvantitativna metodologija jer će se prvo prikazati teorija, a potom ista provjeravati. Prilikom te provjere nastojat će se uočiti uzročne veze te utvrditi univerzalno važeći zakoni. Pri tome će se koristiti longitudinalni koncept istraživanja, tj. podaci će se prikupljati u više vremenskih trenutaka kako bi se zabilježile promjene, u ovom slučaju, stanja kulturnog turizma u gradu Šibeniku. Iako je ovakav koncept vremenski zahtjevan i kompleksan, zasigurno će „urođiti“ kvalitetnim i realnim rezultatima. Kao što je prethodno spomenuto, prilikom istraživanja koristit će se sekundarni izvori podataka iz razloga što su relativno lako dostupni, moguće ih je brzo pribaviti, ali je svakako potreban oprez jer postoji mogućnost da objavljeni podaci nisu točni (zato će se paziti na provjerenost izvora).

Sljedeći je važan korak provjera hipoteza, tj. varijabli koje se odnose na definirani problem. U skladu s time, promatrat će se nezavisne varijable, tj. one na koje će se utjecati i koje će se mijenjati (stav o pandemiji bolesti COVID-19 i njenom utjecaju na kulturni turizam grada

Šibenika), ali i one zavisne (rezultate promjena do kojih će se dolaziti uvođenjem nezavisne varijable).

Jako je važno da se odredi i uzorak istraživanja što je u ovom istraživanju grad Šibenik. Do pojedinačnih rezultata o njemu dolaziti će se i usporedbom s cijelom populacijom, tj. Republikom Hrvatskom, ali i ostalim svjetskim zemljama.

1.3. Kompozicija rada

Ovaj je završni rad strukturiran u četiri poglavlja od kojih je prvo uvod u sami rad. Potom se u drugome poglavlju opisuje bolest COVID-19, načini njenog širenja, prevencije, njene prijetnje kao i pojam te karakteristike pandemije iste bolesti. Opisuje se i utjecaj pandemije COVID-19 na kulturni turizam općenito. Nadalje, treće poglavlje sadrži kratak prikaz hrvatskog kulturnog turizma s naglaskom na isti u gradu Šibeniku. Navode se podaci o gradu Šibeniku kao turističkoj destinaciji, razvoju kulturnog turizma u istome, njegovim turističkim trendovima te kulturnoj baštini. Potom se prikazuju statistički podaci o kulturnom turizmu u gradu Šibeniku u razdoblju od 2018. do 2021. godine, a kratko se navode i najnoviji podaci, tj. oni ostvareni u 2022. godini. Četvrto poglavlje sadrži zaključna razmatranja autorice, a nakon toga se prikazuje popis literature koja je korištena prilikom pisanja rada, popis slika, tablica i grafikona u radu.

2. PANDEMIJA BOLESTI COVID-19 I NJEZIN UTJECAJ NA KULTURNI TURIZAM

Kriza koju je uzrokovala pandemija bolesti COVID-19 pogodila je sve sektore, a posebno turizam i ugostiteljstvo. Uslijed širenja ove bolesti po cijelome svijetu, nastupilo je donošenje raznih mjera sigurnosti poput izolacija ljudi, zatvaranja granica zemalja te onemogućavanja putovanja (Institut za turizam, 2021).

Sve se navedeno odrazilo na turističke rezultate o čemu će biti riječi u nastavku rada.

2.1. O bolesti COVID-19

COVID-19 jest koronavirusna bolest koja je zarazna, a uzrokuje ju virus SARS-CoV-2 (World Health Organization, 2023).

Nemaju svi oboljeli jednake simptome i jednako dug oporavak od ove bolesti što dokazuje činjenica da je većina ljudi koja se zarazila ovim virusom doživjela blagu do umjerenu respiratornu bolest te se oporavila bez potrebe za posebnim liječenjem (World Health Organization, 2023).

Međutim, neki su se ozbiljno razboljeli i bila im je potrebna liječnička pomoć. Stariji ljudi i oni koji se svakodnevno suočavaju s kardiovaskularnim bolestima, dijabetesom, kroničnim respiratornim bolestima ili tumorima imaju veću vjerojatnost da će razviti ozbiljne bolesti. Svatko se može razboljeti od ove bolesti i postati ozbiljno bolestan ili, čak i, umrijeti u bilo kojoj dobi. Bolest COVID-19 može biti vrlo zarazna te se vrlo brzo širi, a najčešće uzrokuje respiratorne simptome kao što su prehlada, gripa ili upala pluća (Pliva zdravlje, 2023).

COVID-19 može napasti pluća i dišni sustav, ali ima slučajeva kada zahvaća i druge dijelove tijela. Nije rijetkost niti da neki ljudi, uključujući one s manjim ili nikakvim simptomima, razviju post-COVID stanja koja se nazivaju i "dugi COVID" (World Health Organization, 2023).

2.1.1. Širenje virusa

COVID-19 se širi kada zaražena osoba udahne kapljice i vrlo male čestice koje sadrže virus. Potom drugi ljudi mogu udisati te kapljice i čestice ili im te kapljice i čestice mogu dospjeti na oči, nos ili usta, a u nekim okolnostima te kapljice mogu i kontaminirati površine koje ljudi dodiruju (CDC, 2023).

Svatko tko je zaražen COVID-19 može ga prenijeti, čak i ako nema simptome. Rizik prenošenja virusa sa životinja na ljude vrlo je nizak, ali je zato visok rizik prenošenja virusa s ljudi na životinje tijekom njihova bliskog kontakta. Stoga osobe kod kojih se sumnja ili je potvrđen COVID-19 trebaju izbjegavati kontakt sa životinjama (CDC, 2023).

2.1.2. Antitijela i zaštita

Antitijela su proteini koje stvara ljudski imunološki sustav kako bi pomogli u borbi protiv infekcije i zaštitili pojedinca od bolesti u budućnosti (CDC, 2023).

Pozitivan rezultat provedenog testa ma antitijela može pomoći u prepoznavanju nekoga tko je u prošlosti imao COVID-19 ili je cijepljen protiv COVID-19. Studije pokazuju da ljudi koji imaju antitijela od infekcije virusom koji uzrokuje COVID-19 mogu poboljšati svoju razinu zaštite cijepljenjem (CDC, 2023).

2.1.3. Prevencija bolesti

Postoji mnogo radnji koje je moguće poduzeti kako bi pojedinac zaštitio sebe, svoje ukućane i, općenito, zajednicu, od bolesti COVID-19 (Bogdan i sur., 2020).

Razine prijema Centra za kontrolu i prevenciju bolesti (*Centers for Disease Control and Prevention* - CDC) pomažu pojedincima i zajednicama da odluče kada poduzeti mjere kako bi zaštitili sebe i druge na temelju najnovijih podataka i informacija iz svakog pojedinog područja. Osim primanja cjepiva protiv COVID-19 i osnovnih zdravstvenih i higijenskih praksi kao što je pranje ruku, CDC preporuča preventivne radnje na svim razinama prijema u bolnicu za COVID-19 (CDC, 2023).

2.1.4. Prijetnja bolesti

Neki ljudi imaju veću vjerojatnost da će se ozbiljno razboljeti ako dobiju COVID-19 nego što je to kod drugih ljudi (World Health Organization, 2023).

U te se ljude ubrajaju svi oni starije životne dobi, zatim oni kojima je imunitet oslabljen te oni koji imaju određene nedostatke ili, pak, neke druge zdravstvene probleme. Razumijevanje rizika od bolesti COVID-19 i rizika koji bi mogli utjecati na druge može svakome pomoći u donošenju odluka da zaštiti, prvenstveno, sebe, a potom i druge oko sebe (CDC, 2023).

Virusi se neprestano mijenjaju, uključujući i virus koji uzrokuje COVID-19, a sve se te promjene događaju tijekom vremena i mogu dovesti do novih sojeva virusa ili varijanti COVID-19. Usporavanjem širenja virusa, zaštitom sebe i drugih, usporava se i razvoj novih varijanti (CDC, 2023).

2.1.5. Pandemija bolesti

Smatra se da su zarazne bolesti, a kasnije i pandemije, napredovale uslijed sve češćeg sjedilačkog načina života (Koronavirus.hr, 2023).

Preci su se počeli sve više baviti uzgajanjem životinja i životom na jednome mjestu čime su postali „meta“ bolesti. Naime, uslijed udomaćivanja životinja i života s njima uzročnici bolesti sve više prelaze s vrste na vrstu te uzrokuju zarazu među njima. Mnogo je bolesti uzrokovano razvojem civilizacije, a nastajanjem sve većih gradova, putova trgovanja i kontakata s ljudima, životinjama te ekosustavima, uzrokovana je i sama pandemija koja se sve više povećavala. I u današnjem, modernom, dobu, stalno izbijaju neke nove bolesti, ali samo su neke od bolesti dostigle epidemijske razmjere kao što je to slučaj s bolesti COVID-19 (SYNLAB, 2023).

Pod pojmom pandemije podrazumijeva se „širenje zarazne bolesti u širokim zemljopisnim regijama velikih razmjera u iznimno kratkome vremenu“ (Morens i sur., 2009, str. 57).

S druge strane, kako navode isti autori „epidemija podrazumijeva pojavu neke bolesti na ograničenom području koju karakterizira veći broj oboljelih nego što je to uobičajeno“.

Iako nije općeprihvaćena samo jedna definicija pojma pandemije, prema istim autorima, svaku pandemiju obilježava sljedeće:

- velika geografska rasprostranjenost,
- širenje bolesti prijenosom koji je moguće pratiti na raznim lokacijama,
- iznimno visoke razine napada i eksplozivnosti,

- minimalna razina imuniteta stanovnika te
- novost (bolest je nova ili je povezana s novim varijantama postojećih organizama).

Usprkos napretku u području medicine i javnog zdravstva, opasnost od pandemije postupno se povećava od sredine 20. stoljeća, a ponajviše zbog globalizacije i globalnih promjena (Bakar i Rosbi, 2020).

Nekoliko je procesa zbog kojih raste rizik od nastupanja pandemije. Prvi je od njih veća urbaniziranost čovječanstva nego što je to bilo u prošlosti što dokazuje činjenica da „više od polovice svjetskog stanovništva živi u urbanim središtima (veća koncentracija ljudi povećava širenje bolesti njihovom blizinom i kontaktom)“ (Bakar i Rosbi, 2020, str. 115).

Zatim, urbane su sredine prometno povezane bolje nego ikada prije raznim vrstama prometa. Upravo ta mogućnost prometovanja s jednog kraja svijeta na drugi povećava mogućnost širenja bolesti među putnicima. Zbog sve više rastuće potražnje potrošača za mesom i zadiranja u divljinu te gubitka biološke raznolikosti ljudi su u sve većem i bližem kontaktu koji se, nakon što prodru u populacije urbanih sredina, brzo šire. 11.03.2020. godine bio je proglašen početak pandemije virusa COVID-19. I prije te 2020. godine su bila zabilježena dva slučaja bolesti koronavirusa, i to *severe acute respiratory syndrome coronavirus* (SARS-CoV) te *Middle East respiratory syndrome coronavirus*. Ove su dvije bolesti izbile 2002. i 2012. godine, prešle su sa životinja na ljude i uzrokovale smrtonosne respiratorne bolesti (Morens i sur., 2009).

Krajem 2019. je godine u Kini detektirana nova vrsta koronavirusa koja je uzrokovala razne respiratorne bolesti sa simptomima poput kašlja, groznice, a u težim slučajevima i otežanog disanja (Bakar i Rosbi, 2020).

Upravo se taj novi soj virusa proširio iznimno velikom brzinom iz Kine po ostatku svijeta te su tada zabilježeni prvi slučajevi koronavirusom, tj. COVID-19. Virusna bolest izazvana tim virusom uzročnik je globalne epidemije čije su posljedice osjetile mnoge svjetske zemlje. Proglašenjem pandemije bolesti COVID-19 početkom 2020. godine izazvano je niz posljedica s kojima su se suočila gospodarstva mnogih svjetskih država (Međimurska županija, 2023).

Naime, javno-zdravstvene mjere koje su nastupile kako bi se suzbilo širenje bolesti, poput karantene, socijalne distance, restrikcija u kretanju i putovanjima, kao i kampanja kojima se nastojalo navesti ljude na ostanak u njihovim kućama, ovisno o tome kako su i kojim intenzitetom uvedene i provođene, pogodile su mnoge grane gospodarstva, a posebno se ističe upravo turizam. Zbog pandemije su se i zatvorile mnoge državne granice, ljudi su se distancirali te je nastupila opća karantena. Kriza koju je izazvao korona virus uvelike je različita od prijašnjih bolesti upravo zbog svih tih značajnih mjera. Sva ograničenja koja su nastupila uslijed pandemije ove bolesti bila su uzročnici jako velikih poteškoća u rastu i razvoju gospodarstva te

je nastupila teška ekonomska kriza u cijelome svijetu što se drastično negativno odrazilo i na turizam (Međimurska županija, 2023).

11. svibnja 2023. je godine službeno proglašen kraj epidemije COVID-19 u Republici Hrvatskoj (Koronavirus.hr, 2023) što ne znači da virus SARS-Cov-2 više ne postoji već, zbog ostvarenja kolektivnog imuniteta, više ne predstavlja toliko visoku opasnost kao što je to bilo prije. Maske za lice više nisu obvezane, ali i dalje se preporuča njihovo nošenje kao i provjetravanje prostorija, respiratorna higijena, fizička distanca itd. (Međimurska županija, 2023).

Međutim, cijelo iskustvo koje su ljudi stekli zbog pandemije uzrokovalo je brojne posljedice. Tako su svi oni promijenili vlastite „navike, stavove, vrijednosti, stil i način života, a sve se to odražava i na turističku ponudu i potražnju“ (Europska komisija, 2020., str. 1).

Republika Hrvatska je zemlja koja u velikoj mjeri ovisi o turizmu - „čak 24% BDP-a, i stoga pandemija svakako ima veliki utjecaj na kretanja na domaćem tržištu“ (Europska komisija, 2020., str. 1).

S obzirom da je Republika Hrvatska zemlja članica Europske unije koja najviše ovisi o turizmu, zanimljivo je promotriti kako su donesene javnozdravstvene mjere tijekom pandemije utjecale na kretanje najznačajnijih varijabli procjene turističke potražnje, a to su dolasci i noćenja turista. U Republici je Hrvatskoj pandemija COVID-19 uzrokovala vrlo jaku kontrakciju turističke potražnje te ugrozila cjelokupnu gospodarsku aktivnost. Točnije, „tako snažan pad turističke potražnje imao je velik utjecaj na cijeli niz najvažnijih ekonomskih varijabli kao što su nezaposlenost, bruto domaći proizvod, inflacija, tečaj i dr.“ (Europska komisija, 2020., str. 1).

2.2. Pojam i značajke kulturnog turizma

Pod turizmom se podrazumijeva svaka aktivnost osoba koje putuju i borave u mjestima koja nisu njihovo uobičajeno boravište najviše godinu dana s ciljem odmora, iz poslovnih ili, pak, nekih ostalih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju (Jelinčić, 2013).

Razvoj turizma, usprkos tome što je povijesno vrlo kratak, u posljednjim je desetljećima dokazao svoj široki spektar djelovanja. Naime, turizam je proširio svoje djelovanje na brojne druge sektore ili ih, barem, vezao uz sebe uslijed čega se pojavila kooperacija među njima (Jelinčić, 2013).

U suvremeno su se doba rad i slobodno vrijeme ljudi približili te su se pojavila nova specifična zanimanja putnika koja se ogledaju u temeljnim motivima putovanja, a to su: edukacija i novost.

U skladu s time su se 1980-ih godina pojavili tzv. post-moderni turisti za koje je karakteristično da se ne fokusiraju samo na privlačnost same turističke destinacije već i na svojim interesima, aktivnostima, iskustvima i saznanjima koja steknu dok borave u određenoj turističkoj destinaciji (Jelinčić, 2013).

Kao posljedica se javljaju razni selektivni oblici turizma poput sportskog, ruralnog, vjerskog, zdravstvenog, ali i brojni drugi od kojih je jedan i kulturni turizam (Jelinčić, 2013).

Pojam kulturnog turizma obuhvaća pojmove kulture i turizma, a definicija istoga postoji vrlo mnogo. Kultura i kulturna baština neke turističke destinacije doprinose njenoj privlačnosti i upravo su zato nerijetko preduvjet odabira za turiste. Prema Richardsu (1999) kulturni je turizam „kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe” i upravo je ova definicija najviše prihvaćena.

Kulturni turizam podrazumijeva putovanje turista izvan mjesta boravišta čiji je motiv želja za novim spoznajama i doživljajima u području umjetnosti, povijesti, baštine, kulture života i rada turističke destinacije koju turist posjećuje. Turisti čija je motivacija za putovanje upravo kultura predstavljaju oko 15% ukupnog svjetskog turističkog tržišta (UNWTO, 2018).

Međutim, shvaćen u širem smislu, kao posjet kulturnim ustanovama ili događanjima, udio kulturnog turizma u svijetu doseže čak 47%, a zabilježen je i njegov stalni trend rasta (UNWTO, 2018).

I u Republici je Hrvatskoj važnost kulturnog turizma sve veći, a prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, smatra se i jednim od potencijalno vodećih novih proizvoda. Upravo je zato važno da se ova vrsta turizma ne zanemari u razmatranja efekata pandemije COVID-19. Turisti su kulturni samo ako je barem dio njihova motiva za putovanjem želja za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima. Kulturni turizam nije niti malo jednostavno definirati upravo zbog kulture i njene složenosti, ali i fleksibilnosti te različitosti. Ova vrsta turizma poveznica je između prošlih i sadašnjih kulturnih vrijednosti pri čemu se ne misli samo na materijalnu baštinu već i na nematerijalnu baštinu, tj. na tradiciju, priče, blagdane i manifestacije koji se prenose naraštajima. Namjeru putovanja kulturnih turista predstavlja potraga za stjecanjem novih iskustava kulturne prirode poput otkrivanja vrijednosti i značaja spomenika i lokacija, ali i „tradicionalnih društava, plesova, pjesama i priča koji prelaze iz jedne generacije u drugu.“ (Geić, 2011, str. 305).

Dujmović (2014, str. 109) ističe kako se kultura u kontekstu turizma može definirati kao „ukupnost materijalnih (cjelokupna turistička infrastruktura) i duhovnih vrijednosti (običaji, životni stil, tradicija) koje zajednica osjeća kao svoj jedinstveni način života“.

Pod kulturom se podrazumijeva jedinstvenost određene zajednice te nešto uobičajeno za nju, a novo za neku drugu kulturu. Može se zaključiti kako je kulturni turizam kretanja ljudi za potragom kulturnih atrakcija koje ne viđaju svakodnevno što je vrlo složena pojava jer obuhvaća različite aspekte života i djelatnosti. Cilj svakog kulturnog turista jest dobivanje novih informacija, doživljaja te iskustava s ciljem zadovoljavanja vlastitih kulturnih potreba (Dujmović, 2014).

U skladu s time, razvijene su različite definicije kulturnog turizma, a najjednostavnije su od njih sljedeće:

- „kulturni je turizam zabavno i edukativno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i društvenom baštinom te poviješću“ (Culturenet, 2017) i
- prema Jelinčiću (2008, str. 78) „kulturni je turizam zabavno i edukativno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i društvenom baštinom te poviješću, ali i turistički izbor koji educira ljude o aspektima izvedbe, umjetnosti, arhitekture i povijesti koji se odnose na određenu destinaciju“.

Prema Smithu (2009, str. 67) kulturni se turizam može podijeliti, s obzirom na njegovu raznovrsnost i kompleksnost, na sljedeće podsektore:

- „turizam naslijeđa,
- turizam umjetnosti,
- kreativni turizam,
- urbani kulturni turizam,
- ruralni kulturni turizam i
- domorodački turizam“.

Pod turizmom naslijeđa se podrazumijeva sve materijalno, poput zgrada, dvoraca, palača, spomenika itd. Međutim, ova vrsta kulturnog turizma obuhvaća i nematerijalnu kulturno-povijesnu baštinu, tj. festivale, običaje, manifestacije, itd. Svaka turistička destinacija želi privući turiste tako da im prezentira prošlost, i to putem različitih kulturno-povijesnih vrijednosti, stvaranjem specifične slike ponude, upoznavajući turiste sa svojom tradicijom i omogućavajući im stjecanje novih znanja i iskustava. Turizam umjetnosti uključuje turiste koje zanima umjetnost u slikarstvu, skulpturama ili kazalištu ili, pak, neki drugi kreativni oblici

ljudskog izražavanja. Ovi turisti obilaze povijesno-kulturne gradove, gradove umjetnosti, muzeje, umjetničke galerije i slično (Geić, 2011).

Potom, za kreativne je turiste karakteristično da aktivno sudjeluju u kulturno-turističkim aktivnostima tako da svaki turist kao pojedinac ili, pak, zajedno s ostalim turistima, sudjeluje u kreiranju umjetničkih ili tradicionalnih vrijednosti (u plesu, slikarstvu ili fotografiranju). Urbani je kulturni turizam utemeljen na urbanim aktivnostima, a podrazumijevaju umjetnost ili te je posebno zastupljen kod obnavljanja i regeneriranja bivših industrijskih gradova ili gradskih središta koja postaju mjesta novih turističkih atrakcija. Za ruralni je kulturni turizam važno ruralno područje koje se ističe po privlačnoj prirodi. Većina je aktivnosti u ovoj vrsti kulturnog turizma usmjerena na razvoj poljoprivrede ili ekologije, gastronomije te kulturnih krajolika. U ruralnim se područjima u sve većoj mjeri razvijaju i zdravstveni i *wellness* centri. Konačno, domorodački (etnički) turizam privlačan je svim onim turistima koji žele upoznati lokalno stanovništvo u njihovim naseljima i sudjelovati u njihovim kulturnim običajima i tradiciji. Najčešće je ovdje riječ o nacionalnim parkovima, rezervatima, džunglama, pustinjama ili planinskim predjelima koji nisu dostupni „prosječnom“ turistu (Dujmović, 2014).

Dakle, neovisno o kojem se podsektoru kulturnog turizma radilo, glavni je cilj ove vrste turizma upoznavanje posjetitelja sa sadržajem određene destinacije, grada ili regije te onim što ju čini različitom od drugih.

U skladu sa svime prethodno navedenom, može se zaključiti kako je kulturni turist svaka osoba kod koje je prisutno veće kulturno zanimanje za izvornim kontaktom s lokalnim stanovnicima i tradicijom, a u isto vrijeme i pretražuje te skuplja informacije te stječe nova iskustva, na iznimno zabavan način. Osnovni je motiv kulturnih turista namjera da sudjeluju u kulturnim aktivnostima, a ovisno o njihovim interesima, razlikuju se sljedeći kulturni turisti:

- turisti sa specifičnim kulturnim interesom (npr. oni koje zanimaju opere, umjetničke izložbe, kazališne predstave itd.),
- turisti sa nespecifičnim kulturnim interesom (ne interesira ih posebna vrsta kulture već cjelokupna kultura) (Rabotić, 2013).

Richards (1996) naglašava kako je kulturni turist više obrazovan od prosječnog turista te kako ima više razumijevanja za nepovoljne učinke turizma na lokalno stanovništvo, okoliš i kulturu. Na temelju mnogobrojnih istraživanja (Rabotić, 2013) zaključilo se da su kulturni turisti natprosječno isplativi turističkim destinacijama iz sljedećih razloga:

- češće putuju individualno (viši prihodi turističke destinacije uslijed izbjegavanja plaćanja provizija posrednicima),

- natprosječnosti s obzirom na stupanj obrazovanja, primanja i potrošnje te
- sklonosti organiziranju putovanja u skladu s vlastitim željama i rasporedu upotrebom Interneta za informiranje, nabavu ulaznica i putnih karata te rezervaciju smještaja.

Prije donošenja same odluke o odlasku na putovanje, „pravi kulturni turist“ istražuje i skuplja informacije o turističkoj destinaciji, analizira ju te se priprema za posjet nekoj lokaciji skupljajući informacije o mjestima i atrakcijama koje planira posjetiti. S obzirom da kulturni turisti nisu nekakva kategorija ljudi, razlikuju se sljedeće vrste kulturnih turista:

- namjerni kulturni turist (kultura je osnovni čimbenik njegova dolaska u turističku destinaciju te on traži snažno kulturno iskustvo),
- kulturni turist na razgledavanju (putuje iz kulturnih pobuda, ali stalno traži kulturna iskustva i doživljava zbog čega obilazi kulturne atrakcije),
- slučajni kulturni turist (ne posjećuje turističku destinaciju zbog kulture, ali posjećivanjem iste ipak doživi zavidan kulturno-turistički doživljaj),
- povremeni kulturni turist (njega kultura motivira i on stalno traži površno iskustvo) te
- usputni kulturni turist (za njega kultura nije utvrđeni motiv, ali on posjećuje kulturne atrakcije) (Rabotić, 2013).

2.3. Utjecaji pandemije bolesti COVID-19 na kulturni turizam

Budući da je COVID-19 zaustavio globalni turizam, mnogi su turisti tražili kulturna i putnička iskustva iz svojih domova. Naime, upravo se kultura tijekom razdoblja karantene, izolacije i fizičke distance pokazala nezamjenjivom, a potražnja za virtualnim pristupom muzejima, kazalištima i predstavama dosegla je neviđene razine (UNWTO, 2023).

Usljed pandemije je mnogo hrvatske kulturne baštine bilo zatvoreno te je život mnogih kulturnih djelatnika bio životno ugrožen. Ukoliko je cilj turizma doprinos opstanku sektora kulture, tj. kina, umjetnosti i mnogih drugih segmenata, trebao bi se ojačati kulturni identitet i brendiranje turističkih destinacija. Unatoč svim izazovima, sektor turizma i kulture suočeni su s prilikom za stvaranje novih partnerstava i suradnje. Upravo su u razdoblju pandemije COVID-19 bili suočeni s izazovom zajedničkog osmišljavanja i diverzifikacije ponude, privlačenja nove publike, razvijanja novih vještina te podržavanja prijelaza svijeta na nove uvjete i način života (UNWTO, 2023).

Pandemija COVID-19 „zamrznula“ je domaći i strani kulturni turizam te su se od ožujka 2020. godine počeli otkazivati ili odgađati najpoznatiji svjetski festivali (poput festivala Glastonbury, Edinburgh International Festival, Eurovizija) i turneje velikih glazbenih zvijezda (Vodanović Lukić i Lukić, 2020).

Početak pandemije su se zatvarale koncertne dvorane, operne kuće, kazališta, kina diljem svijeta. Muzeji i galerije, iako su se mogli lakše prilagoditi uvjetima fizičkog distanciranja, također su, zbog zatvaranja granica i mjera predostrožnosti za domaće posjetitelje, doživjeli isto. Prema podacima UNESCO-a „89% država zatvorilo je u vrijeme pandemije, u potpunosti ili dijelom, lokalitete s Popisa svjetske baštine“ (UNESCO, 2020).

Navedene posljedice pandemije osjetile su se i u brojnim hrvatskim kulturnim institucijama, nastupila su otkazivanja brojnih događanja i koncerata. Usprkos tome što je kulturni turizam kompleksan i raznovrstan fenomen koji obuhvaća materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, u suvremeno doba sve više obuhvaća i suvremene izričaje kao što su izvedbene umjetnosti, film, moda, gastronomija, kulturne aktivnosti lokalnih zajednica itd. Upravo je uslijed zaustavljanja kulturnog turizma koje je izazvano zbog pandemije COVID-19 nastupila virtualizacija kulturnih resursa u jednakoj mjeri s aspekta produkcije i s aspekta konzumiranja. U vrijeme pandemije se sve više nastojalo odgovoriti na pitanje kako putovati posvuda po svijetu, a pri tome ostati kod kuće. Naime, prema provedenom istraživanju od strane NEMO-a (2020), od 650 muzeja iz 41 države o posljedicama pandemije COVID-19, njih više od 60% potvrdilo je da je tijekom pandemije povećalo svoju prisutnost na Internetu.

Svi su oni najviše bili aktivni na društvenim mrežama, prenosili su razne sadržaje uživo te predstavljali mnogobrojne igre za posjetitelje, a znatno se povećao i broj posjetitelja internetskih stranica muzeja. UNESCO je, zajedno s Google Arts&Culture, pokrenuo kampanju naziva *#ShareOurHeritage*, a čiji je glavni cilj promoviranje dostupnosti kulturne baštine i tradicijskih kulturnih praksi u doba kada nije bilo moguće putovati, tj. u doba pandemije COVID-19 (UNESCO, 2020).

U tom su se razdoblju održavali razni virtualni koncerti poznatih glazbenika diljem svijeta, a i u Republici se Hrvatskoj zamijetio trend porasta kulturnih sadržaja u virtualnom svijetu ColleenDilenSchneider (2020).

Ministarstvo kulture je kreiralo te redovito ažurira popis svih tih sadržaja, a isti uključuje filmove, izložbe, kazališne predstave te književna događanja i sadržaje. Na pandemiju su muzeji odgovorili na mnoge načine, a najviše je njih svoje izložbe napravilo virtualnima, a poneki su kreirali i dokumentirane filmove o životu svojih građana u uvjetima izolacije i karantene koji su nastupili zbog pandemije.

Veliki broj kazališta je emitirao svoje prošle sezone predstava preko Youtube platforme, a na web platformama je bilo moguće gledati i mnogobrojne glazbene i scenske nastupe brojnih hrvatskih, ali i svjetskih glazbenika i umjetnika. Unatoč tome što je veći dio svih tih sadržaja bio namijenjen domaćem stanovništvu, isti je bio dostupan i na stranim jezicima što ga je učinilo pristupačnim i zanimljivim kulturnim turistima diljem svijeta. Također, pojedini su se hrvatski muzeji uključili i u globalne web platforme koje obavljaju promociju online muzejskih sadržaja te ih čine univerzalno dostupnim. Iako se i u doba pandemije, kako tako, funkcioniralo, u području kulturnog turizma će se dugo osjećati posljedice pandemije te će njegov oporavak biti dugotrajan (NEMO, 2020).

Kako je objavljeno na stranici ColleenDilenSchneider (2020), od početka pandemije se svaki tjedan provodi istraživanje u Sjedinjenim Američkim Državama iz kojega se želi saznati kolika je potražnja za kulturnim aktivnostima. Iz tih je istraživanja zaključilo kako će najveća potražnja biti za kulturnim aktivnostima koje pružaju mogućnost veće slobode kretanja i međusobne udaljenosti te koje se odvijaju na otvorenom (npr. posjeti muzejima na otvorenom, arheološkim nalazištima, perivojima, parkovima, botaničkim i zoološkim vrtovima itd.). S druge se strane manja potražnja očekuje za kulturnim događanjima u zatvorenim prostorima s najmanjom mogućom mogućnosti kretanja (koncerti, predstave i slično). Zanimljiva je i činjenica da će pripadnost rizičnoj skupini koja je značajan segment tržišta za neku kulturnu aktivnost (npr. starija životna dob posjetitelja opere) vjerojatno utjecati na brzinu njenog oporavka (ColleenDilenSchneider, 2020). Iako se ovo istraživanje provodi u Sjedinjenim Američkim Državama, rezultati se dijelom mogu primijeniti i na Republiku Hrvatsku.

Međutim, najveći je izazov za hrvatski kulturni turizam neizvjesnost održavanja mnogobrojnih festivala i manifestacija koji su postali nezaobilazni dio kulturnog i turističkog identiteta zemlje. Neki su od njih, svjetski poznati i popularni: Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto, Omiški festival klapa, Šibenski festival djeteta ili, pak, neka od brojnih filmskih festivala. Uslijed znatnih gubitaka prihoda u kulturnim djelatnostima, posebno onima koji su u vezi s javnim izvođenjem i velikom publikom, i Republika Hrvatska je trebala pronaći adekvatne oblike izravne financijske podrške akterima koji su važni za kulturni turizam. U skladu s time je u Europi pokrenuto mnoštvo aktivnosti kako bi se pomoglo tom sektoru među kojima se ističu Culture Action Europe i European Cultural Foundation (NEMO, 2020).

Te aktivnosti pokrenute su s ciljem upoznavanja Europske komisije s problemima s kojima su se u pandemiji suočavale mnoge europske kulturne institucije. Osim na ova poznatija, nužno je proučiti i utjecaj pandemije COVID-19 na manja kulturna događanja i ustanove koje se nalaze izvan turistički najposjećenijih područja Republike Hrvatske.

Kada se „vrate“ turistički prihodi, mnogi će poznati festivali i manifestacije u hrvatskim turističkim destinacijama, posebno onim većim, i dalje podržavati kulturnu produkciju. Međutim, zbog velikog smanjenja prihoda iz javnih izvora koji su preusmjereni na podršku gospodarstva u krizi, upravo bi se kultura u manjim gradovima i ruralnim područjima u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske te u turistički slabije razvijenom obalnom zaleđu mogla naći na najvećem udaru. No, iz tih negativnih rezultata treba izvući i nešto pozitivno, a pod tim se misli na iskorištavanje krize kao poticajnog čimbenika razvoja posebnih oblika turizma, uključujući i onaj kulturni. Stoga, turističke destinacije koje su posjećene u manjoj mjeri predstavljaju idealnu priliku za prostornu raspršenost turista u uvjetima fizičke distance. S obzirom da sve više raste broj smještajnih kapaciteta (ColleenDilenSchneider, 2020) u ruralnim područjima Hrvatskog Zagorja, Međimurja, Baranje, Cetinske i Imotske krajine te šibenskog zaleđa, a oni omogućavaju sigurniji boravak turista, zasigurno raste i prilika za kulturni turizam u njima, posebice u seljačkim obiteljskim gospodarstvima, manjim ruralnim kampovima i kamp odmorištima za kampere, apartmanima te sobama. Kultura života i rada koja se doživljava boravkom u nekom od tih oblika smještaja može se nadograditi posjećivanjem manjih lokalnih kulturnih ustanova i manifestacija. Mnoge su od njih itekako poznate, a to su Ogulinski festival bajke, manifestacija Glumci u Zagvozdu, Festival čipke u Lepoglavi, Muzej Radboa u Radoboju, Ekomuzej Mura itd. Upravo se tako povećava interes te isticanje manjih sredina s više izraženim osjećajem prisnosti. Dakle, krizu uzrokovanu pandemijom COVID-19 bi hrvatski turizam mogao iskoristiti za energičnije poticanje autentičnosti i kreativnosti, turizma na cijelom prostoru u čemu kulturni turizam svakako ima nezaobilaznu ulogu (ColleenDilenSchneider, 2020).

Što se tiče Republike Hrvatske, to je zemlja u kojoj prevladava tercijarni sektor uslužnih djelatnosti (Matica, 2003).

Upravo je turizam jedna od najznačajnijih grana gospodarstva u kojoj se u vrijeme turističke sezone zapošljava mnogo njenih stanovnika. Unatoč tome što se turizam na području Republike Hrvatske razvija još od Prvog svjetskog rata, zadnjih je godina ova zemlja postala vrlo atraktivno i traženo turističko odredište. Kako navodi Dobrić (2020), za nju su karakteristična sljedeća obilježja:

- očuvan okoliš,
- kulturno i povijesno naslijeđe,
- razvedena obala,
- blaga mediteranska klima i

– duga turistička tradicija.

Sva ova obilježja zemlji donose porast broja turističkih dolazaka, ali i privlačenje izravnih inozemnih investicija kojima turizam dugoročno pridonosi rastu i razvoju gospodarstva, a kratkoročno uravnoteženju platne bilance i poticanju dodatnog zapošljavanja u djelatnostima koje su usko vezane za turizam. Niti jedna zemlja Europske unije, pa tako ni Republika Hrvatska, nije ostala nezahvaćena pandemijom COVID-19. Pandemija je u svim svjetskim zemljama ostavila mnogo traga te će negativne posljedice za tržište rada biti dugoročnije nego što se to očekivalo. Osim toga, mnoga su se poduzeća suočila s nelikvidnošću što će u mnogim slučajevima prerasti u probleme sa solventnošću. Tijekom pandemije je nastupilo i ugrožavanje i stabilnosti financijskih tržišta zbog čega je povećan rizik da zemlje članice Europske unije, u koje spada i Republika Hrvatska, ne uspiju dovoljno uskladiti odgovore nacionalnih politika (Europska komisija, 2020).

Kako navodi Državni zavod za statistiku (2020), pandemija je uvelike rezultirala usporavanjem hrvatskoga gospodarstva od sredine ožujka 2020. godine, a, iako širenje bolesti nije imalo znatnog utjecaja na ekonomske pokazatelje u siječnju i veljači iste godine, utjecaj pandemije vidi se već u prvom tromjesečju godine u vidu sporijeg rasta stope BDP-a. Prema prvoj je procjeni tromjesečni BDP u prva tri mjeseca 2020. godine manji za 1,2% u odnosu na prethodna tri mjeseca, a veći za 0,4% u odnosu na isto razdoblje 2019. godine što podrazumijeva veliko usporavanje rasta BDP-a. Uslijed pandemije COVID-19 i provođenja različitih mjera, u Republici je Hrvatskoj, prema podacima Hrvatske turističke zajednice (2020), u prvom dijelu 2020. godine zabilježen „broj dolazaka stranih turista od 1.140.689, što označava pad od 80,6% u usporedbi s istim razdobljem prošle godine“.

Također, Hrvatska turistička zajednica (2020) navodi kako je zabilježeno 509.056 dolazaka domaćih turista što predstavlja pad od 50,9% u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. U tom je periodu zabilježeno 5.394.611 noćenja stranih turista (pad od 76,6%) te 2.300.425 noćenja domaćih turista (pad od 31,4%). Sveukupni broj dolazaka u prvih pet mjeseci iznosio je 1.649.745, što je pad od 76,2% u odnosu na prvu polovicu 2019., dok je ujedno zabilježeno 7.695.036 noćenja (pad od 70,9%) (Hrvatska turistička zajednica, 2020).

Predviđao se pad turističke potražnje od 70 do 90% što je i ostvareno i zbog čega je Hrvatska turistička zajednica u navedenom periodu provodila pojačane aktivnosti promocije, i to u vidu pozivnih oglašavačkih kampanja te kampanja informativnog karaktera na tržištima „Njemačke, Austrije, Velike Britanije i Italije budući da su to vrlo značajna tržišta za hrvatski turizam“ (Kranjčević, 2020, str. 49).

Prema istom autoru na tim je tržištima Republika Hrvatska smještena kao sigurna zemlja.

Tome u prilog idu i članci mnogih svjetskih časopisa u kojima se Republika Hrvatska spominje kao iznimno sigurna turistička destinacija. Ovoj zemlji u prilog ide i tzv. sindrom blizine doma prema kojemu je označena smanjena tendencija ka putovanjima u zemlje koje su udaljene od zemlje prebivališta u vremenima krize i neizvjesnosti. Upravo zbog blizine nekih od najvećih emitivnih tržišta te dostupnosti dolaska osobnim vozilom na destinaciju kao posljedica se javljaju više stope dolazaka i noćenja turista u kriznom vremenu koje je vrlo neizvjesno. Na razini Europske unije je u 2020. godini zabilježeno „60 do 90% manje rezervacija nego godina prije, a pad prihoda se procjenjuje na 85% za hotele i restorane te 90% za organizatore kružnih putovanja i zračne prijevoznike“ (Kranjčević, 2020, str. 50).

Pandemija COVID-19 pokazala je da je turizam iznimno povezan i ovisan o zdravstvenim prilikama na lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj, ali i međunarodnoj razini. Zatim, pretpostavlja se da će u budućnosti pitanje zdravstvene sigurnosti postati vrlo važan segment u pripremi putovanja, odabiru destinacije, ali i pružanju usluga u turizmu, što je do pojave ove pandemije često bilo zanemareno. Osim toga, dokazano je da se pandemija kontrolirala i da nije značajno utjecala na opstanak zdravstvenog sustava ondje gdje je postojao kvalitetno organiziran javni zdravstveni sustav. Pandemija ugrožava temelje turističkog gospodarstva, a dio novca koji se troši na turizam i putovanja pada uslijed globalne krize gospodarstva i pada BDP-a većine razvijenih zemalja. Uslijed donošenja raznih zaštitnih mjera i zatvaranja granica smanjena je i prometna povezanost između turističkih regija. Osim toga, COVID-19 u velikoj mjeri predstavlja ugrozu za turiste starije dobi koji su do sada bili vrlo značajni tržišni segment za produljenje turističke sezone. Dok ponovno ne dostignu predkriznu razinu turističke aktivnosti, turističke će destinacije Republike Hrvatske, ali i drugih svjetskih zemalja, prolaziti nekoliko različitih faza oporavka (Krešić i Mikulić, 2020).

Pandemija COVID-19 i javno-zdravstvene mjere kojima se želi prevenirati širenje ove bolesti, a koje obuhvaćaju karantenu, fizičku distancu, ograničenja u kretanju i putovanjima, kampanje s ciljem navođenja ljudi da ne izlaze iz svojih kuća, a koje su se provodile u gotovo svim svjetskim zemljama, ostavile su vrlo moćan trag na njihovim gospodarstvima, ovisno o tome na koji su se način te kojim intenzitetom uvodile i provodile.

Kako bi stvorilo turističko tržište, nužan je susret turističke ponude i potražnje koje, ukoliko su dislocirane, rezultiraju slomom tržišta. Turistička potražnja uvijek „putuje“ turističkoj ponudi i upravo mnogobrojni različiti oblici ograničenja kretanja direktno omogućavaju zadovoljavanje tog uvjeta.

Kao što je prethodno navedeno, u uvjetima pandemije se broj putovanja turista smanjio, a nakon „zatišja“, oni koji su i mogli putovati, strahujući za ponovno širenje virusa i pogoršanje svog imovinskog stanja, prvenstveno su se orijentirali na putovanje unutar svoje države ili u najbližoj susjednoj zemlji. U tom se kontekstu Republika Hrvatska, s jedne strane, nalazi u nimalo povoljnoj situaciji zbog niske potražnje, ali se, pak, s druge strane, nalazi u prednosti jer je locirana u blizini glavnih europskih tržišta koja su dostupna prijevozom osobnim automobilom (Klarić, 2020).

Prva faza oporavka od pandemije trajala je od srpnja do listopada 2020. godine kada je većinu turističke potražnje generiralo lokalno stanovništvo i regionalna turistička potražnja, s otvorenim granicama onih zemalja koje pandemiju drže pod kontrolom. Druga je faza nastupila krajem 2020. i početkom 2021. godine, a vezana je za uspostavljanje redovitih zračnih, kopnenih i pomorskih veza među europskim zemljama, a potom i među ostalim svjetskim zemljama što je direktno korelirano s epidemiološkom situacijom u svakoj pojedinoj zemlji. Konačno, treća je faza direktno vezana za oporavak najznačajnijih emitivnih tržišta, za Republiku Hrvatsku, a neka su od njih njemačko, talijansko i austrijsko (Polyzos i sur., 2020).

„Kada stope rasta BDP-a i kupovna moć potrošača u ovim državama budu na razinama koje mogu podnijeti trošak odlaska na inozemna turistička putovanja, a pod pretpostavkom prestanka opasnosti od bolesti COVID-19 i uspostave ponovnog povjerenja između turističke ponude i potražnje, pretpostavlja se kako će i hrvatsko turističko tržište doživjeti konačni oporavak“ (Polyzos i sur., 2020, str. 11).

Usljed pandemije COVID-19 stvoren je dinamički model opće ravnoteže kojim se predviđaju posljedice pandemije na sektor turizma i ostale sektore. Iako je pandemija službeno proglašena gotovom i posljedice su vidljive, zasigurno će trebati još mnogo vremena da sve posljedice „izađu na vidjelo“, a još će više vremena biti potrebno da se mnoge svjetske zemlje, uključujući i Republiku Hrvatsku, oporave od istih.

3. KULTURNI TURIZAM U ŠIBENIKU U RAZDOBLJU OD 2018. DO 2021. GODINE I UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19

Kao što je već prethodno opisano, kulturni je turizam za Republiku Hrvatsku vrlo značajan, a posljedice pandemije bolesti COVID-19 itekako su velike. U ovom će se poglavlju ukratko prikazati kulturni turizam u Republici Hrvatskoj, a potom detaljnije u gradu Šibeniku. Navest će se karakteristike grada u području kulture i kulturnog turizma, a najveći se naglasak daje prikazu statističkih podataka vezanih za održane kulturne događaje i broj posjetitelja istih u razdoblju od 2018. do 2021. godine. Konačno, prikazat će se i ostvareni rezultati u području kulturnog turizma grada Šibenika u 2022. godini.

3.1. Kulturni turizam u Republici Hrvatskoj

Republika je Hrvatska zemlja koja ima vrlo bogatu kulturno- povijesnu baštinu, a tome u prilog ide brojnost kulturnih dobara koje su zaštićene od strane UNESCO-a. Neke su od njih „povijesna jezgra grada Dubrovnika, Dioklecijanova palača u Splitu, Šibenska katedrala, povijesna jezgra grada Trogira, Eufrazijeva bazilika u Poreču“ itd. (Ministarstvo kulture RH, 2011).

Međutim, usprkos mnoštvu resursa i dobroj razvijenosti turističke infrastrukture te bogatoj turističkoj tradiciji, Republika Hrvatska nedovoljno iskorištava sve svoje potencijale u razvoju kulturnog turizma. Naime, ova se zemlja „oslanja“ na masovni obalni turizam s ciljem jednostavne i brze zarade čime se onemogućava dovoljno kvalitetan razvoj kulturnog turizma zbog čega je neophodan drukčiji pristup. Menadžment u kulturi, tj. u upotrebi kulturne baštine Republike Hrvatske još je uvijek nedovoljno razvijen što dokazuje malen broj profesionalnih i specijaliziranih organizacija za menadžment u održivoj upotrebi kulturne baštine. Navedeno uzrokuje sljedeće:

- „manjak znanja lokalnih stanovnika o značajnosti kulturne baštine,
- manjak znanja koordinatora kulturno-turističkih projekata o vezama turizma i kulture,
- manjak suradnje između i unutar pojedinih sektora,
- ograničenost proračunskih sredstva sektora turizma i lokalne te područne (regionalne) samouprave za razvijanje kulturnog turizma,

- nedovoljna osposobljenost djelatnika kulturnih ustanova za neke nove poslove neophodne za razvoj kulturnog turizma,
- nepostojanje savjetodavne ustanove koja bi organizatorima kulturnih manifestacija i događanja pružala podršku i pomoć savjetovanjem o financiranju, pripremi i provedbi istih,
- niska razina uključenosti kulturnih resursa u turističke aranžmane čime je smanjena značajnost kulture kao potencijala u turizmu,
- prevelika usmjerenost kulturnih programa na domaće tržište zbog čega nisu dovoljno prepoznati na stranim tržištima,
- loša organizacija promidžbenih aktivnosti kulturnih programa čime je onemogućen pristup ciljnim tržištima,
- nedovoljna dostupnost kulturnim objektima,
- loša infrastrukturna opremljenost lokaliteta čime se onemogućavaju prihodi od ekstra ponude,
- nedostupnost pojedinih lokaliteta čime je onemogućen pristup većem broju turističkih grupa,
- manjak iskorištenosti i distribucije te neadekvatna prezentiranost i prodavanje nematerijalnih kulturnih dobara,
- velika ovisnost kulturnih programa o školskim ekskurzijama te zanemarivanje drugih potencijalnih ciljnih tržišta,
- neprilagođenost radnog vremena nekih kulturnih ustanova standardnom vremenu obilaska turista,
- nepristupačnost osobama koje su ograničeno pokretne te
- niska ponuda pratećih sadržaja“ (Ministarstvo kulture RH, 2011).

U skladu s time je Ministarstvo definiralo Strategiju razvoja turizma u RH prema kojem je zadalo cilj da do 2020. godine bude prepoznata kao novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište. Navedeni se cilj i počeo ostvarivati tako što su se povećala ulaganja u „živu“ gradsku kulturnu scenu čime su se veći hrvatski gradovi uvrstili na listu svjetski poznatih turističkih destinacija, a revitalizacijom i opremanjem pojedinačnih objekata baštine, vjerskih lokaliteta i mreža hodočasničkih putova otvoren je Republici Hrvatskoj pristup novim potrošačkim segmentima. S tim je ciljem kreiran i Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, i to suradnjom Ministarstva kulture, Ministarstva turizma i sustava hrvatskih turističkih zajednica.

Glavni je cilj ovog Akcijskog plana uspostava zajedničke razvojne platforme te usuglašavanje djelovanja glavnih aktera koji su značajni za razvoj hrvatskog kulturnog turizma u Hrvatskoj (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2029. godine, NN 55/2013).

Dalje, budući da je razvoj kulturnog turizma utemeljen na zajedničkom radu i suradnji sektora kulture i turizma, glavni je cilj uspostava strateškog i operativnog okvira djelovanja njihovih aktera. Kako je navedeno u Strategiji razvoja turizma RH do 2020., kulturni je turizam, „prema kriteriju atraktivnosti, uvršten u potencijalno vodeće proizvodne grupe hrvatske turističke ponude“ (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2029. godine, NN 55/2013).

Za Republiku Hrvatsku relevantni proizvodi kulturnog turizma koje definira ova Strategija obuhvaćaju:

- gradski turizam,
- turizam baštine,
- turizam događanja,
- kreativni turizam i
- vjerski turizam (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, NN 55/2013).

Procjenjuje se da oko 40% svih međunarodnih putovanja sadrži stavku kulture zbog čega je nužno da se više i brže razvija ovaj proizvod te da se iskoriste njegovi potencijali. Sukladno tome, trebali bi se osmisliti načini sustavne valorizacije kulturne baštine i suvremene kulturne produkcije te definirati razvojni model kojim kultura i turizam mogu uspješno surađivati. Ako se usporedi s tradicionalnim poimanjem kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj, kreativni turizam predstavlja novinu – počeo se razvijati 2010. godine. Tada se započelo s formiranjem ponude koja omogućava posjetiteljima razvoj kreativnih potencijala kroz sudjelovanje u raznim oblicima tečajeva i radionica. Upravo je zato od velike važnosti da se u formiranju ponude kulturnog turizma i njegovom jačem prodoru na tržište uključe inovacije i kreativnost. Tomu u prilog svakako idu kvalitetna i slojevita interpretacija materijalne i nematerijalne baštine, ali i izgradnja imidža Republike Hrvatske kao države koja ima bogatu tradiciju, kulturu i suvremenu kulturnu produkciju. Na razvoju hrvatskog kulturnog turizma radi se više godina što dokazuje i Strategija kulturnog turizma koja je stupila na snagu 2003. godine (Polyzos i sur., 2020).

Naime, tada se kulturni turizam nije prepoznavao kao samostalan turistički proizvod zbog čega je puno napora uloženo u stvaranje preduvjeta za njegov razvoj. Iako razvoj kulturnog turizma značajno napreduje, i dalje je prisutan izostanak iskoraka u razvoju „tržišno spremnih“ kulturno-turističkih proizvoda.

Upravo je zato neophodno uvažiti iskustva koja su stečena do danas u području razvoja kulturnog turizma, nastaviti s njegovim stalnim planiranjem te se još više zalagati za razvijanje tržišno spremnih proizvoda i njihov plasman na tržištu (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, NN 55/2013).

3.2. Kulturni turizam u gradu Šibeniku

Grad Šibenik jedan je od hrvatskih gradova koji se ističe po mnogočemu, a svakako je važan upravo kulturni turizam koji je u ovome gradu prisutan već dugi niz godina.

3.2.1. Grad Šibenik kao turistička destinacija

Šibenik je jedan od najstarijih gradova na jadranskoj obali, a prvi se put spominje 25.12.1066. godine u dokumentima hrvatskog kralja Petra Krešimira IV. zbog čega se i naziva Krešimirovim gradom (Grad Šibenik, 2023).

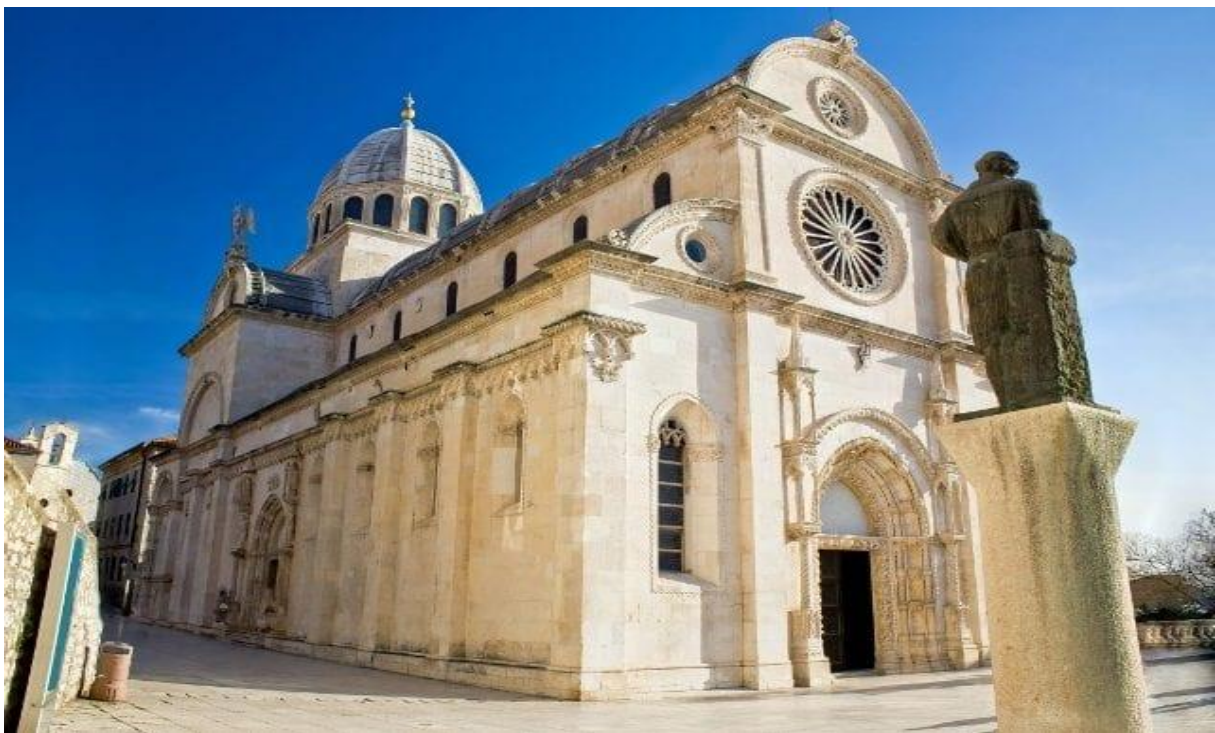


Slika 1. Grad Šibenik

Izvor: <https://www.happy.rentals/blog/241-one-day-in-%C5%A0ibenik:-what-to-see>

Danas grad Šibenik predstavlja kulturni, gospodarski i obrazovni centar te glavni grad Šibensko-kninske županije. Ova županija privlači različite vrste turista i, zahvaljujući svojoj ponudi, manifestacijama i kulturnom baštinom, razvila se u prostor koji je prikladan za formiranje različitih vrsta turizma. Usprkos tome što je u prošlosti većina turista posjećivala ovo područje s ciljem opuštanja i odmora u ljetnim danima, osjeti se porast kulturnog, seoskog, nautičkog, gastro te sportskog turizma. Za grad Šibenik je karakteristična bogato razvijena kulturna baština u koju se ubrajaju „fortifikacijski i sakralni spomenici, samostanski mediteranski vrt, arheološko nalazište Danilo, gradska straže, klape i ostale zanimljivosti“ (Turistička zajednica grada Šibenika, 2023).

Najznačajniji sakralni spomenik ovoga grada jest Katedrala sv. Jakova koja se ističe po mnogočemu, i to ne samo na razini Republike Hrvatske, već i na razini Europe. Naime, ova je katedrala cijela izgrađena od kamena, a ističe se i zbog smionih konstrukcijskih montaža kamenih ploča i rebara, bez upotrebe ikakvog vezivnog materijala. Ističe se i „među renesansnim crkvama zbog svog pročelja u obliku trolista te i zbog 71 realističnog portreta (ljudskih glava za koje se pretpostavlja da su glave ljudi iz vremena gradnje te 3 lavlje glave)“ (Turistička zajednica grada Šibenika, 2023).



Slika 2. Katedrala sv. Jakova

Izvor: <https://smart-travel.hr/katedrala-svetog-jakova-sibenik/>

Potom, u jezgri grada Šibenika nalaze se i mnogobrojni sakralni spomenici, 24 crkve, od kojih se u 12 održavaju mise, a druge imaju neke ostale funkcije (muzeja, galerija i stambenih prostora), ali i šest samostana (tri muška i tri ženska). Grad Šibenik je poznat i po održavanju raznih festivala i kulturnih manifestacija od kojih se ističe Međunarodni dječji festival. 2014. je godine grad potpisao ugovor s Institutom za turizam za izradu Strategije razvoja inovativnog turizma grada Šibenika kojom je osigurao sustavan i koordiniran razvoj turizma s ciljem bolje turističke valorizacije vrijednih resursa kojima raspolaže. Ovaj se dokument izrađivao u više faza te se u njegovom prvom dijelu analizira postojeće stanje te se prikazuju temeljne prostorne i gospodarske karakteristike. Potom su analizirani glavni dionici turističkoga razvoja grada i analizirane su karakteristike turističke ponude i potražnje. Obradila su se i atrakcijski temelji prema metodologiji dr. sc. Eduarda Kušena, a radi se o analiziranju turističkih temelja prema kategorijama atrakcija. Pored toga, istražila se i situacija s trenutnim marketinškim aktivnostima i provela se analiza tržišnih trendova koji su važni za daljnji razvoj turizma u gradu Šibeniku (Institut za turizam, 2015).

Nadalje, na temelju utvrđenog postojećeg stanja razrađuje se strategija razvoja koja uključuje viziju, odrednice upravljanja, prostorne i proizvodne koncepcije te strategije razvoja proizvoda. S obzirom da je krajolik vrlo značajna stavka razvoja turizma u gradu Šibeniku, posebno se naglašavaju izgradnja i uređenje okoliša. U sklopu ovoga dokumenta predstavio se i akcijski plan koji definira i razrađuje programe koje bi trebao implementirati grad Šibenik kako bi ostvario određene ciljeve. Svi se ti programi dijele u sljedeće grupe:

- „upravljanje razvojem turizma,
- turistička infrastruktura,
- turistička suprastruktura i poduzetništvo te
- promocija i prodaja“ (Institut za turizam, 2015, str. 65.).

Za upravljanje razvojem turizma postavljeni su još i dodatni programi, a to su: edukacija u turizmu (s ciljem poboljšanja konkurentnosti grada Šibenika osiguravanjem kvalitetnog cjeloživotnog podizanja stručnih znanja i vještina postojećim i potencijalnim zaposlenicima u turizmu), izrada priručnika za gradnju u Šibenskom priobalju (s ciljem izrade cilj priručnika koji će pomoći privatnom sektoru u formiranju i gradnji objekata i njihovih okućnica).

Zatim, programom tehničke pomoći poduzetnicima, odnosno investitorima planira se poboljšavanje konkurentnosti grada te se mobilizacijom potencijala žele razviti novi proizvodi, povećati mogućnosti zapošljavanja i unaprijediti životni standard lokalnog stanovništva.

Konačno, programom razvoja i praćenja indikatora konkurentnosti, odnosno kvalitete želi se dugoročno unaprijediti kvaliteta i konkurentnost turističke ponude i cjelokupne destinacije te potaknuti razvoj turizma i ostvariti ravnotežu među gospodarskim, ekološkim i sociokulturnim koristima kao i osigurati dugoročnu budućnost turizma u gradu Šibeniku.

3.2.2. Razvoj kulturnog turizma u gradu Šibeniku

U prošlosti je grad Šibenik bio industrijski grad koji je imao razvijenu metalnu industriju i popratne sadržaje, a samo je u njegovim okolnim mjestima bio razvijen turizam, i to pretežno kupališni (proizvod „sunce i more“). Međutim, 90-ih godina 20. stoljeća započinje deindustrijalizacija grada na način da su se postupno „gasile“ nekadašnje velike tvornice. Na početku 21. stoljeća sve se više počinje isticati turizam te postaje „najperspektivnija privredna djelatnost“, ali pretežno „samo na papiru“ (Institut za turizam, 2015).

Grad Šibenik onda još nije imao razvijenu turističku infrastrukturu te gotovo da nije imao smještajnih objekata kao ni objekata s rekreacijskim sadržajima te je dugi niz godina egzistirao isključivo kao:

- izletišta za turiste koji su bili smješteni u turističkim mjestima koja su bila u blizini,
- mjesto poludnevnog zadržavanja gostima s velikih brodova,
- „usputna“ stanica na putu do Nacionalnog parka Krka te

jedina atrakcija kulturnog turizma bila je Katedrala sv. Jakova (Institut za turizam, 2015).

Smještajni kapaciteti u samome gradu podrazumijevali su samo one u hotelu Jadran i još nekolicinu privatnih iznajmljivača, a „ozbiljniji“ se turizam odvijao u hotelskom naselju Solaris (današnji Amadriapark) koji, iako se nalazi na administrativnom području Šibenika, najviše funkcionira kao samostalni turistički objekt. Upravo sukladno navedenom, grad Šibenik je „preskočio“ fazu razvoja turizma Republike Hrvatske koja je bila oslonjena na masovni turizam uz prodaju „sunca i mora“ te je sačuvao sve važne karakteristike kulturnog identiteta.

Aktivniji turizam u ovome gradu počeo se odvijati tek prije nekoliko godina kada je zavladao svijest o „potrebi razvoja održivih, selektivnih oblika turizma kao što su poslovni, avanturistički i kulturni“ (Šišara i sur., 2010, str. 158).

Tako je manjak turističke infrastrukture prerastao iz nedostatka u prednost ovoga grada. Temeljem vlastitih povijesnih kulturnih vrijednosti i pozicije uz obalu, u blizini nacionalnih parkova i masovnih turističkih tokova, u gradu Šibeniku se razvila svjesnost o vrijednostima i kapacitetima za razvoj kulturnog turizma koje posjeduje (Šišara i sur., 2010).

U gradu Šibeniku sve se više počelo voditi računa o održivom turizmu te očuvanom okolišu, valoriziranim te očuvanim prirodnim i kulturnim vrijednostima. Kulturni je turizam segment održivog turizma i nalazi se na visokome rangu u strategiji ovoga grada. Iz istraživanja iz 2008. godine provedenog od strane Instituta za turizam Republike Hrvatske, kako navode Tomljenović i Marušić (2009), vidljiv je profil kulturnih turista. Naime, vidljivo je da se radi o visoko obrazovanim posjetiteljima srednjih ili visokih primanja koji mogu potrošiti veći iznos na lokaciji koju posjete. „Najviše (47%) je turista dobi između 30 i 49 godina, njih 30% je dobi do 29 godina, a 23% ih ima 50 ili više godina“ (Tomljenović i Marušić, 2009, str. 58).

Prosječni kulturni turist nalazi se u grupi turista srednjih i mlađih godina, natprosječnog obrazovanja i primanja, a najčešće je riječ o turistima kojima je to prvi posjet Republici Hrvatskoj. Institut za turizam informacije prikuplja više od godinu dana unaprijed, a informira se ponajviše preporukama od strane poznanika i preko Interneta. Najviše stranih posjetitelja Republiku Hrvatsku poistovjećuje s bogatom kulturno-povijesnom baštinom (Tomljenović i Marušić, 2009).

S obzirom na sve prethodno navedeno, moguće je zaključiti da bi se komunikacija s ciljnom skupinom trebala odvijati na moderan, tehnički i grafički dotjeran način, sukladan trendovima na globalnoj razini te vrlo inteligentno i jasno. Svaki logotip i grafika kulturnih lokacija i spomenika moraju biti primjenjivi i u digitalnom okruženju, na Internetu i drugim platformama. Osim toga, svaki bi pojedinac trebao moći vrlo jednostavno kupovati ulaznice i rezervacije smještaja, a pri tome se ne smiju zanemariti ni izvedba i ponuda koje moraju biti u skladu s onim što se oglašava te na posjetitelje moraju ostaviti dojam. Prema istom istraživanju (Tomljenović i Marušić, 2009) najviše kulturnih turista posjećuje određenu turističku destinaciju temeljem preporuka prijatelja ili rodbine, a neki i na temelju prethodnih iskustava. Veliki dio čine i oni koji dolaze i zbog preporuka lokalnih stanovnika, ali i uslijed informiranosti putem Interneta i raznih letaka. U gradu Šibeniku se, osim pojma kulturnog turizma, spominje još i pojam kulturnog poduzetništva, tj. poduzetništva koje se bazira na kulturnoj baštini.

Kulturno se poduzetništvo može definirati kao „skupina svih onih djelatnosti čijim proizvodima i uslugama komercijalnu vrijednost daje kreativni rad utemeljen na poznavanju povijesti, umjetnosti i kulture“ (Ministarstvo kulture RH, 2011).

Financiranje takvih djelatnosti ne odvija se iz javnih izvora, njihovi su potrošači specifični te pridonose formiranju simboličkih vrijednosti i njegovanju identiteta. Pod područjima kulturnog poduzetništva ubrajaju se:

- kulturne industrije (kreiranje i produkcija glazbe, umjetničkih predstava, književnosti, vizualne umjetnosti, izložbi, festivala, kao i izdavaštva, arhitekture, dizajna i dr.) te
- kulturni menadžment (istraživanje, planiranje, produkcija, organiziranje, vođenje kulturnih projekta, financiranje, marketing, promocija, informiranje te edukacija i osposobljavanja menadžera) (Ministarstvo kulture RH, 2011).

Dakle, važno je da svaka kulturna atrakcija koja je financirana iz javnih izvora postane osnova kulturnog poduzetništva, tj. da nudi priliku za nadograđivanje kulturne ponude. Primjerice, festivalima, koncertima, prodavaonicama, ugostiteljskim objektima itd., grad Šibenik zapravo „besplatno dobiva dodatne sadržaje uklopljene u strategiju turističkog razvoja, ali i sekundarnu zaradu kroz dodatnu potrošnju turista motiviranih dolaskom zbog određenog događaja“ (Ministarstvo kulture RH, 2011).

3.2.3. Turistički trendovi u gradu Šibeniku

Grad Šibenik karakterizira ubrzani turistički razvoj posljednjih godina, i to preko projekata razvoja selektivnih oblika turizma. Dok je u Mandalini razvijen nautički turizam, u Kanalu sv. Ante razvija se aktivni turizam i u samoj jezgri grada kulturni turizam. Turizmu dodatno pogoduje i gradska plaža Banj koja se nalazi u samom centru grada. Za grad Šibenik je vrlo značajan Terraneo festival koji je bio prvi projekt kulturne ponude ovoga grada, a koji je bio fokusiran isključivo na turističko tržište, ali danas više nije aktualan. Iako je bio iznimno bogat i prije toga, kulturni život grada Šibenika usmjeravao se prvenstveno lokalnom stanovništvu te se financirao sredstvima lokalne zajednice. Upravo je festival Terraneo bio pokazatelj mogućnosti organiziranja takvih događaja te poticaj za mnoge druge događanje u samoj jezgri ovoga grada. Što se tiče aktualne ponude, u gradu Šibeniku su se počeli organizirati razni događaji na bazi poduzetništva te je fokus stavljen na turizam i turiste diljem svijeta. U jezgri grada Šibenika sve se više organiziraju različiti koncerti i ostali događaji koji su namijenjeni turističkoj ponudi.

Efekt promocije festivala pozitivno je utjecao na imidž grada Šibenika i upravo je zato danas ovaj grad poznat kao „grad kvalitetnih koncerata i dobre zabave ljeti, s tendencijom širenja kalendara događanja na cijelu godinu“ (Šišara i sur., 2012, str. 94).

Sve učinke kulturnih događanja u gradu Šibeniku prepoznaje i njegova Turistička zajednica koja je, u skladu s time, pokrenula kampanju „Šibenik – grad festivala“. Budući da nedostaju statistike u kulturnom turizmu u gradu Šibeniku, ne može se točno reći koliko se točno festivala, koncerata i drugih manifestacija održava godišnje u gradu Šibeniku te koliki je njihov učinak u vidu prodaje ulaznica i porasta broja turističkih posjeta. Upravo je zato zanimljivo istraživanje koje se provelo prije same „eksplozije“ kulturne i zabavne ponude u gradu Šibeniku iz kojega je utvrđeno da se u gradu godišnje odvija mnoštvo manifestacija.

Neke su od njih Sajam antikviteta, Uskršnji doručak, Regata krstaša, ribarske večeri, „Sajmić“, festival alternative FALIŠ te razna događanja koja organiziraju lokalni ugostitelji i poduzetnici. Iako je teško odrediti koliku je točno ulogu u ukupnom razvoju grada Šibenika imao procvat kulturne ponude, primjetan je velik rast broja ljudi na ulicama tijekom ljetnih večeri. Osim toga, zajedno s porastom kulturne ponude u gradu, ubrzano rastu i ostali pokazatelji te se posljedično otvaraju hosteli i apartmani u gradskoj jezgri (Šišara i sur., 2012).

Osim navedenih, koji traju već dugi niz godina, u Šibeniku su trenutno najaktualniji Međunarodni dječji festival, Večeri dalmatinske šansone, Srednjovjekovni sajam (iako se ne održava od 2020. godine upravo zbog pandemije COVID-19), Adriatic Boat Show, Šibenski plesni festival, Šibenske klapske večeri, Supertoona međunarodni festival animiranog filma i stripa, Light is life, Dalmatia Šibenik Outdoor festival itd. (Dalmacija Šibenik – Događanja, 2023).

Iako su se sve ove manifestacije u prethodne tri godine održavale u manjoj mjeri ili se, pak, neke ni nisu održavale, i dalje su njihova popularnost i posjećenost prisutne. Nadasve, upravo zbog „zatišja“ i neodržavanja ili održavanja u vrlo oskudnijem obliku, posjetitelji su ove manifestacije u 2021. te 2022. godini još više zaintrigirale. Zsigurno će ova, 2023., godina nadmašiti sve dosadašnje rezultate što se tiče kvalitete odvijanja, ali i posjećenosti istih manifestacija.

3.2.4. Kulturna baština grada Šibenika

Glavni resurs kulturnog turizma grada Šibenika predstavlja njegova kulturno-povijesna baština.

Tablica 1. prikazuje kulturnu baštinu grada Šibenika.

Tablica 1. *Kulturna baština grada Šibenika.*

ELEMENT KULTURNE BAŠTINE	KARAKTERISTIKE
KATEDRALA SV. JAKOVA	Najznačajniji kulturni spomenik grada Šibenika, zaštićen od strane UNESCO-a, ispred se odvijaju događanja poput Međunarodnog dječjeg festivala, Festivala dalmatinske šansone, Plesnog festivala itd.
FORTIFIKACIJE	Četiri šibenske tvrđave (sv. Ivan, sv. Mihovil, sv. Nikola i Barone) na kojima se održavaju razni koncerti.
SAKRALNI OBJEKTI	Njih 28 (većina ih je sačuvana od svoje gradnje do danas, a samo su neku dostupni za turističke posjete)
PALAČE	Biskupska palača, Kneževa palača, Palača Rossini i Gradska vijećnica (arhitektonski detalji)
MUZEJI I GALERIJE	Muzej grada Šibenika (opremljen suvremenom tehnologijom i atraktivno dizajniran), Samostan sv. Lovre, Muzej sv. Frane, Civitas Sacra, Benediktinski samostan sv. Luce, Crkveni muzej sv. Barbare, Galerija Krševan, Izložbeni centar bunari itd.
NEMATERIJALNA BAŠTINA	Klupska pjesma (organizacije klapskih večeri), Šibenska kapa, Šibenski botun, Kovani novac bagatin
GASTRONOMIJA	Dominiraju talijanska i balkanska jela, ali sve se više nude autohtona jela i pića (pidoće, luganige, domaće sorte vina, rakije travarica i komovica itd.)

Izvor: vlastita izrada autorice

Na području ovoga grada razvijeno je mnoštvo kulturnih atrakcija, a njihova se atraktivnost konstantno povećava njihovom međusobnom povezanošću. Međutim, nije svaka kulturna vrijednost ujedno i turistička atrakcija te, da bi se to ostvarilo, neophodna je njena dostupnost javnosti ili turistička valoriziranost. Grad Šibenik konstantno razvija svoj brand kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma čemu doprinose mnogobrojne kulturne vrijednosti, elementi arhitekture, tradicijski običaji i jela.

Nije jednostavno sigurno definirati kad kulturna vrijednost prerasta u atrakciju, ako se procjena vrši isključivo kriterijem dostupnosti. S druge, pak, strane, ako bi se razmatrali elementi baštine koji se strukturirano i organizirano turistički valoriziraju, „popis bi bio vrlo uzak i u njemu ne bi bile neke najznačajnije atrakcije“ (Šibenska biskupija, 2023).

Uz mnoštvo kulturno-povijesnih spomenika, grad Šibenik se posebno ističe zbog svog najvećeg i najvrjednijeg sakralnog spomenika - gotičko-renesansne katedrale sv. Jakova. Ona je jedna od najznačajnijih i najljepših katedrala na području cijele Republike Hrvatske, a sagrađena je u 15. i 16. stoljeću na lokaciji ondašnje romaničke crkve sv. Jakova. S namjerom odvajanja grada Šibenika od trogirске biskupije i stjecanja vlastite crkve, ali i vlastite autonomije, izgradila se ova katedrala. Prilikom osnivanja biskupije 1298. godine tadašnja se crkva sv. Jakova promovirala u stolnu crkvu, ali s obzirom na njenu veličinu i neprikladnost, odlučilo se da grad Šibenik i biskup osiguraju sredstva za izgradnju nove katedrale. Nakon invazije Mlečana (14. stoljeće) stara je katedrala oštećena i upravo se zbog toga odlučilo da se sagradi nova te je 1402. godine utemeljen fond za njenu gradnju (Šibenska biskupija, 2023).

Tijekom njene gradnje, Katedrala sv. Jakova nastala je na sljedećim stilovima:

- gotičkom,
- gotičko-renesansnom i
- renesansnom (Šibenska biskupija, 2023).

Za ovu je katedralu vrlo značajna kupola na kojoj su nastala mnoga oštećenja tijekom Domovinskoga rata, a danas predstavlja simbol grada Šibenika. Za nju su karakteristični i krstionica te ikonografske inovacije, a posebno je značajna 2000. godina kada je katedrala uvrštena na UNESCO-ov popis svjetske kulturne baštine (Šibenska biskupija, 2023).

Kako bi se unaprijedila turistička ponuda grada Šibenika, proveden je i projekt naziva *Civitas Sacra* u sklopu kojega je uređen i otvoren Interpretacijski centar katedrale sv. Jakova u sklopu srednjovjekovne palače Galbiani. Taj centar reprezentira bogatu povijest šibenske biskupije i specifičnosti građenja šibenske prvostolnice, a u prizemlju se nalazi i multimedijalna dvorana u kojoj se održavaju razne konferencije i skupovi (Civitas sacra, 2023).

Pored Katedrale sv. Jakova, kao najznačajnijeg elementa kulturne baštine, u gradu Šibeniku se ističu i njegove prethodno navedene tvrđave. Najstarija šibenska tvrđava jest Tvrđava sv. Mihovila koja je jedan najznačajnijih kulturno-povijesnih spomenika u gradu. Naime, nerijetko se kaže „da nije bilo tvrđave sv. Mihovila, ne bi bilo ni grada Šibenika“ (Dalmacija Šibenik, 2023).

Gradnja ove tvrđave odvijala se s ciljem kontroliranja i obrane šibenske lagune i ušća rijeke Krke, ali i ostalih važnih koridora u i prema Dalmaciji, a ime je dobila prema crkvi koja se od 12. stoljeća nalazila unutar zidina tvrđave. Tvrđava sv. Mihovila je zaštitnik šibenskog područja te je sv. Mihovil postao i službeni zaštitnik grada Šibenika. Projektom revitalizacije, tvrđava je dobila pozornicu sa 1077 sjedećih mjesta „pod nebom“. Na njoj se održavaju koncerti mnogih hrvatskih i svjetskih zvijezda (kreator[at]šibenik, 2013).



Slika 3. Tvrđava sv. Mihovila

Izvor: <https://www.tvrđjava-kulture.hr/hr/tvrđava-sv-mihovila/povijest-tvrđave/>

Sljedeća značajna tvrđava za grad Šibenik jest Tvrđava sv. Ivana koja je sagrađena u 17. stoljeću u obliku zvijezde s ciljem zaštite grada od napada Turaka. Zanimljiva je činjenica da je gradnja ove tvrđave trajala mjesec i pol dana kada su Šibenčani pomogli u gradnji u strahu od turskih napada (Dalmacija Šibenik, 2023).



Slika 4. Tvrđava sv. Ivana (prije obnove)

Izvor: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/tvrdava-sv-ivana/5.html>

Usporedno s gradnjom tvrđave sv. Ivana, gradila se i tvrđava Barone, također u vrlo kratkom periodu, točnije, u manje od dva mjeseca. Cilj njene gradnje bila je obrana od Turaka, a ime je dobila po njenom graditelju, barunu von Degenfeldu. Ova je tvrđava jedinstvena regionalna kulturna atrakcija koja je, nakon revitalizacije, postala mjesto na kojemu se, uz pomoć najmodernije tehnologije proširene stvarnosti, pruža pogled u prošlost grada Šibenika. U sklopu njene atraktivne ponude uključen je i Gastro-kulturni centar koji nudi autohtona šibenska jela i vina. U bistrou tvrđave posjetitelji mogu okusiti ista, a u suvenirnici (Barone Shopu) mogu pronaći trajne uspomene na sam grad Šibenik (Dalmacija Šibenik, 2023).



Slika 5. Tvrđava Barone

Izvor: <https://www.tvrđjava-kulture.hr/hr/tvrđava-barone/povijest-tvrđave/>

Posljednja, ali ne i manje važna, šibenska tvrđava je Tvrđava sv. Nikole koja se nalazi u kanalu sv. Ante, a sagrađena je u 16. stoljeću, također s ciljem obrane od Turaka. 2017. je godine uvrštena na Popis svjetske baštine UNESCO-a kao dio venecijanske arhitekture u 16. i 17. stoljeću. Iako još uvijek nije dostupan kopneni ulaz, ovu tvrđavu posjećuju brojni turisti iz raznih krajeva svijeta (morskim putem), a krajem 2022. godine je definiran plan obnove nakon kojega bi se trebao „pronaći“ nekadašnji ulaz s kopna i ponovno rekonstruirao. Dakle, ova je tvrđava vrlo poželjna za posjetitelje, a nakon što se rekonstruira, zasigurno će biti još poželjnija i posjećenija (kreator[at]šibenik, 2013).



Slika 6. Tvrđava sv. Nikole

Izvor: <https://www.kanal-svetog-ante.com/hr/posjet-tvrđavi-sv-nikole/informacije-o-tvrđavi>

Osim svih prethodno nabrojanih građevina te institucija, za kulturni turizam grada Šibenika vrlo je značajan njeni gradski muzej. Ovaj je muzej utemeljen 1925. godine, a nalazi se u bivšoj Kneževoj palači u neposrednoj blizini Katedrale sv. Jakova. Kneževa je palača služila za obranu grada, a izgrađena je tijekom 13. i 14. stoljeća. Muzej grada Šibenika kompleksnog je tipa, a sadrži arheološki, kulturno-povijesni, odjel novije povijesti i etnografski odjel. U sklopu muzeja djeluju još i restauratorska te konzervatorska radionica u kojima se prikuplja, čuva, obrađuje i prezentira kulturno-povijesna baština grada Šibenika. Zbirke ovog muzeja obuhvaćaju razne predmete koji su značajni za grad Šibenik – od njegova osnutka pa sve do danas (Muzej grada Šibenika, 2023).



Slika 7. Muzej grada Šibenika

Izvor: <https://sibenskiportal.hr/aktualno/muzej-grada-sibenika-posjetitelje-casti-besplatnim-ulazom-imaju-i-prigodni-program/>

U Muzeju grada Šibenika nalaze se zbirke:

- arheološkog odjela (prapovijesti, antike i srednjeg vijeka),
- kulturno-povijesnog odjela te
- odjela novije povijesti (lapidi¹, stari majstori, stare grafike, oružje, stare fotografije, razglednice itd.).

¹ *Lapidi su, prema tzv. rasnoj podjeli, jedna od triju loza iz skupine borealnih oblika europeida* (sa: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=35426>).

Svi se ovi predmeti nazivaju muzealijama, a trenutno ih je u Muzeju grada Šibenika ukupno oko 150.000 (Muzej grada Šibenika, 2023).

Za kulturni turizam grada Šibenika vrlo su značajne i sljedeće manifestacije:

- Međunarodni dječji festival (tradicionalni dječji festival koji se u Šibeniku organizira već 63 godine s ciljem unaprjeđenja estetskog odgoja djece i mladeži te razvoja njihovih umjetničkih potencijala),
- Srednjovjekovni sajam (održava se od 2005. godine, a riječ je o trodnevnom programu koji se odvija na šibenskim trgovima na kojima se izlažu mnogobrojni predmeti i delicije iz raznih hrvatskih krajeva te iz raznih razdoblja),
- Orguljaška škola (tradicionalna ljetna škola koja se održava od 1994. godine, a unutar koje se organiziraju radionice i seminari),
- Uskršnji doručak (manifestacija koju organizira Turistička zajednica grada Šibenika, a uključuje gastro doživljaj, zabavu i kulturu),
- Musica appasionatta (ljetni festival klasične glazbe koji se održava u HNK Šibenik),
- Zabavne Klapske večeri (manifestacija koja se organizira na Trgu Ivana Pavla II. četvrtkom tijekom ljetnih mjeseci),
- Večeri dalmatinske šansone (vrlo popularan festival koji je dobitnik brojnih prestižnih nagrada, a izvodi se u mjesecu kolovozu kroz dvije večeri: Večeri starih skladbi i Večeri novih skladbi),
- Off Festival Blues & Jazz Šibenik (festival jazz i blues glazbe na kojemu nastupaju mnogi hrvatski i svjetski glazbenici),
- Šibenski plesni festival (festival nudi plesnu edukaciju za mlade plesače, druženje i zabavu),
- Salsa Beach Splash Festival (festival salse koji traje šest dana, a organizira se u mjesecu srpnju) (kreator[at]šibenik, 2013).

Pored svih ovih manifestacija, grad Šibenik je poznat i po održavanju raznih sportskih manifestacija kao što su „Šibenska regata krstaša, tradicionalna regata krstaša u akvatoriju Šibenske luke te razne gospodarske i druge manifestacije kao što je Croatian Travel Festival“ (kreator[at]šibenik, 2013).

Ovaj se festival održava početkom mjeseca svibnja, a specifičan je po tome što u sklopu njega poznati hrvatski putopisci održavaju predavanja o svojim svjetskim putovanjima. Značajna je i manifestacija Okusi Mediteran koja predstavlja međunarodni festival na kojemu se prikazuje kulinarski *show*, paneli i radionice, *wine* festivali, mediteranska tržnica te znanstveni program.

Upravo se revitalizacijom tvrđave sv. Mihovila i izgradnjom ljetne pozornice te revitalizacijom tvrđave Barone započela izgradnja „osmišljenog, strukturiranog branda grada Šibenika kao kulturne turističke destinacije“ (kreator[atk]šibenik, 2013).

Ljetna pozornica na Tvrđavi sv. Mihovila kapaciteta 1100 sjedećih mjesta predstavlja jednu od najpotencijalnijih kulturnih turističkih segemenata ponude ovoga grada, a gradska je jezgra opremljena suvremenim prostorom s velikim komercijalnim potencijalom. Naime, upravo je na ovom prostoru razvijena velika prilika za izvedbe raznih domaćih i svjetskih izvođača, a ambijent očuvane srednjovjekovne tvrđave svako događanje čini kvalitetnim turističkim doživljajem. Međutim, kako bi se kvalitetno iskoristile sve prednosti ovog prostora, nužan je ozbiljan marketinški pristup, ali i animacija šireg tržišta, ne samo domaćeg, nego i stranih. Promocijom kulturnih događanja na međunarodnom turističkom tržištu, grad Šibenik je postao vrlo važan i specifičan, a u budućnosti će ta važnost i specifičnost zasigurno biti još i veće. Iako je pandemija COVID-19 ostavila traga na gradu Šibeniku i njegovom kulturnom turizmu, to ga nije „poljuljalo“. Naime, u ovom se gradu i dalje konstantno kreira brand koji svima daje do znanja da je za sve zaslužna cjelokupna lokalna zajednica, lokalna vlast, kulturna i turistička javnost. Upravo na taj način svaki element kulturnog turizma ovoga grada biva zamijećen i atraktivan (kreator[atk]šibenik, 2013).

Tržišna pozicija grada Šibenika i njegovog kulturnog turizma konstantno ojačava što se pokazalo i za vrijeme pandemije COVID-19 kada rast i razvoj istoga nisu stali. Unatoč ograničenjima za vrijeme pandemije, grad Šibenik se pokazao kao iznimno moćna i nenadmašna hrvatska destinacija u kojoj se puno važnosti pridaje kulturnom turizmu (Kultura i umjetnost u 2021., 2022).

Grad Šibenik, kao središte Šibensko-kninske županije i centar njenih najvažnijih institucija, ističe se upravo po „upornosti“, marljivosti i radu s ciljem promocije svog kulturnog, ali i ostalih vrsta turizma. Naime, Šibensko-kninska županija očuvala je postojeću kulturnu baštinu zbog manje razvijenosti kulturnog turizma i manjeg pritiska na resursnu osnovu u prošlosti. Velika raznolikost kulturne baštine predstavlja veliki potencijal županije i dopunu turizmu koji je orijentiran na „sunce i more“ zbog čega su kulturni turizam i ostali selektivni oblici turizma vezani uz kulturne resurse istaknuti kao jedan od prioriteta razvoja turizma Šibensko-kninske županije (Katuriće i sur., 2017).

Bogatu kulturno-manifestacijsku resursnu osnovu čine „kulturno-povijesna baštinu (arheološka, etnološka i sakralna baština te kulturno-povijesne cjeline i druge vrijedne građevine), kulturne ustanove (muzeji i zbirke, umjetničke galerije, glazbene dvorane i kazališta te kina), manifestacije i događaje (glazbene, kulturne, enogastronomske, sportske, zabavne,

religijske, višetematske i ostale), hodočasničke lokalitete te lokalitete vezane uz znamenite povijesne ličnosti i događaje“ (Katurić i sur., 2017, str. 23).

Kulturno-manifestacijske resurse u ovoj županiji najvećim dijelom čine lokaliteti materijalne kulturno-povijesne baštine te manifestacije i događaji.

U okviru cijele Šibensko-kninske županije zaštićeno je 312 lokaliteta koji imaju status nepokretnih kulturnih dobara (Katurić i sur., 2017).

3.3. Kulturni turizam u gradu Šibeniku od 2018. do 2021. godine

11. ožujka 2020. godine službeno je proglašen početak epidemije COVID-19 u Republici Hrvatskoj. Uslijed nastupanja raznih mjera i restrikcija, nastupilo je i „zatišje“ s turizmom, tj. drastično su se smanjili dolasci i noćenja, posebno, stranih turista. U nastavku će se prikazati usporedba 2018. i 2019., kao pretpandemijskih godina, s 2020. i 2021. godinom kada je pandemija bila u svojem najjačem jeku.

Tablica 2. prikazuje podatke o turističkom prometu, tj. noćenjima i dolascima turista u grad Šibenik u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Tablica 2. *Turistički promet u gradu Šibeniku u razdoblju od 2018. do 2021. godine*

GODINA	DOLASCI	NOĆENJA	INDEKS (DOLASCI)	INDEKS (NOĆENJA)
2018.	297.186	1.364.014	105,62	99,70
2019.	324.617	1.397.682	109,23	102,47
2020.	85.388	504.911	26,30	36,12
2021.	218.961	1.148.459	211,46	182,31
UKUPNO	926.152	4.415.066		

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Dalmacija Šibenik – Informacije o turističkom prometu, 2019., 2020., 2021., 2022.)

Iz ove je tablice vidljivo da je u ovom razdoblju ostvareno 926.152 dolazaka i 4.415.066 noćenja. Definitivno su najbolji rezultati ostvareni 2019. godine – prije pandemije COVID-19. U toj je godini vidljiv porast broja dolazaka za 9,23% te broja noćenja za 2,47% u odnosu na 2018. godinu. Potom, nastupanjem pandemije COVID-19, u 2020. je godini drastično pao

turistički promet, i to za 73,70% broj dolazaka te za 63,88% broj noćenja, što je i bilo za očekivati. Pad se očekivao i sljedeće, 2021., godine, ali je ta godina zabilježila iznenađujuće dobre rezultate. Naime, te je godine ostvaren porast broja dolazaka za 111,46% i noćenja za 82,31% u odnosu na kriznu 2020. godinu. Dakle, može se zaključiti kako je 2021. godina nadmašila sva očekivanja te da je vidljiv izlazak turizma grada Šibenika iz krize izazvane pandemijom COVID-19.

3.3.1. Hrvatsko narodno kazalište Šibenik

Tablica 3. prikazuje statističke podatke o izvedenim predstavama i broju posjetitelja u Hrvatskom narodnom kazalištu Šibenik u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Tablica 3. *Statistički podaci o izvedenim predstavama i broju posjetitelja u Hrvatskom narodnom kazalištu Šibenik u razdoblju od 2018. do 2021. godine*

GODINA	IZVEDENE PREDSTAVE	POSJETITELJI
2018.	91	35.300
2019.	35	4.106
2020.	27	1.793
2021.	88	6.245
UKUPNO	241	47.444

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Kultura i umjetnost u 2018., 2019., 2020. i 2021.)

Iz ove je tablice vidljivo da je u promatranom razdoblju u Hrvatskom narodnom kazalištu izvedena 241 predstava (drame, komedije i predstave za djecu) koje je posjetilo 47.444 posjetitelja. Daleko je najviše predstava izvedeno pretpandemijske, 2018., godine kada je zabilježen i najveći broj posjetitelja. Potom, u 2019. godini slijedi pad broja predstava i posjetitelja koji se nastavlja i 2020. godine (pad od 10,32% u broju izvedenih predstava i 94,92% u broju posjetitelja u odnosu na 2018. godinu).

Međutim, vidljiv je ponovni porast 2020. godine kada je izvedeno 96,70% broja predstava te je dostignut broj posjetitelja od 17,69% u odnosu na najuspješniju 2018. godinu.

3.3.2. Muzej grada Šibenika

Sljedeća tablica prikazuje statističke podatke o posjetiteljima stalnog postava u Muzeju grada Šibenika u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Tablica 4. *Statistički podaci o posjetiteljima stalnog postava u Muzeju grada Šibenika u razdoblju od 2018. do 2021. godine*

GODINA	POSJETITELJI
2018.	3.884
2019.	22.556
2020.	19.201
2021.	4.943
UKUPNO	50.584

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Kultura i umjetnost u 2018., 2019., 2020. i 2021.)

Iz ove je tablice vidljivo kako je u promatranom razdoblju Muzej grada Šibenika posjetilo ukupno 50.584 posjetitelja od čega ih je najviše bilo 2019. godine (njih 22.556). U 2020. je godini nastupio pad broja posjetitelja od 14,87% što i nije toliko puno s obzirom na pandemiju COVID-19 i sve mjere koje su tada bile na snazi. Međutim, velike se posljedice pandemije osjećaju u 2021. godini kada je zabilježen pad broja posjetitelja od 74,25% u odnosu na prethodnu te pad od 78,09% u odnosu na najuspješniju, 2019. godinu.

3.3.3. Šibenske knjižnice

Tablica 5. prikazuje podatke o broju knjižnica, obrađenoj knjižničnoj građi i aktivnim korisnicima šibenskih knjižnica.

Podaci obuhvaćaju sve visokoškolske, sveučilišne, znanstvene i narodne knjižnice, kao i knjižnice osnovnih te srednjih škola u gradu Šibeniku. Pri tome, za *2018. godinu nisu dostupni podaci o istima.

Tablica 5. Statistički podaci o knjižnicama, obrađenoj knjižničnoj građi te aktivnim korisnicima u gradu Šibenika u razdoblju od 2018. do 2021. godine

GODINA	KNJIŽNICE				OBRAĐENA KNJIŽNIČNA GRAĐA	AKTIVNI KORISNICI
	VISOKOŠKOLSKE, SVEUČILIŠNE I ZNANSTVENE	NARODNE	KNJIŽNICE OSNOVNIH ŠKOLA	KNJIŽNICE SREDNJIH ŠKOLA		
2018.*						
2019.					587.813	18.051
2020.	1	9	23	12	611.253	19.813
2021.					606.857	18.975
UKUPNO					1.805.923	56.839

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Kultura i umjetnost u 2018., 2019., 2020. i 2021.)

Iz tablice 5. je vidljivo kako je u razdoblju od 2019. do 2021. godine obrađeno 1.805.923 knjižnične građe od čega najviše otpada na 2020. godinu. Naime, zabilježen je porast iste iz za 3,9% u 2020. u odnosu na 2019. godinu nakon čega slijedi neznatan pad od 0,7% u 2021. u odnosu na 2020. godinu. Obradenu knjižničnu građu prati i broj aktivnih korisnika pri čemu ih je najviše bilo 2020. godine (porast od 9,76% u odnosu na 2019. godinu). Potom, u 2021. je vidljiv pad od 4,22% u odnosu na 2020. godinu. Ukupan je broj aktivnih korisnika knjižnice u promatranom razdoblju bio 56.839. Na temelju prikazanih podataka može se zaključiti kako je u vrijeme pandemije COVID-19 porasla potražnja za sadržajima knjižnice i može se pretpostaviti da je razlog tomu bila nemogućnost posjećivanja mnogih kulturnih institucija te prisustvovanja na mnogim kulturnim manifestacijama i događanjima (zbog neodržavanja ili održavanja u manjom mjeri istih).

3.3.4. Šibenske tvrđave

Tvrđava sv. Ivana i Tvrđava sv. Nikole dostupne su posjetiteljima samo za obilazak i na njima se ne održavaju nikakvi koncerti ni događanja zbog procesa revitalizacije, tj. obnove.

Međutim, na preostalim se dvjema tvrđavama konstantno nešto odvija. Sljedeće dvije tablice prikazuju broj kulturnih događanja i posjetitelja na ovim dvjema tvrđavama u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Tablica 6. Broj događanja i posjetitelja na Tvrđavi sv. Mihovila u razdoblju od 2018. do 2021. godine

GODINA	BROJ DOGAĐANJA	
	(FILMSKI, GLAZBENI I SCENSKI PROGRAM)	BROJ POSJETITELJA
2018.	20	18.934
2019.	22	19.116
2020.	11	4.729
2021.	29	12.071
UKUPNO	82	54.850

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Tvrđava kulture Šibenik, 2022).

Iz ove je tablice vidljivo da je u promatranom razdoblju na Tvrđavi sv. Mihovila održano ukupno 82 filmskih, glazbenih i scenskih programa koje je posjetilo 54.850 posjetitelja. Najviše je događanja zabilježeno 2021. godine, a najmanje, kako se i očekivalo, pandemijske, 2020. godine. Te je godine zabilježen i daleko najmanji broj posjetitelja, upravo zbog svih pandemijskih mjera i restrikcija koje su tada bile na snazi. Najviše je posjetitelja posjetilo ovu Tvrđavu 2019. godine iako ni 2018. godine taj broj nije bio puno manji.

Ukoliko se promotre podaci za broj događanja na Tvrđavi Barone, situacija je malo drugačija nego kod Tvrđave sv. Mihovila. Naime, u promatranom se razdoblju najviše događanja odvijalo u pretpandemijskoj, 2019. godini nakon koje slijedi pad od 47,73% (2020. godina). Međutim, u 2021. je godini vidljiv oporavak te povećanje broja filmskih, glazbenih i scenskih programa koji su se izvodili. Tada je zabilježeno njih 31 što predstavlja porast od 39,13% u odnosu na 2021. godinu i 72,73% od programa koji su bili izvedeni u najuspješnijoj 2019. godini. Što se, pak, tiče broja posjetitelja, najveći je broj istih zabilježen 2019. godine što i je za očekivati s obzirom na najveći broj događanja, ali i na vrijeme kada pandemija još nije bila prisutna (tablica 7).

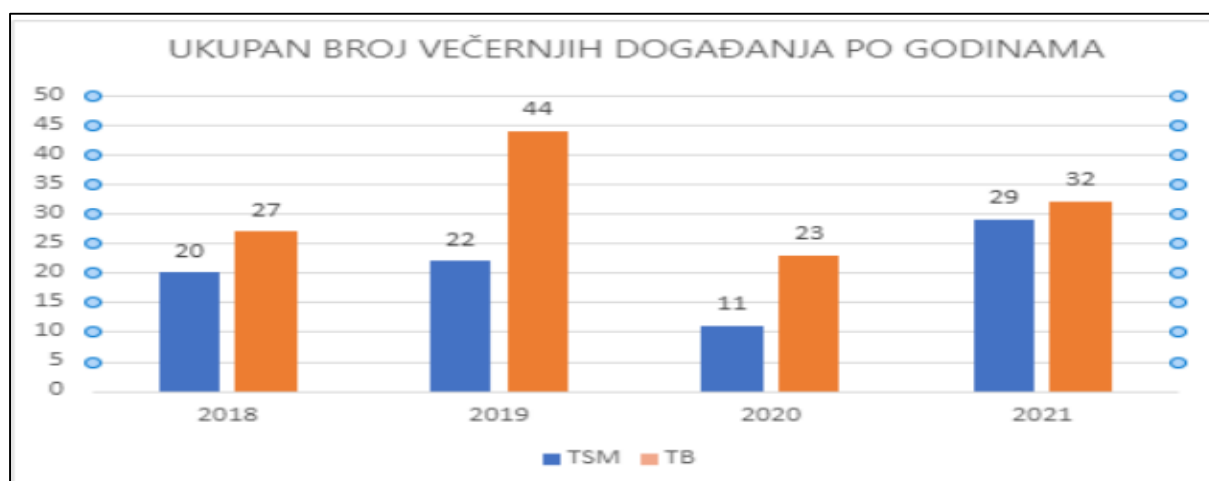
Tablica 7. Broj događanja i posjetitelja na Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine

GODINA	BROJ DOGAĐANJA (FILMSKI, GLAZBENI I SCENSKI PROGRAM)		BROJ POSJETITELJA
	2018.	27	
2019.	44	4.193	
2020.	23	2.058	
2021.	32	2.125	
UKUPNO	126	10.989	

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Tvrđava kulture Šibenik, 2022).

Zatim, nastupanjem pandemije COVID-19, u 2020. je godini zabilježen pad od 50,92% u odnosu na prethodnu godinu. Iako je 2021. godina zabilježila nešto više posjetitelja, i dalje je taj broj za 49,32% manji u odnosu na najuspješniju, 2019., godinu. Međutim, s obzirom da je oporavak nakon krize vidljiv, za očekivati je da će broj posjetitelja, kao i događanja, rasti.

Sljedeći grafikon prikazuje ukupan broj večernjih događanja na Tvrđavi sv. Mihovila i Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

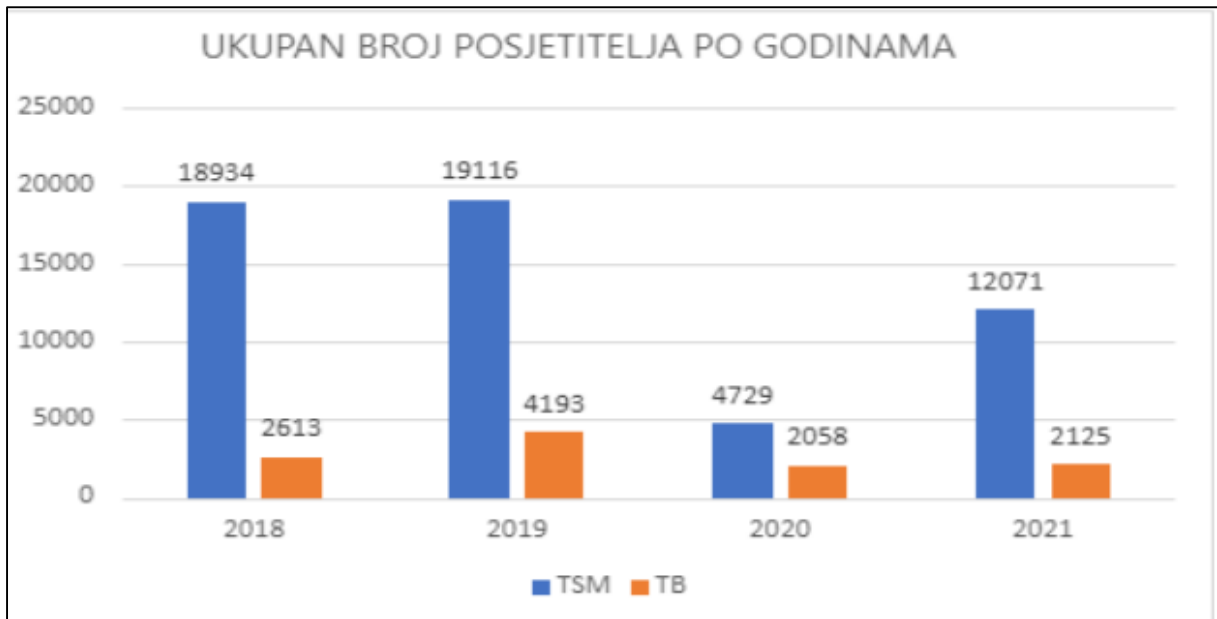


Grafikon 1. Ukupan broj večernjih događanja na Tvrđavi sv. Mihovila i Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Tvrđava kulture Šibenik, 2022).

Iz grafikona 1. se prvo može zamijetiti da Tvrđava Barone prednjači pred Tvrđavom sv. Mihovila u sve četiri godine po broju večernjih programa. Osim toga, kao što je već prethodno rečeno, vidljiv je porast broja događanja u sve tri godine, osim u 2020. godini kada su se, u cilju zaštite od pandemije COVID-19, donosile najjače mjere i restrikcije.

Sljedeći grafikon prikazuje ukupan broj posjetitelja na ovim dvjema tvrđavama u istom razdoblju.



Grafikon 2. Ukupan broj posjetitelja na Tvrđavi sv. Mihovila i Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine

Izvor: vlastita izrada autorice (prema Tvrđava kulture Šibenik 2022).

Suprotno od broja događanja kod kojih prednjači Tvrđava Barone, broj posjetitelja u sve četiri godine je daleko veći kod Tvrđave sv. Mihovila. Međutim, kao i u prethodnom grafikonu, iz ovog se može vidjeti kako je u obje tvrđave vidljiv konstantan rast broja posjetitelja u obje tvrđave, osim u 2020. godini kada je pandemije bila u svom „najvećem mahu“. Iako je u 2021. godini zabilježen porast broja posjetitelja u odnosu na godinu prije, i dalje je taj broj daleko manji od pretpandemijskih godina i stoga se može zaključiti da će trebati još dosta vremena da se ove dvije tvrđave skroz oporave od krize izazvane pandemijom COVID-19.

Nakon popuštanja mjera koje je obilježilo, između ostalog, i zatvaranje šibenskih tvrđava u određenim vremenskim razdobljima, u 2021. su godini sve četiri šibenske tvrđave bile otvorene cijelu godinu (Tvrđava kulture Šibenik, 2022).

Sama je sezona kulturnih događaja na pozornicama tvrđava trajala ukupno 109 dana, a ukupno se održalo 61 filmskih, glazbenih i scenskih programa (kako je već prethodno navedeno, od toga 29 na Tvrđavi sv. Mihovila te 32 na Tvrđavi Barone). Unatoč pandemiji i lošijim rezultatima, posebno u 2020. godini, Šibenik je i dalje zadržao imidž jedne od najpoželjnijih destinacija kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj. Osim prikazanih posjetitelja kulturnih događanja, obilasci tvrđava su bili i na dnevnoj bazi te je zabilježeno 100.317 na Tvrđavu sv. Mihovila i 29.691 na Tvrđavu Barone. Tvrđava kulture Šibenik priredila je izložbu i katalog *Mura Incognita: Nepoznata utvrđenja Šibenika i okolice* na kojoj se predstavilo 16 lokacija: „3, do tada, nezamijećene strukture Tvrđave sv. Mihovila, Tvrđava sv. Ivana te 12 raštrkanih utvrda nekadašnjeg srednjovjekovnog i novovjekovnog šibenskog distrikta“ (Tvrđava kulture Šibenik, 2022, str. 4).

Tijekom cijele 2021. godine je Tvrđava kulture Šibenik provodila tri EU projekta (od kojih je na jednom vodeći partner) i surađivala je na mnogobrojnim projektima u provedbi Grada Šibenika. Ti su projekti:

- „Revitalizacija područja Tvrđave sv. Ivan,
- SHARE i
- URBACT Kairos“ (Tvrđava kulture Šibenik, 2022, str. 4).

Kroz 2021. je godinu tim Tvrđave kulture Šibenik radio i na osmišljavanju, pripremi i razvoju sadržaja (virtualna stvarnost) koji se realiziraju unutar EU projekata *Emoundergrounds* i *Fortitude*, a Tvrđava je bila i domaćin petodnevnog programa uzajamnog učenja i usavršavanja *Cultural Heritage in Action*. Na tom je programu detaljno predstavljen rad Tvrđave, a stalna je i suradnja s mnogim nacionalnim te inozemnim partnerima na razvoju aktivnosti i pripremi novih projektnih prijava (Tvrđava kulture Šibenik – Izvještaj o radu za 2021. godinu, 2022).

Važno je napomenuti i da je u mjesecu lipnju 2021. godine u Šibeniku otvorena i Kuća umjetnosti Arsen koja predstavlja jedinstvenu kulturnu infrastrukturu u Republici Hrvatskoj sa suvremenim produkcijskim mogućnostima. Od svog otvorenja do kraja 2021. godine u ovoj je instituciji održano više od 130 kulturnih programa za sve generacije, a s naglaskom na filmski, glazbeni, plesni i kazališni program (Tvrđava kulture Šibenik, 2022).



Slika 8. Kuća umjetnosti Arsen u Šibeniku

Izvor: <https://kucaarsen.hr/novosti/zahuktao-se-program-kuce-umjetnosti-arsen/>

Dakle, usprkos krizi izazvanoj zbog pandemije COVID-19, kulturni turizam grada Šibenika „oslabio“ je, ali to je bilo i za očekivati. Međutim, ono što je svakako nadmašilo očekivanja jest 2021. godina u kojoj su ostvareni zaista zapanjujući rezultati. Također, uspješan nastavak oporavka od krize u području kulturnog turizma u gradu Šibeniku nastavljen je i u 2022. godini, a zasigurno se još bolji rezultati očekuju i u 2023. godini, posebice u nadolazećoj sezoni.

3.4. Rezultati kulturnog turizma grada Šibenika u 2022. godini

2022. je godinu obilježio uspon kulturnog turizma grada Šibenika jer je tada, početkom mjeseca lipnja, završena revitalizacija četvrte i najveće šibenske tvrđave – Tvrđave sv. Ivana (Gradonačelnik.hr, 2023).

Naime, zadnjih se šest godina radilo na njejoj detaljnoj obnovi te projekt, kao takav, predstavlja najveći projekt koji je ikada dodijeljen gradu Šibeniku iz fondova Europske unije. Vrijednost ovoga projekta iznosila je 6,5 milijuna eura, a Europski fond za regionalni razvoj sufinancirao ga je s 5,5 milijuna eura dok je ostatak sredstava osigurao Grad Šibenik“ (Gradonačelnik.hr, 2023).

Ovu je tvrđavu moguće posjetiti tijekom cijele godine, a specifična je po uređenosti i opremljenosti kampusa koji je namijenjen razvoju edukacijskog turizma. Osim toga, prostor je zamišljen kao lokacija za posjete organiziranih grupa studenata, učenika, mladih stručnjaka i umjetnika koji u grad Šibenik dolaze u okviru studijskih posjeta, terenske nastave, razmjene i drugih posebnih kulturno-umjetničkih programa te edukacija iz kulturnih i kreativnih industrija. Isto tako, ovaj se prostor može unajmiti i za poslovne događaje manjih opsega, ali i za neke specijalne događaje. Otkako je otvorena (lipanj 2022. godine), Tvrđavu sv. Ivana je posjetilo oko 10.000 posjetitelja, a u prvih šest mjeseci iste je godine u njenom kampusu ostvareno gotovo 1.000 noćenja (Gradonačelnik.hr, 2023).



Slika 9. Obnovljena Tvrđava sv. Ivana

Izvor: <https://kigo.hr/u-sibeniku-obnovljena-tvrđava-sv-ivana/>

Osim obnovljene Tvrđave sv. Ivana, u 2022. su godini završena i dva iznimno velika europska projekta koja su provedena suradnjom Tvrđave kulture Šibenik i hrvatskih i stranih partnera – FORTITUDE i EMOUndergrounds. Zahvaljujući tim projektima, u Šibenik su uneseni razni inovativni sadržaji, a obnovljen je i informativno-prodajni prostor *City Point* u centru Šibenika uslijed čega je nastupilo i pokretanje manifestacije Noć tvrđava. Toj se manifestaciji pridružilo više od 40 gradova iz tri države, a ista je u mjesecu listopadu 2022. godine ušla u finale nagrada Hrvatske turističke zajednice u kategoriji događaj godine. Zahvaljujući spomenutim projektima, u gradu Šibeniku je nabavljena i nova informatička oprema – VR tehnologija, koja ima posebno dizajnirane igre koje posjetitelji tvrđava mogu isprobati prilikom svog posjeta istima (Tvrđava kulture Šibenik, 2022).

U 2022. je godini kreirana i mobilna aplikacija Tvrđave kulture kako bi svakom posjetitelju šibenskih tvrđava bile dostupne pravovremene i točne informacije prije, tijekom i nakon posjeta. Nakon pandemije COVID-19, može se reći da su turisti bili itekako željni kulturnih sadržaja i događanja te je, u skladu s time, glazbena sezona na Tvrđavi sv. Mihovila 2022. godine otvorena 29.04. Niti jedne godine nije otvorena tako rano i od onda pa do kraja godine održano je koncerata od kojih je najveći interes bio za novozelandskom glazbenicom Lorde, za čija su dva koncerta ulaznice rasprodane u svega nekoliko sekundi. Večernja događanja na Tvrđavi imala su prosječno 800 posjetitelja dnevno, a gotovo 30 tisuća posjetitelja večernjih događanja rezultat je „vraćanja punom kapacitetu ljetne pozornice na Tvrđavi sv. Mihovila i interesu za programom koji već godinama stavlja Šibenik na kartu ljetnih kulturnih događanja na nacionalnoj razini“ (Gradonačelnik.hr, 2023).

U istom je razdoblju na Tvrđavi Barone održano 30 različitih događanja - od filmova, plesnih predstava pa do koncerata, ali i mnogih drugih događanja. Kako je prethodno spomenuto, u mjesecu lipnju 2021. godine otvorena je i Kuća umjetnosti Arsen koja se, svojim programom, pokazala kao vrlo kvalitetan sadržaj za Šibenčane izvan turističke sezone. Tome u prilog ide činjenica veliki broj posjetitelja kino programa koji se održavaju svake srijede i subote, ali i dječjih programa vikendom, koncerata, radionica i ostalih kulturnih događanja. Otkako se otvorila, Kuća umjetnosti Arsen zabilježila je održavanje više od 400 programa, gotovo iz svih umjetničkih područja, od jednokratnih programa do festivala, a koje su posjetili mnogi kulturni turisti iz cijele Republike Hrvatske, ali i drugih zemalja svijeta. Upravo zahvaljujući Kući umjetnosti Arsen, cijeli spektar aktivnosti Tvrđave kulture Šibenik proširio se i trenutno grad Šibenik ima prostor u kojemu kontinuirano i kvalitetno promovira relevantne sadržaje iz područja kulture. Osim toga, podržavaju se i akteri lokalne scene te razvoj kulturnih i kreativnih dionika lokalne, ali i nacionalne scene te se mladim umjetnicima pruža pomoć u njihovoj afirmaciji. Upravo je zbog toga Hrvatska turistička zajednica proglasila Kuću umjetnosti Arsen u mjesecu listopadu 2022. godine kulturnom atrakcijom, zajedno s Providurovom palačom u Zadru (Gradonačelnik.hr, 2023).

U Hrvatskom narodnom kazalištu u Šibeniku je tijekom 2022. godine održano 176 programa (Gradonačelnik.hr, 2023), i to vlastitih predstava kazališne kuće, njihovim gostovanjima, slobodnoj prodaji gostujućih predstava, koncerata glazbeno-scenskog programa Arsenov feral, promocija, predavanja itd.

Ovo je kazalište ugostilo 28 predstava drugih kazališta u slobodnoj prodaji i pretplati, a sve kako bi se obogatila kulturna ponuda grada Šibenika (Gradonačelnik.hr, 2023).

Od svih izvedbi svakako se ističe koncert svjetski poznatog umjetnika Juliana Rahlina, ali i ugošćavanje Orašara kojega je gledalo više od 1.000 posjetitelja. Šibensko Hrvatsko narodno kazalište u 2022. je godini prikazalo sljedeće tri premijere: Ženski orkestar, Prijevara i Halatafl, a veliku je pozornost, posebno najmlađe publike, izazvala premijera dječje predstave Šumica u režiji Sergeja Mioča. Osim HNK-a, za grad Šibenik je vrlo važna i njegova gradska knjižnica koja je postala šibensko kulturno središte. U ovoj se knjižnici provode dvije djelatnosti: knjižnična te izdavačka. Konstantno nastupa obogaćivanje knjižnog i neknjižnog odjela, izdavanje različitih knjiga, brošura i ostalih publikacija. Osim toga, u knjižnici se održavaju razni kulturni programi za različite dobne grupe, a svaka se usluga i svaki sadržaj nastoji prilagoditi slijepim osobama te onima koji imaju posebne potrebe. Na razini godine se u multimedijalnoj dvorani Gradske knjižnice „Juraj Šižgorić“ Šibenik održi oko 200 programa kojima se nastoji promovirati kultura knjige i čitanja, ali i mnogi drugi oblici kulturnog i znanstvenog sadržaja kao što su predavanja, izložbe, filmske večeri, igrokazi, prezentacije, književni susreti itd. Tijekom 2022. godine knjižnica je proslavila 100. obljetnicu postojanja ustanove i 100. obljetnicu rođenja pjesnikinje Vesne Parun (Gradska knjižnica „Juraj Šižgorić“ Šibenik, 2023).

Kao što je već spomenuto, Muzej Grada Šibenika djeluje s ciljevima zaštite i očuvanja kulturne baštine te osiguravanja njene dostupnosti javnosti putem nabave muzejske građe, istraživanja i trajne zaštite. Kroz 2022. je godinu proveden niz arheoloških iskapanja, ali i geoarheoloških i klasičnih istraživanja. Grad Šibenik financira i izložbenu djelatnost Galerije sv. Krševana i programe kulturnih udruga kroz tradicionalne manifestacije „Šibenskog kulturnog ljeta pod motom *Grad je pozornica* (Večeri dalmatinske šansone, Šibenski plesni festival, Međunarodni festival animacije, Šibenske klapske večeri, Martinska Fest, Orguljaška ljetna škola, Fališ, Light is life, Kulturaljka, Regius i dr.) (Gradonačelnik.hr, 2023). Osim toga, grad financira i rad mnogih udruga u kulturi s najstarijima zborom Kolo i Šibenskom narodnom glazbom. Na temelju navedenih podataka može se zaključiti kako se grad Šibenik u 2022. godini čvrsto pozicionirao kao kulturno-turistička destinacija. Nakon „zastoja“ tijekom pandemije COVID-19, nastupilo je razdoblje oporavka kulturnog turizma u gradu Šibeniku te se grad još više izdigao i učvrstio u tom području. Međutim, pred ovim se gradom nalazi još mnogo izazova na području kulture, a upravo zahvaljujući raznovrsnom cjelogodišnjem programu stvoreni su uvjeti da se na još višu razinu podigne kulturni turizam te da se stvara sadržaj koji je kvalitetan, zanimljiv te inovativan. Cilj ovoga grada je „uspješno i inovativno upravljanje kulturnom baštinom na društveno koristan, ali i održiv način“ (Gradonačelnik.hr, 2023) i upravo se u tom smjeru planira ići.

4. ZAKLJUČAK

Zdravstvena kriza koja je trajala od 2020. do 2023. godine, a koja je uzrokovana pandemijom bolesti COVID-19 ostavila je posljedice na sve sektore, a posebno na turizam i ugostiteljstvo. Širenjem ove zarazne bolesti po cijelome svijetu, donijele su se razne mjere sigurnosti kao što su izolacija ljudi, zatvaranje granica zemalja te ukidanje mogućnosti putovanja i sve se to odrazilo na sve vrste turizma pa tako i na kulturni. Kulturni turizam uključuje pojmove kulture i turizma, a upravo kultura i kulturna baština neke destinacije doprinose njenoj turističkoj privlačnosti. Kulturni turisti putuju s motivima želje za stjecanjem novih iskustava i spoznaja u područjima umjetnosti, povijesti, baštine, kulture života i rada turističke destinacije koju posjećuju. S obzirom da je COVID-19 zaustavio globalni turizam, mnogi su turisti bili u potrazi za kulturnim i putničkim iskustvima iz vlastitih domova te se upravo tada kultura pokazala nezamjenjivom i nenadmašnom. U vrijeme pandemije mnogo je kulturnih institucija bilo zatvoreno i mnogo se kulturnih događanja nije održavalo što je uzrokovalo ugroženost mnogih koji su zaposleni u području kulture. Međutim, iako su u tom razdoblju pandemije bili suočeni s izazovima zajedničkog osmišljavanja i razvijanja ponude te privlačenja nove publike, sektori turizma i kulture pojačali su svoju suradnju. Sve su se posljedice pandemije osjetile u brojnim hrvatskim kulturnim institucijama, otkazivali su se brojni koncerti, festivali, manifestacije i druga događanja, ali ni to nije omelo Republiku Hrvatsku, a posebno grad Šibenik, da napreduje.

Iz ovog je završnog rada moguće zaključiti kako je grad Šibenik jedan je od hrvatskih gradova koji se ističe po mnogočemu, pa tako i po kulturnom turizmu koji je u ovome gradu prisutan već mnogo godina. Šibenik je jedan od najstarijih gradova na jadranskoj obali (star već 957 godina) i danas predstavlja kulturni, gospodarski i obrazovni centar te glavni grad Šibensko-kninske županije. Dok je u prošlosti bio industrijski grad s razvijenom metalnom industrijom i popratnim sadržajima, danas je Šibenik razvijen te iznimno značajan turistički grad. Danas se u ovome gradu sve više vodi računa o održivom turizmu, očuvanosti okoliša i o valoriziranim te očuvanim prirodnim i kulturnim vrijednostima. Kulturni je turizam segment održivog turizma i nalazi se na visokome rangu u strategiji ovoga grada. Na temelju svih prikazanih statističkih podataka u ovome radu, konačno se može zaključiti kako je pretpandemijska, 2019., godina bila najuspješnija za kulturni turizam ovoga grada. Suprotno očekivanjima, 2020. godina, kada je pandemija još uvijek bila u svome „velikome mahu“, zabilježila je vrlo dobre rezultate, a porast svih rezultata se nastavio i u 2021. godini. Iako još uvijek nije dostignuto stanje kao prije pandemije, grad Šibenik i njegov kulturni turizam nisu daleko od toga.

LITERATURA

- Bakar, N. A. i Rosbi, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189-193.
- Bogdan, A. i sur. (2020). Koronavirus i mentalno zdravlje – Psihološki aspekti, savjeti i preporuke. Preuzeto sa: https://www.psiholoska-komora.hr/static/documents/HPK-Koronavirus_i_mentalno_zdravlje.pdf
- CDC (2023). About COVID-19. Preuzeto sa: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/your-health/about-covid-19.html>
- Civitas sacra (n.d.). Preuzeto sa: <https://civitassacra.hr/>
- Colleendilenschneider (2020). How COVID-19 is Impacting Intentions to Visit Cultural Entities. Preuzeto sa: <https://www.colleendilen.com/2020/04/27/data-update-how-covid-19-is-impacting-intentions-to-visit-cultural-entities-april-27-2020/>
- Culturenet.hr (2017). Kulturni sadržaji online. Preuzeto sa: <http://www.culturenet.hr/>
- Dalmacija Šibenik (2023). 11 srednjovjekovnih utvrda. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/clanci/top/11-srednjovjekovnih-utvrda/>
- Dalmacija Šibenik (2023). Događanja. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/dogadanja/?place=1580>
- Dalmacija Šibenik (n.d.). Informacije o turističkom prometu 2018. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/media/4158/informacije-o-turistickom-prometu-2018.docx>
- Dalmacija Šibenik (n.d.). Informacije o turističkom prometu 2019. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/media/4159/informacije-o-turistickom-prometu-2019.docx>
- Dalmacija Šibenik (n.d.). Informacije o turističkom prometu 2020. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/media/4160/informacije-o-turistickom-prometu-2020.docx>
- Dalmacija Šibenik (n.d.). Informacije o turističkom prometu 2021. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/media/4161/informacije-o-turistickom-prometu-2021.docx>
- Dalmacija Šibenik (n.d.). Informacije o turističkom prometu 2022. Preuzeto sa: <https://www.dalmatiasibenik.hr/media/4668/informacije-o-turistickom-prometu-2022.docx>

- Dobrić, D. (2020). Hrvatsko gospodarstvo u 2020: Nastavak rasta, ali uz zabrinutost. Preuzeto sa: <https://www.dw.com/hr/hrvatsko-gospodarstvo-u-2020-nastavak-rasta-ali-uz-zabrinutost/a-51825278>
- Državni zavod za statistiku (2020). Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Preuzeto sa: <https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/pocetna.html>
- Dujmović, M. (2014). *Kultura turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
- Europska komisija (2020). Factsheet: The EU helps reboot Europe's tourism, Bruxelles: Europska komisija - informativni pregled. Preuzeto sa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/FS_20_851
- Europska komisija (2020). Ljetna gospodarska prognoza 2020.: još dublja i neujednačena recesija, Bruxelles: Europska komisija - priopćenje za tisak. Preuzeto sa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0129&from=EN>
- Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu.
- Grad Šibenik (2023). Opći podaci. Preuzeto sa: <https://www.sibenik.hr/stranice/opci-podaci/183.html>
- Gradonačelnik.hr (2023). Šibenik u vrhu po izdvajanju za kulturu: Završena obnova četvrte tvrđave, otvorena Kuća umjetnosti Arsen, realizirana i dva velika europska projekta. Preuzeto sa: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-završena-obnova-cetvrte-i-najvece-gradske-tvrđave-otvorena-kuca-umjetnosti-arsen-realizirana-i-dva-velika-europska-projekta/>
- Gradska knjižnica „Juraj Šižgorić“ Šibenik (2023). Arhiva obavijesti. Preuzeto sa: http://www.knjiznica-sibenik.hr/arhiva_obavijesti.html
- Hrvatska turistička zajednica (2020). Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa – lipanj 2020. Preuzeto sa: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20lipanj%202020.pdf>
- Institut za turizam (2015). Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika. Preuzeto sa: <https://iztg.hr/hr/projekti/znanstveni-projekti/?tid=191>
- Institut za turizam (2021). COVID-19: Prijetnja i prilika za HR turizam. Preuzeto sa: https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/2021_e-knjiga_COVID-19_-_prijetnja-i-prilika-za-HR-turizam.pdf
- Jelinčić, K. (2013). Razvoj branda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma. Projekt „Revitalizacija Tvrđave sv. Mihovila“. Preuzeto sa: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/media/27653/kulturnibrandgradaibenika.pdf>

- KaturiĆ, I. i sur. (2017). Master plan turizma Šibensko-kninske Źupanije. Preuzeto sa:
<https://sibensko-kninska-zupanija.hr/upload/stranice/2016/07/2016-07-19/214/dokumenti/MPTSKZ.pdf>
- Klarić, Z. (2020). *Širenje koronavirusa u svijetu i hrvatski turizam*. Zagreb: Institut za turizam.
- Koronavirus.hr. (2023). Odluke StoŹera civilne zaštite za sprječavanje širenja zaraze novim koronavirusom. Preuzeto sa: <https://www.koronavirus.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-za-sprjecavanje-sirenja-zaraze-novim-koronavirusom/323>
- Kranjčević, J. (2020). *Turizam i zdravstvena sigurnost*. Zagreb: Institut za turizam.
- kreator[atk]šibenik (2013). Kreiranje branda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma. Projekt „Revitalizacija Tvrđave sv. Mihovila“. Preuzeto sa:
<https://www.tvrdjava-kulture.hr/media/27653/kulturnibrandgradaibenika.pdf>
- Krešić, D. i Mikulić, J. (2020). *Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije*. Zagreb: Institut za turizam.
- Kultura i umjetnost u 2018. (2020). Preuzeto sa:
https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1647.pdf
- Kultura i umjetnost u 2019. (2021). Preuzeto sa:
https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/SI-1668.pdf
- Kultura i umjetnost u 2020. (2022). Preuzeto sa: <https://podaci.dzs.hr/media/wetfqky4/si-1690-kultura.pdf>
- Kultura i umjetnost u 2021. (2023). Preuzeto sa: <https://podaci.dzs.hr/media/lawdzim3/si-1707-kultura-i-umjetnost-u-2021.pdf>
- Matica, M. (2003). Gospodarstvo Podravine. Źupanijski zavod za prostorno uređenje Podravine. *Podravski zbornik (2003)*; 21-41.
- Međimurska Źupanija (2023). Proglašen kraj epidemije COVID-19 u Hrvatskoj Preuzeto sa:
<https://medjimurska-zupanija.hr/2023/05/12/proglasen-kraj-epidemije-covid-a-u-hrvatskoj/>
- Ministarstvo kulture RH (2011). Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015. Preuzeto sa:
<https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija%20za%20zaštite%20i%20održivog%20gospodarskog%20korištenja%20kulturne%20baštine%20Republike%20Hrvatske%20za%20razdoblje%202011.-2015..pdf>

- Morens, D. M., Folkers, G. K., Fauci, A. S. (2009). What is a pandemic? *J Infect Dis*; 1 (7), 1018-1021.
- Muzej grada Šibenika (n.d.). Preuzeto sa: http://www.muzej-sibenik.hr/hrv/o_muzeju.asp
- n.d. (2013). Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, NN 55/2013. Preuzeto sa: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html
- NEMO (2020). NEMO survey on museums and COVID-19: How museums increase their online activities. Preuzeto sa: https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_1_en_culture_covid-19_tracker.pdf
- Polyzos, S., Samitas, A. i Spyridou, A. Ef. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach, *Tourism Recreation Research*. Preuzeto sa: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2020.1777053>
- Pliva zdravlje (2020). Kada posumnjati na bolest COVID-19? Preuzeto sa: <https://www.plivazdravlje.hr/aktualno/clanak/33830/Kada-posumnjati-na-bolest-COVID-19.html>
- Rabotić, D. (2013). *Selektivni oblici turizma*. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CABI.
- Richards, G. (1999). European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. Preuzeto sa: https://www.researchgate.net/publication/254825039_European_Cultural_Tourism_patterns_and_prospects
- Smith, M. K. (2009). *Issues in Global Cultural Tourism*. London: Routledge.
- SYNLAB (n.d.). Preuzeto sa: <https://www.synlab.hr/>
- Šibenska biskupija (n.d.). Katedrala sv. Jakova. Preuzeto sa: <http://www.sibenska-biskupija.hr/katedrala-svetog-jakova/>
- Šišara, J., Krasić, V., Jakovljević, R. (2010). Upravljanje turističkom destinacijom grada kao brendom – Podloge za brendiranje Grada Šibenika, Šibenik. Preuzeto sa: <https://paperzz.com/doc/5152519/kreiranje-brenda-%C5%A1ibenika-kao-destinacije-kulturnog-turizma>
- Tomljenović, R., Marušić, Z. (2009). Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, TOMAS 2008 – Kulturni turizam.
- Turistička zajednica grada Šibenika (n.d.). Preuzeto sa: <https://www.sibenik-tourism.hr/stranice/kulturna-bastina/15.html>
- Tvrđava kulture Šibenik (2022). Izvještaj o radu za 2021. godinu. Preuzeto sa: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/media/31237/izvjestaj-o-radu-2021.pdf>

- Tvrđava kulture Šibenik (2022). VR igre. Preuzeto sa: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/novosti/vr-kupola-u-centru-sibenika-prvi-zaigrajte-vr-igre-koje-uskoro-stizu-na-sibenske-tvrdave/>
- UNESCO (2020). CULTURE & COVID-19 (n.d.). Preuzeto sa: https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_1_en_culture_covid-19_tracker.pdf
- UNWTO (2018). UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. Preuzeto sa: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876%E2%80%AF>
- UNWTO (n.d.). Cultural Tourism & COVID-19. Preuzeto sa: <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>
- Vodanović Lukić, I., Lukić, A. (2020). Small is beautiful (and safe): utjecaj pandemije COVID-19 na kulturni turizam. Preuzeto sa: https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Vodanovi%C4%87-Luki%C4%87-I_Luki%C4%87-A_2020.pdf
- World Health Organization (2023). COVID-19. Preuzeto sa: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

POPIS SLIKA

Slika 1. Grad Šibenik	23
Slika 2. Katedrala sv. Jakova.....	24
Slika 3. Tvrđava sv. Mihovila	32
Slika 4. Tvrđava sv. Ivana (prije obnove)	33
Slika 5. Tvrđava Barone.....	34
Slika 6. Tvrđava sv. Nikole.....	34
Slika 7. Muzej grada Šibenika.....	35
Slika 8. Kuća umjetnosti Arsen u Šibeniku.....	46
Slika 9. Obnovljena Tvrđava sv. Ivana	47

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kulturna baština grada Šibenika.....	30
Tablica 2. Turistički promet u gradu Šibeniku u razdoblju od 2018. do 2021. godine.....	38
Tablica 3. Statistički podaci o izvedenim predstavama i broju posjetitelja u Hrvatskom narodnom kazalištu Šibenik u razdoblju od 2018. do 2021. godine	39
Tablica 4. Statistički podaci o posjetiteljima stalnog postava u Muzeju grada Šibenika u razdoblju od 2018. do 2021. godine	40
Tablica 5. Statistički podaci o knjižnicama, obrađenoj knjižničnoj građi te aktivnim korisnicima u gradu Šibenika u razdoblju od 2018. do 2021. godine.....	41
Tablica 6. Broj događanja i posjetitelja na Tvrđavi sv. Mihovila u razdoblju od 2018. do 2021. godine	42
Tablica 7. Broj događanja i posjetitelja na Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine	43

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Ukupan broj večernjih događanja na Tvrđavi sv. Mihovila i Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine	43
Grafikon 2. Ukupan broj posjetitelja na Tvrđavi sv. Mihovila i Tvrđavi Barone u razdoblju od 2018. do 2021. godine	44