

Razvoj turizma i očivanje tradicijskih djelatnosti na otocima

Benčić, Lucia

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:372210>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Biograd na Moru**

Stručni studij Poslovanje i upravljanje

Lucia Benčić

**RAZVOJ TURIZMA I OČUVANJE
TRADICIJSKIH DJELATNOSTI NA OTOCIMA**

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

**VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Biograd na Moru**

Stručni studij Poslovanje i upravljanje

Lucia Benčić

**RAZVOJ TURIZMA I OČUVANJE
TRADICIJSKIH DJELATNOSTI NA OTOCIMA**

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

**Mentor:
Pave Ivić**

**Apsolvent:
Lucia Benčić**

**Naziv kolegij:
Osnove poduzetništva**

Biograd n/m, 29.6.2023.

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. SAŽETAK | 4 |
| 2. UVOD | 5 |
| 3. UTJECAJ TRADICIJE NA TURIZAM KROZ POVIJEST | 6 |
| 4. TRADICIJA KAO MOTIV DOLASKA NA DESTINACIJU | 8 |
| 5. SINERGIJA TRADICIJE I TURIZMA - PRIMJERI DOBRE PRAKSE..... | 12 |
| 5.1. „MOREŠKA“ | 13 |
| 5.2. RABSKA FJERA..... | 15 |
| 5.3. TOVAREĆA MUŽIKA..... | 17 |
| 5.3. ŠKRAPING | 19 |
| 5.4. BENEDIKTINSKI SAMOSTAN SV. KUZME I DAMJANA NA BRDU ČOKOVAC..... | 21 |
| 5.5. FRANJEVAČKI SAMOSTAN I CRKVA SV. DUJMA U KRAJU | 23 |
| 5.6. ĐIR PO KANALU – REGATA TRADICIJSKIH BRODOVA | 25 |
| 5.7. PET VIDIKOVACA OTOKA PAŠMAN..... | 27 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 28 |
| 7. LITERTURA | 30 |
| 7.1. KNJIGE..... | 30 |
| 7.2. INTERNETSKI IZVORI | 30 |

1. SAŽETAK

Predmet istraživanja u ovom radu je razvoj turizma i očuvanje tradicijskih djelatnosti na otocima. Hrvatski otoci trebaju sačuvati tradicijske djelatnosti i vrijednosti uz primjenu strategije razvoja turizma i ostalih gospodarskih aktivnosti prijateljskih okolišu i usmjerenih na očuvanje i unapređenje otočnih društvenih zajednica. U tom smislu istražuje se povijest turizma na otocima i oblici turizma primjereni tim ciljevima, a posebno uloga i značaj tradicijskih kulturnih i povijesnih običaja uz nezaobilaznu tradicijsku gastronomsku ponudu.

Istraživanje je potom upotpunjeno statističkim preferencijama i stavovima turista na otocima, koje je potvrdilo stavove o važnosti očuvanja tradicijskih običaja. Analiza upućuje na generalni zaključak da otoci imaju očuvane tradicijske vrijednosti i običaje koji se skladno upotpunjavaju s turističkom ponudom destinacije, te da je za svaki pojedinačni otok ili otočnu skupinu potrebno definirati koncepciju razvoja koja polazi od očuvanja tradicijskog i kulturnog nasljeđa.

Ključne riječi: turizam, tradicija, otočna zajednica.

2. UVOD

Otoci čine 6% hrvatskog kopna, s otočnim nizom od 718 otoka, 389 hridi i 78 grebena, što je drugo otočje po veličini u Sredozemlju. Otočni se prostor odlikuje svojim reljefom, klimom, tradicijom, nasljeđem, običajima, poviješću... Svaki otok ima određene društvene i gospodarske posebnosti. Na otocima se nalaze povijesni ostaci iz paleotika, neolika, grčke, ilirske, rimske i hrvatske povijesti.

Hrvatski položaj na turističkom tržištu biti će više prepoznatljiva ako se uspije prilagoditi razvoj s očuvanjem tradicije. Otočni turizam treba razvijati održivo, tako da se ne ugrožava opstojnost tradicije i običaja na štetu budućih naraštaja. Buduće generacije trebaju imati prigodu uživati u blagodatima ove sadašnje relativno dobro očuvane tradicije. Nekontrolirani razvoj turizma, naime, štetno utječe na tradiciju zbog izloženosti pritiscima i destrukcijama koje dovode do nekontroliranog iscrpljivanja i degradiranja prirodno - turističkih uvjeta.

Unošenje više rada u razvitak turističke ponude otoka pretpostavlja povećanje odgovornosti za prirodu i kulturno – povijesnu baštinu. Otoci su sredine koje posebno mogu prosperirati u području razvoja posebnih oblika turizma. U vezi s tim važno je da domaći ljudi djeluju kao uspješni i aktivni sudionici u razvoju aktivnosti, te da ne zanemarujući svoje povijesno nasljeđe vješto rade na sintezi lokalnih i univerzalnih vizija.

Razvoj turizma na otocima mora se temeljiti na – lokalnoj inicijativi, specifičnom otočnom poduzetništvu, odgovarajućim partnerskim odnosima i sve to uz odgovarajuće državne poticaje. Očuvanje i razvoj tradicije i običaja određenog otoka za turizam pritom je od presudnog značenja za njegovu budućnost. Suvremeni turizam je međuovisan s tradicijom, a njegov daljnji razvoj mora se promišljati prije svega kao generator razvoja i očuvanja tradicije i običaja.

Ovaj rad podijeljen je u četiri dijela. Nakon uvodnih razmatranja u prvom dijelu, predmet drugog dijela je istraživanje utjecaja tradicije na razvoj turizma kroz povijest. U trećem dijelu razrađeni su dobri primjeri razvoja turizma očuvanjem tradicije, a u četvrtom dijelu donosi se zaključak koje je potrebno poduzeti da bi turizam postao glavni nositelj razvoja i očuvanja tradicije i običaja na otocima.

3. UTJECAJ TRADICIJE NA TURIZAM KROZ POVIJEST

Sve donedavno putovanja izvan lokalnog područja bila su rezervirana prvenstveno većinom za najbogatije slojeve koji su u to vrijeme putovali u udaljene dijelove svijeta kako bi vidjeli velike građevine, umjetnička djela, učili strane jezike, doživjeli nepoznate kulture, te kako bi iskusili nepoznate gastronomske ponude. Davno prije, u vrijeme Rimske republike postojala su obalna odmarališta za bogate i privilegirane.

Moderan turizam može se povezati sa nekadašnjim pojmom „Grand Tour“¹ što je predstavljalo put u Europu (osobito Njemačku i Italiju) koji su organizirali pripadnici bogate Europske elite (poglavito iz zapadne i sjeverne Europe), a posebice njihova djeca koja su imala sredstva. Ovaj običaj je bio vrlo popularan od 1660 - tih sve do ekspanzije željezničke mreže sredinom 1840 – tih, te se povezivao sa ustaljenim rasporedom. Tradicija se uskoro širi na sve veći krug srednjeg sloja građanstva, prvenstveno sa razvojem željeznice. U 18. i



Slika 1. Crvena linija prikazuje uobičajeni „Grand Tour“ (Izvor: wikipedia.org)

19. stoljeću Grand Tour postaje pravi statusni simbol među bogatijim studentima. Umjetnici, pisci i putnici (kao što je Goethe), običaje i tradiciju odredišta koje su obilazili podržavaju ovu teoriju nadmoći klasične kulture, a zemlje kao što su Italija, Francuska, Španjolska i Portugal su odlični primjeri. Iz ovih razloga glavna odredišta na Grand Touru bila su upravo u ove zemlje, gdje su pripadnici bogate mladeži mogli pronaći rijetke primjere klasične povijesti i umjetnosti, ali i doživjeti i osjetiti kulturu.

¹ Grand Tour je predstavljao kombinaciju svojevrstne obrazovne institucije i rituala zrelosti, odnosno proći Grand Tour se smatralo esencijalnim za dobivanje statusa pripadnika društvene elite, isto kao što se Grand Tour smatrao ključnim za obrazovanje likovnih umjetnika. Grand Tour, koji je potakao razvoj institucija posebnih vodiča za pokazivanje i tumačenje lokalnih znamenitosti, kao i prenočišta i drugih objekata nužnih za smještaj pripadnika putnika na Grand Tour i njihove svite, smatra se važnom institucijom u razvoju modernog turizma i važnosti očuvanja kulture i tradicije za razvoj turizma.

Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do uključenja svih društvenih slojeva u turistička kretanja, pa tako i osnivanja brojnih KUD – ova, obnove kulturnih dobara, tradicijskih zanata, običaja...Razvija se kupališni turizam, zimsko – planinski, kongresni, vjerski, manifestacijski i ostale vrste masovnog turizma² i selektivnog turizma³.

Ovo razdoblje je doba velikih gospodarskih i društvenih dostignuća koje se odrazilo na dotadašnji tradicionalni način života, pa se tako već krajem 60 – tih prošlog stoljeća, primjećuje odmak od tradicije kao važnog čimbenika u razvoju turizma i stavlja se naglasak na masovni turizam od tzv. „domaćinskog turizma“, pa tako i od tradicije i lokalnih običaja.

Usljed masovnog turizma i nedostatka vizije i strategije razvoja turizma, turizam se 80 – tih godina prošlog stoljeća potpuno odvojio od tradicije i običaja, tako da umjesto klapskih napjeva i kancona, hoteli zabavljaju goste niskobudžetnim glazbenicima i folk melosom, u restoranima se poslužuju ćevapi, ražnjići, a tradicionalne fešte pretvaraju se u „varoške“ manifestacije, a zaštita kulturnih dobara pala je u zadnji plan.

Završetkom Domovinskog rata, stvaraju se uvjeti za novi početak u razvoju i očuvanju kulture i tradicije. Nakon stoljeća tuđe vlasti i nametanja tuđih običaja i kulture, stvaranjem samostalne države, obnavljaju se namjerno ili slučajno, zaboravljeni običaji, obnavlja se baština i potiču se programi i aktivnosti koje uključuju turizam i tradiciju, a sve s ciljem stvaranja izgubljenog identiteta.

²Masovni turizam nastao je kao posebna vrsta ili razdoblje suvremenog turizma paralelno s oporavkom svjetske i europske ekonomije poslije Drugog svjetskog rata. Masovni turizam neprekidno raste i razvija se kao jedna od najekspanzivnijih suvremenih društvenih pojava. Nastao je na temelju masovne proizvodnje unutar svjetske ekonomije. Obilježja masovnog turizma je sve veći broj sudionika u turističkim kretanjima, uniformiranost i sezonalnost te velika izgradnja smještajnih kapaciteta. Svjetski proces industrijalizacije, urbanizacije zatim razvoj postindustrijskog društva, globalizacije i informatizacijskog društva snažno utječe na razvoj turizma.

³Selektivni turizam kao pojam javlja se u stručnoj hrvatskoj literaturi početkom devedesetih godina od strane nekolicine hrvatskih turističkih znanstvenika. Osnovni cilj je bio razvrstavanje turističkih vrsta kao suprotnost masovnom turizmu. Selektivni turizam je sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen broj turista i broj lokalnih stanovnika na određenom području.

4. TRADICIJA KAO MOTIV DOLASKA NA DESTINACIJU

U pravilu više motiva potiče svaku osobu na određene aktivnosti. Tako i na odluku turističkog potrošača o putovanju i odabiru turističke destinacije utječu poticajni činitelji, vezani za njegovo stalno mjesto boravka i obilježja turističke ponude destinacije, tj. atraktivni činitelji destinacije kao što su:

- kulturne atrakcije (povijest i folklor, religija i umjetnost, kazalište, glazba, ples i drugi oblici zabave, muzeji – neki od ovih mogu se razviti u posebne događaje, festivale i dramske izvedbe koje prikazuju epizode iz povijesti mjesta), te
- društvene atrakcije (način života i običaji domicilnog stanovništva, jezik i mogućnosti za druženje) [1] .

Poradi uvida u motive i preferencije otočnih turista u RH, te radi ocjene međuovisnosti tradicije i turizma, analizirat ćemo podatke prikupljene na terenskom istraživanju na otoku Visu. Koristila se metoda anketnog istraživanja, a mišljenja turista tražena su iz područja: gastronomije, očuvanosti okoliša, smještaja, klimatskih uvjeta, povijesnih i kulturnih znamenitosti. U anketnom upitniku trebalo je odgovoriti na pitanja iz područja ekologije i turizma, uz izbor dvaju odgovora.

Anketirano je 212 (4,14 %) od ukupno prijavljenih 5.123 gosta 10. kolovoza 2005. u otočnoj turističkoj zajednici [2] . Aktivnosti povezane s otočkim turizmom pokazuju visok interes turista (82%) za boravak na selu i za domaću hranu i piće. Rezultat upućuje na još uvijek nedostatan iskorišten potencijal seoskog (tradicionalnog) načina života na turizam na hrvatskim otocima, ali i šire. Otočna sela mogu biti snažan izvor razvoja otočana, i to sve u vrijeme dominacije informacijske tehnologije. Tradicionalan život na selu, uz mediteransku hranu i piće, treba sve više uključiti u hrvatsku turističku promidžbu.

Provedena analiza pokazuje da otočni turisti visoko cijene ekološke komponente, tradiciju i kulturne karakteristike izabrane destinacije, a to se može proširiti i na hrvatski otočni turizam u cjelini. Treba, ipak, naglasiti da hrvatskim otocima nedostaje sustavna skrb o zaštiti i prezentaciji povijesne i prirodne baštine koja bi bila rezultat dugoročne, strateške perspektive.

To onda umanjuje turističku vrijednost pojedinog otoka, a stvara i potencijalne probleme opstanka otoka u izvornom obliku. Naime, ulaskom Hrvatske u EU interes potencijalnih investitora sve je veći za ulaganje u objekte za odmor i turističke kapacitete, pa i kupnju cijelih otoka, što može bitno ugroziti ambijent otoka u smislu narušenosti izvornog krajolika, ali i, što je još važnije, kulturu i način života starosjedilaca.

Elementi ponude koji često utječu na izbor destinacije putovanja jesu i kulturne atrakcije. One su bitan motiv za putovanje i često se njime koristi u promociji i kreiranju prestiža destinacije na tržištu. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Danas se u svijetu sve veće značenje daje kulturnim i ekološkim sadržajima u turističkoj ponudi, regionalne razlike postaju sve važnije. Područja interesa prilično su različita i uključuju: kulturno – povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulturne događaje i sl. Samo posjetom turističke destinacije u njezinom prirodnom okruženju mogu se vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folklor, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima, povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom. Originalnost, raznovrsnost i obilje takvih kulturnih resursa određuje razinu kvalitete turističkih atrakcija, što povećava vrijednost sveukupne turističke ponude svake destinacije i zemlje.

Osim statičkih kulturnih resursa, za privlačenje domaćih i stranih turista koristi se festivalima i posebnim događajima (glazba, kazališne predstave, književnost, opća kultura, folklor, karneval, sport, natjecanja, obljetnice, tradicija i sl.). Oni postaju ključni elementi u međunarodnoj turističkoj promociji na danas sve konkurentnijem turističkom tržištu. Mogu pridonijeti animaciji statičkih kulturnih atrakcija, stvoriti želju za ponovnim dolaskom, za posjetom destinaciji u izvansezonskom razdoblju ili pak za odlaskom u netradicionalna turistička područja.

Jedan od važnijih motiva dolaska na otok je i gastro ponuda. Od svog nastanka kulinarski turizam rastao je eksponencijalno svake godine, mjereno brojnim pokazateljima. Broj potrošača zainteresiranih za ovaj oblik turizma narastao je zahvaljujući povećanju broja televizijskih emisija o kulinarskim putovanjima. Iako velik broj ljudi tvrdi da je jedno od zadovoljstva putovanja traženje i isprobavanje novih vrsta kuhinja, stvarnost je često drugačija. Masovno tržište i popularne destinacije dovode većinu ljudi do brzog zasićenja industrijskom prehranom i nakon kratkog vremena traže sigurnost vlastite, poznate kuhinje. Prema riječima

turističkih djelatnika, posljednjih godina hrvatski turistički stratezi sve više uviđaju da se kvalitetna turistička promocija ne može temeljiti samo na suncu i moru pa se stoga turistička promocija sve više okreće gastronomskoj ponudi kao dijelu kvalitativnog iskoraka hrvatskog turizma.

Pitanje je koristi li Hrvatska dovoljno svoje gastronomsko bogatstvo, činjenicu da se na tako malom prostoru nudi tako različita hrana. Prema istraživanju TOMAS ljeta 2007. motivi dolaska turista u Hrvatsku su: pasivni odmor, opuštanje, zabava, prirodne ljepote, nova iskustva i doživljaji, gastronomija (u 20% odgovora). Gastronomija je bio važan motiv dolaska za goste iz Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Nizozemske, Njemačka i Austrije⁴. Ako usporedimo rezultate TOMAS istraživanje iz 2007. s novo dobivenim rezultatima iz 2010. godine, može se uočiti da se uloga gastronomije kao motiva dolaska turista u Hrvatsku povećava (sa 20% na 22%) što nam daje dodatni razlog za uvažavanjem gastronomije kao važna dijela sveukupne turističke ponude⁵.

Razvoj gastronomije u određenoj destinaciji, doprinosi razvoju cjelokupne turističke ponude destinacije koju gosti posjećuju. Gastro turisti posjećuju određena područja prvenstveno zbog degustiranja hrane i pića specifičnih za određeno područje.

Prednosti razvoja gastronomije:

- stvaranje cjelovitog, kvalitetnog i traženog turističkog proizvoda i obogaćivanje ukupne turističke ponude;
- razvoj turizma i izvan glavne turističke sezone (posebno u proljeće i jesen);
- razvoj ruralnih područja, motivacija za poduzetništvo i samozapošljavanje;
- poticaj za očuvanje autentičnog ambijenta, kulture i tradicije;
- unapređenje imidža destinacije i na međunarodnoj razini;
- povećanje potrošnje po turisti; plasman domaćih proizvoda i
- prednosti za vinare i poljoprivrednike (plasman na mjestu proizvodnje, izgradnja svijesti o kvaliteti njihovih proizvoda i na međunarodnoj razini).

Ciljni segment potražnje u gastro destinacijama su domaći i inozemni gosti; svih dobnih skupina, srednje do više platežne moći; iskusni putnici.

TABLICA 1: MOTIVI DOLASKA TURISTA U HRVATSKU (PREMA ISTRAŽIVANJU TOMAS LJETO 2010)

| Rang | Motivi dolaska | % |
|------|-------------------------------|----|
| 1. | Pasivni odmor; opuštanje | 75 |
| 2. | Zabava | 44 |
| 3. | Nova iskustva i doživljaji | 25 |
| 4. | Gastronomija | 22 |
| 5. | Upoznavanje prirodnih ljepota | 21 |

Izvor: http://www.iztsg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2007_Tomas-Ljeto_2007.pdf (05.04.2014.)

Prema istraživanju Tomas ljeta 2010. vidljivo je da su motivi dolaska u Hrvatsku za goste iz stranih zemalja u najvećoj mjeri bili pasivni odmor i opuštanje (75%), slijede zabava, putovanja zbog stjecanja novih iskustva, te gastronomija (u 22% slučajeva).

Iz provedenog istraživanja može se uočiti da značaj gastronomije kao motivatora za posjećivanje određene destinacije poprima značajan udio, predstavlja značajniji dio ponude od prirodnih ljepota same destinacije (22%).

Kuhinja Dalmacije i otoka slijedi trend modernih prehrambenih normi. Iako, čak i danas, svako područje spravlja određena jela na svoj, jedinstven način, dalmatinska kuhinja predstavlja zaseban svijet čije su značajke tek nedavno otkrivene, kao što su kuhinje otoka Hvara, Korčule, Brača (vitalac, jelo spravljeno od janjećih iznutrica umotanih u crijevo te pečeno na gradelama), Vis (sardine na gradelama, kao u vrijeme starih Grka; pita sa sardinama s Komiže i Visa, jelo slično današnjoj modernoj pizzi). Svježa morska riba (zubatac, brancin, lovrata, skuša, sardina) na roštilju, kuhana ili marinirana; zatim tu su mekušci (lignje, sipe, hobotnica), rakovi (škampi i jastozi) i školjke (dagnje, kamenice, mušule) kuhane u ribljoj juhi ili kao rižoto. Od jela od mesa, pršut je nedvojbeno bez rivala – svinjski but dimljen i sušen na buri, serviran sa suhim, uglavnom kozjim sirom (poznati sirevi su oni s Paga) i slanim zelenim i crnim maslinama, kaparama i lučicama. Janjetina je također veoma cijenjena, osobito kuhana ili pečena na otvorenoj vatri (Franjevačka begovica s Visovca, ili lopiz s otoka Iža).

Sve većim razvojem turizma i promjenom u potražnji gostiju, nastaju novi oblici turizma kako bi se zadovoljile sve želje i potrebe turista. Hrvatski otoci imaju velike mogućnosti za razvoj nekih selektivnih oblika turizma, a jedan od njih je upravo i gastronomski turizam. Osnovna razlika između turizma i gastronomskog turizma jest u gostima kojima cilj dolaska nije samo odmor, već oni posjećuju određenu destinaciju kako bi sudjelovali u raznim gastronomskim manifestacijama, u degustiranju autohtonih jela određene destinacije, te kako bi kroz hranu upoznali odlike određenog kraja koji posjećuju. Čuvanjem gastronomije, čuvamo i tradiciju na Hrvatskim otocima jer gastronomiju u širem smislu obuhvaća gurmanstvo, sladokustvo, a u najširem smislu vezu kulture i hrane, odnosno umjetnost prehrane, kulinarsku umjetnost.

5. SINERGIJA TRADICIJE I TURIZMA - PRIMJERI DOBRE PRAKSE

Da bi se potaknuo interes turista za kulturne atrakcije, kulturne se atrakcije moraju održavati, oblikovati i isticati u kontekstu ponude destinacije zajedno s ostalim uslugama. Važno je osigurati djelotvoran marketinški menadžment kulturnih atrakcija i kombinirati različita područja interesa u svakom aranžmanu, te u isto vrijeme turistima osigurati različite pogodnosti, privlačnosti i usluge [4]. Potrebno je kreirati događaje za turiste, bilo kao „proizvode“ ili kao dio sveukupne atrakcije mjesta, vodeći računa o autentičnosti lokalne kulture.

U mnogim destinacijama posebni događaji predstavljaju važan element turističkog proizvoda, privlače određeni segment potrošača, pomažu u kreiranju boljeg imidža, a kad su na razini međunarodnih događaja utječu na stvaranje imidža cijele zemlje. Koristi se njima kao sredstvom za privlačenje i stranih i domaćih turista, i kao rješenje problema diferencijacije „proizvoda“ na sve konkurentnijem turističkom tržištu. U ovom radu osvrnuti ću se na nekoliko dobrih primjera gdje se razvoj turizma temelji na razvoju i očuvanju tradicije i običaja. Tako ću se osvrnuti na očuvanje tradicije kroz festivale kao što su „Moreška“ na Korčuli i „Rabska Fjera“ na Rabu, očuvanje tradicije kroz neobičan spoj tradicije i performansa kao što radi „Tovareča Mužika“ i na kraju osvrt na spoj sporta, turizma i tradicije u slučaju međunarodne utrke „Škraping“ i na regatu tradicionalnih brodova pod nazivom „Dir po konalu“ na otoku Pašmanu.

Od značajnijih kulturnih dobara i njihovog utjecaja na razvoj turizma donosim u osvrtu na Benediktinski samostan Sv. Kuzme i Damjana na brdu Čokovac u Tkonu i Franjevački samostan i crkvu Sv. Dujma u Kraju.

5.1. „MOREŠKA“

Korčulani su morešku upoznali prije gotovo 400 godina, točnije početkom 17. stoljeća. Teško je reći odakle je moreška stigla u Korčulu. Najstarija poznata moreška izvedena je 1150. godine u Španjolskoj, a različiti plesovi s mačevima šire se po cijeloj Europi do kraja 14. stoljeća.

Moreška je vjerojatno došla u Korčulu preko Dubrovnika iz Španjolske, jer su u 15. stoljeću postojale jake veze između Dubrovačke Republike i Španjolske. Da su Dubrovčani poznavali morešku svjedoče djela poznatih dubrovačkih pisaca Marina Držića i Điva Palmotića. Dok je za Europu bila „modni hit“ Korčulane je toliko zaokupila da je u stoljećima koja slijede, postala nerazdvojni dio njihova življenja i običaja.



Slika 2. Kostimirani nastup (Izvor: visitkorcula.net/moreska.html)

I dok povijest bilježi morešku kao reminiscenciju pobjede Španjolaca kršćana nad Arapima – Maurima, danas ona simbolizira pobjedu ljubavi i dobra nad zlim.

Obzirom da je kroz povijest glazba izgubila svoju autentičnost i doživjela mnoge izmjene, posljednjih pedesetak godina moreška se izvodi na komponiranu glazbu hrvatskog skladatelja Krsta

Odaka, koja svojom kvalitetom moreški daje dodatni efekt. Najvažniji godišnji nastup je 29. srpnja dan Sv. Todora suzaštitnika grada. Tom prigodom morešku igraju najbolji korčulanski moreškanti. Posljednjih desetljeća moreška je nezaobilazni dio turističke ponude i najprepoznatljiviji turistički proizvod grada Korčule. Turisti je mogu doživjeti u izvornom

ambijentu korčulanskih kula i zidina u večernjim satima 1 – 2 puta tjedno. Tada se glazba, šarenilo kostima, iskre mačeva i sjaj baklji sa živom kulisom zidina Korčule stope u jedno.

Naravno, moreška je gost i mnogih turističkih sajmova širom Hrvatske i Europe. Tako su morešku upoznali i zavoljeli mnogi ljudi izvan Korčule. Korčulani su morešku „batili“ u Parizu, mnogim gradovima širom Velike Britanije, od Glazgova do Londona, Essenu, Frankfurtu, Bernu, Pragu, Brnu, Bratislavi, Berlinu, Oslu, Malmoe, Kopenhagenu. U Stockholmu se 1976. godine moreška igrala u dvorani u kojoj se dodjeljuju Nobelove nagrade. Moreška je godinama bila gost Venecijanskog karnevala gdje su Korčulani igrali morešku na trgu Sv. Marka 1996. godine. Korčulani su morešku odigrali i u njoj postojbini Španjolskoj i tako podsjetili španjolce na davno zaboravljenu igru s mačevima.

Korčulani su ponosni na morešku, prenose je s koljena na koljeno, s oca na sina, a jedno od najznačajnijih obilježja svakog korčulanina je biti moreškant. Korčulanski dječaci gotovo pobožno godinama „upijaju“ svaki korak, svaki udarac mača, dok ne postanu spremni naslijediti svoje očeve. Posebna je čast i privilegija biti najbolji od najboljih – biti jedan od kraljeva.

S toga je moreška za Korčulane više od same mačevalačke igre, ona je dio života, o njoj se priča u svakoj korčulanskoj obitelji. Moreška kao tradicionalni običaj, danas je najprepoznatljiviji motiv Korčule i odličan primjer kako tradicija može biti glavni nositelj turizma.



Sika 3. Kostiminirani nastup (Izvor: croatiaweek.com/korculas-famous-moreska-dance-goes-rock/)

5.2. RABSKA FJERA

Prvi i najveći srednjovjekovni festival u Hrvatskoj, Rabska Fjera, temelji se na tradiciji započetoj 21. srpnja 1364. godine kada je rapsko gradsko vijeće odlučilo odati počast kralju Ljudevitu Velikom⁶ koji je Rab oslobodio mletačke vlasti. Taj se dan posvećuje i sv. Kristoforu, svecu zaštitniku grada Raba. Fjera je u prošlosti trajala 14 dana, kada je stanovništvo otoka slavilo moći sveca kojemu se prepisuje zasluga za spašavanje grada od uništenja.



Slika 4. Rabska Fjera (Izvor: rab-visit.com)

Tijekom Fjere cijeli se grad vraća u prošlost. Mali obrtnički dućani i zanatske radionice izlaze na gradske ulice, nudeći posjetiteljima jedinstvenu priliku da na licu mjesta vide kako se na tradicionalan način izrađuje pojas za hlače ili mirisna pomada, ili pak ukrašava kosa sićušnim cvjetićima, baš kao u srednjem vijeku. Zrakom se širi miris svježe prženih šulčića, dok na plaži niče cijelo ribarsko naselje izgrađeno u potpunosti tradicionalnim alatima, čak i igračke za djecu. Ulice odzvanjaju pjesmom i glazbom dok se prolaznicima nude tuna, fritule, sir i vino.

Fjera okuplja Rabljane i Rabljane u udruge koje danas nose mnoge manifestacije, te prenose tradiciju na mlađe naraštaje.

⁶Ludovik I. Anžuvinač ili Ludovik Veliki ili Ljudevit Veliki (*Višegrad, 5. ožujka 1326.; Nagyszombat, 10. rujna 1382.) je bio Ugarski kralj od 1342. i Poljski kralj od 1370. pa do svoje smrti 1382. godine. Od 1356. do 1358. Ludovik je počeo rat protiv Venecije za vlast nad Dalmacijom. Zadarskim mirom (1358), svi Ludovikovi zahtjevi za Jadransku regiju bili su prihvaćeni. Odmah je sagradio Jadransku flotu. Zadarskim mirom većina dalmatinskih gradova, pa tako i otoka Raba i obale došlo je pod vlast Ludovika i hrvatskog bana, osim Dubrovnika, koji je priznao vrhovnu vlast hrvatskog bana i hrvatsko – ugarskog kralja, ali ostao samostalan, odnosno Zadarskim mirom je stvorena Dubrovačka Republika.

Okuplja i rapske prijateljske gradove, San Marino, Koenigsbrunn, Sežanu i Kočevje, koji na Fjeri zauzimaju posebno mjesto i daju posebnu draž. Također okuplja i razne udruge i zanatlije diljem Hrvatske, a sve u cilju održavanja tradicije koja je zaista jedinstvena.

Izuzetna je to tradicija za jednu primorsku destinaciju, koja se najčešće smješta u ladicu s destinacijama u kojima su sunce i more prioriteta, a masovni turizam normalan slijed događanja. Srećom, povijest ostaje zapisana zauvijek, pa je tako i Rabskoj Fjeri omogućeno mjesto pod suncem u turističkoj ponudi Hrvatskih otoka.



Slika 5. Rabska Fjera - priprema hrane na tradicionalna način (Izvor: rab-visit.com)

5.3. TOVAREĆA MUŽIKA

Kako mjesto Sali ima stoljetnu ribarsku tradiciju, svaka je kuća u prošlosti imala rog, koji je služio za davanje signala pri lovu na plavu ribu. Međutim mlađi naraštaj dosjetio se još jednog načina na koji se može upotrijebiti ovaj predmet: kao glazbeni instrument. Sve je počelo kao šala na račun onih koji se vjenčaju u poznim godinama. Godine 1960. jedna se stara cura udala za udovca u Zaglav. Vjenčanje su namjeravali održati potajno, ali je mladost doznala i organizirala šalu. Išli su za svatovima pušuci u rogove, udarajući u metalne dijelove alatki i u željezne pegle. Da bi ih se riješili, ženik i udavača su ih počastili pićem, a šaljivdije su po povratku u selo ponovno upriličili takve „koncerte“ sebi za gušt. Tako je nastala Tovareća mužika, koja danas djeluje kao udruga i svojim nastupom veliča mnoga događanja po Zadarskoj županiji, a i diljem Hrvatske⁷.



Slika 6. Tovareća Mužika na „Saljskim Užancama“ (Izvor: ezadar.net.hr)

7. <http://www.dugiotok.hr/atracije-tovareca-muzika> (09.06.2023.)

Obožavan čuti bubanj Tovareće mužike koji se popunjava potmulim zvukom volujskih rogova. Obožavam vidjeti onu djecu kako ih prate. Male curice i dječake u svojim fuštanićima i škarpinićima kakve se nosile njihove none. Kako mužika prolazi kroz selo ljudi se okupljaju u grozdovima. Uz nju se šuti. Ta šutnja je onaj saljski san. Slušati nju znači buditi divlje, iskonske Sali, koje buknu u šutnji slušača i rukanju mužike. Kako zmaj prolazi kroz mnoštvo, on plete zajedničku nit i sve nas povezuje. Kad Tovareća prolazi pored knjižnice ja zatvaram oči i snujem one lijepe Sali, onaj divan san koji zapravo kaže - , o kako bi lijepo bilo izaći iz indiferentnosti!⁸.



Slika 7. Fešta „Saljske Užance“ (Izvor: <https://www.zadar.hr/hr/dogadanja/saljske-uzance>)

Tovareća mužika uz manifestaciju „Saljske Užance“ ostalo je jedino mjesto gdje se od zaborava sačuvalo lokalne običaje, a istovremeno postalo najvažnije turističko događanje na Dugom Otoku. Tijekom manifestacije koja traje tri dana, Dugi Otok i mjesto Sali posjete na tisuće turista, a Tovareća Mužika je najbolji ambasador otočkog turizma u svijetu.

Tovareća mužika je 2012- godine proglašena nematerijalnim kulturnim dobrom Republike Hrvatske.

8. Mihić A., <http://www.davorrostuhar.com/2012/saljske-uzance/> (09.06.2023.)

5.3. ŠKRAPING

Kad su organizatori prve trekning utrke „Škraping⁹“ 2006. godine planirali multi sport utrku, koja bi osim sportskog dijela uključivala i očuvanje lokalnih običaja i razvoj lokalne zajednice, nisu ni u najboljim planovima mogli zamisliti da će se ova utrka pretvoriti u najznačajniji događaj na otoku Pašmanu.



Slika 8. Škraping 2017. (Izvor: skraping.hr)

Škraping je utrka koja uključuje hodanje, i trčanje po najljepšim dijelovima otoka Pašmana uz stalno upoznavanje s lokalnim običajima, tradicijom i kulturom. Natjecatelji na stazi imaju priliku upoznati geografske osobine otoka, ali najupečatljivije od svega je upoznavanje lokalnih običaja i tradicije. Cilj organiziranja utrke je podignuti samosvijest i probuditi interes otočana za sport, a i upoznati javnost s mogućnostima da otok Pašman ima ljudske i prirodne resurse za organiziranje različitih sportskih i kulturnih aktivnosti u svrhu obogaćivanja turističke ponude posebno u zimskim, ali i svim drugim periodima.

9. Škraping je turističko – športska manifestacija. Škraping je kombinacija penjanja, skakanja, trčanja, hodanja i snalaženja u prirodi. Ime škraping dolazi od riječi škrapa, koja označava pukotine u vapnenačkim stijenama koje su nastale uslijed djelovanja voda, a najčešće se nalaze u morsku obalu. Škraping je trekning utrka po oštrom kamenju i gustom raslinju, spada u vrstu pustolovne utrke. Prvi Škraping održan je 2006. godine na otoku Pašmanu. Idejni začetnik i višegodišnji organizator utrke bio je Vlado Jureško uz pomoć Udruge TRS i Općine Tkon.

Za vrijeme trajanja trodnevne manifestacije organiziran je raznovrstan program kao što je „Sajam otočnih proizvoda“, razne radionice na temu glagoljice, zaštitu prirode, pripremanje i degustacija lokalnih specijaliteta, nastup klapa i zborova. Za najmlađe se organizira posebni dječji program koji uključuje sve aktivnosti kao i za odrasle, samo prilagođene djeci, kako bi se istima od malih nogu usadile vrijednosti koje je potrebno očuvati i razvijati.

Manifestacija se organizira prvi vikend u ožujku i okupi oko tisuću natjecatelja i još toliko gostiju u pratnji, te tako lokalna TZ ostvari nekoliko tisuća noćenja u zimskom razdoblju, što je za otok bez hotela značaja uspjeh i može se mjeriti s najvažnijim manifestacijama u državi.

Projekt „Škraping“ je ogledni primjerak kako dobro osmišljena turistička manifestacija može biti generator razvoja turizma na otocima, a istovremeno najvažniji element kod očuvanja i promocije lokalne tradicije i običaja.



Slika 8. Škraping 2023. (Izvor: skraping.hr)

5.4. BENEDIKTINSKI SAMOSTAN SV. KUZME I DAMJANA NA BRDU ČOKOVAC

Benediktinski samostan na brdu Čokovac¹⁰ ponad mjesta Tkon na otoku Pašmanu, centralno je mjesto obnove i zaštite pisma glagoljice iako je prije svega sakralni objekt, samostan je glavna turistička atrakcija na otoku Pašmanu.



Slika 9. Benediktinski samostan na brdu Čokovac (Izvor: tzo-tkon.hr)

Sagradio ga je biogradski biskup Teodorik 1059. godine na temeljima ranije bizantske utvrde i starokršćanske crkve. U samostanskom lapidariju može se vidjeti i ulomak kamenog reljefa sa motivom križa, koji potječe iz kapele Sv. Kuzme i Damjana iz 6. stoljeća.

Po mletačkom razaranju Biograda u 12. stoljeću benediktinci dolaze na Čokovac i grade novi samostan. U 14. stoljeću samostan je srušen do temelja, ali su ga benediktinci ponovno izgradili i pregradili crkvu u venecijanskom gotičkom stilu. Crkvu krase oslikano gotičko Tkonsko raspelo s početka 15. stoljeća, rad majstora Menegela Ivanova, učenika Paola Venezianija, do 1999. zvanog majstora Tkonskog raspela. Godine 1808. samostan je ugašen i ponovno oživljen.

10. Naziv „Čokovac“ dolazi od riječi „ćok“ što je naziv u lokalnom dijalektu za pticu kos.

Ćokovac je posljednji aktivni samostan benediktinaca u Hrvatskoj i poznato glagoljaško središte. Samostan je spomenik kulture nulte kategorije i upisan je u Registar kulturnih dobara RH pri Ministarstvu kulture.

Ćokovac ima nekoliko elemenata koji ga čine snažnim generatorom razvoja turizma i to:

- centralno mjesto obnove i promocije pisma glagoljice;
- mjesto prikaza burne prošlosti otoka i ovog dijela obale;
- višjezični i stručni turistički vodič objekta iz redova samostanskih monaha;
- kreativna radionica suvenira i trgovina suvenira;
- održavanje crkvenih tradicionalnih napjeva i
- veličanstveni pogled na Pašmanski kanal i Biogradsko zaleđe.

Samostan je za obilazak otvoren svaki dan u vremenu između 16:00 i 18:00 sati i tijekom ljetnih sezona, u samo 2 sata koliko je otvoren za posjet, samostan razgleda oko 150 posjetitelja. Ovoliki broj posjetitelja predstavlja određeni pritisak za redovite obveze monaha, ali spoznaja o tome da je ovo najvrjednija turistička atrakcija otoka, monasi će rado i sa osmijehom dočekati i ispratiti svakoga gosta.

Samostan Ćokovac je primjer kako bi se slični objekti mogli staviti u svrhu očuvanja tradicije koja nužno dovodi i do atraktivnosti destinacije, pa tako i razvoja turizma.

Važno je napomenuti da je nekoliko monaha iz zajednice na Ćokovcu krenulo u obnovu i zaštitu drevnog samostana Sv. Marije na otočiću Velikog jezera na Mljetu, što na ovakav način upravljanja viđen na Ćokovcu, može rezultirati jedino još jednim uspješnim projektom.

5.5. FRANJEVAČKI SAMOSTAN I CRKVA SV. DUJMA U KRAJU

Franjevački samostan Sv. Dujma s crkvom sagrađen u gotičkom stilu 1392. godine nalazi se u mjestu Kraj na otoku Pašmanu.

Samostan i crkvu sagradila je patricijska obitelj na mjestu koje su franjevcima poklonili benediktinci s Čokovca. Gradnja samostana je, vjerojatno, započela 1394. godine, a u funkciji je u drugoj polovici 15. stoljeća. Samostan je kasnije pregradnjama obnovljen u baroknom stilu tijekom 17. stoljeća, otkud potječu i dvorišna vrata samostana. Posebno su vrijedni samostanski klaustar, slike Bogorodice s malim Isusom iz 15. st. i Posljednja večera u samostanskoj blagovaonici.



Slika 10. Franjevački samostan Sv. Dujma u Kraju (Izvor: pasman.hr)

Ono što je posebno važno je to što se u samom prizemlju samostana nalazi muzej s eksponatima koji govore o povijesti otoka Pašman s postavljenom izložbom knjiga i rukopisa, umjetnina, crkvenog posuđa i ruha, predmeta ručnog rada i arheoloških relikta. U ljetnom periodu turisti i posjetitelji samostana imaju svakodnevno u popodnevnim satima priliku razgledati muzej u samostanu uz prethodnu najavu franjevcima.

Samostan pruža katoličkim organizacijama i karitativnim ustanovama prostor za odmor. Odredište je tzv. Duhovnog ljeta mladih. Ljetovanje mladih iz cijele Hrvatske u samostanu je

organizirano u grupama u četiri turnusa. Svaki dan imaju misno slavlje, molitvu krunice i euharistijsko klanjanje.

Duhovno ljetovanje u samostanu služi čovjeku za duhovni rast, da se makne od vreve na koju je naviknuo u svakodnevnom životu uz zvuk mora, vjetra, valova i cvrčka.

Organizirati duhovni sadržaj u samostanu bila je davna želja oca Ivana Ikea Mandurića. Prvi put ga je pohodio 1999. godine. „Stalno sam nosi taj samostan u mislima i sjećanju. Kad mi je Alan Hržica rekao kako bi bilo dobro kad bismo našli neki lokalitete u kojem bismo imali ozbiljni duhovni program, a da nije šator, odmah mi je bio u mislima ovaj samostan“.

Franjevački samostan Sv. Dujma s crkvom je zaštićeni spomenik hrvatske kulture. Ima petnaest soba, a u svom okolnom prostoru ima vrt i maslinik od 150 stabala maslina. U sadašnjoj riznici nekad je bila biblioteka koja je s bogatim sadržajem i knjigama sada na katu samostana. U održavanju i obradi vrta i maslinika pomažu domaći ljudi sa otoka, dođu i ljudi iz Zadra, molitvene grupe iz samostana Sv. Frane. Franjevci plodove iz Kraja daju u zadarski samostan Sv. Frane. Poljodjelstvo i život s prirodom spada u franjevački život.



Slika 11. Kip svetog Frane ispred samostana (Izvor: opcinapasman.hr)

5.6. ĐIR PO KANALU – REGATA TRADICIJSKIH BRODOVA

Svaku godinu u Ugriniću i Tkonu na otoku Pašmanu u mjesecu srpnju održava se regata pod nazivom „ĐIR PO KONALU“ koja okuplja 100 – naj drvenih leuta, gajeta i kajica na oštra/latinska idra i trevu,



Slika 12. Regata „Đir po konalu“ (Izvor: nasiskolji.hr)

Regata „Đir po konalu“, kojom počinje sezona regata tradicijskih brodova sjeverne Dalmacije, okuplja vlasnike i ljubitelje tradicionalnih brodova otoka Pašman, ali i susjednih luka – Biograda, Vodica, otoka Murtera, Prvića, Iža i Zlarina. Važno je istaknuti trevu kao poseban oblik jedra specifičan samo za Pašmanski kanal. Riječ je o jedru s dvije paralelne lantine za razliku od oštrog (latinskog) jedra s jednom lantinom. Inače područje od Pašman do Murtera najbogatije je tradicijskim brodovima i barkama. Ne zna im se točan broj, ali pretpostavlja se da ih ima nekoliko stotina.

Nakon sportskog dijela, sudionici i posjetitelji imaju priliku sudjelovati u pripremi tradicionalnih jela uz zabavni program i klapsko pjevanje. Tako je u jednom sportskom

događaju ostvaren potpuna sinergija sporta, tradicije, gastronomije i prirode, što je neminovno dovelo do dobrog turističkog proizvoda. Osim natjecatelja i brojnih sponzora koji su podržali ovu manifestaciju događaju su u velikom broju nazočili i posjetitelji i turisti.

Projekt Latinsko idro je emocionalni odmak od svega na što nas danas podsjećaju moderna i sofisticirana jedra u našim portima, iskreni odmak prema baštini i svemu što smo bili, a u duši nismo prestali biti – uvažavajući istodobno sve pogodnosti suvremenog načina plovidbe. Ovo jedro drži u neprekinutoj vezi Murter i Betinjane u velikoj zajednici mediteranskih naroda, te ih tako čini djeljenicima jedne goleme pomorske tradicije koje se unatoč svim mijenama na hrvatskoj obali Jadrana – nisu nikad odrekli.

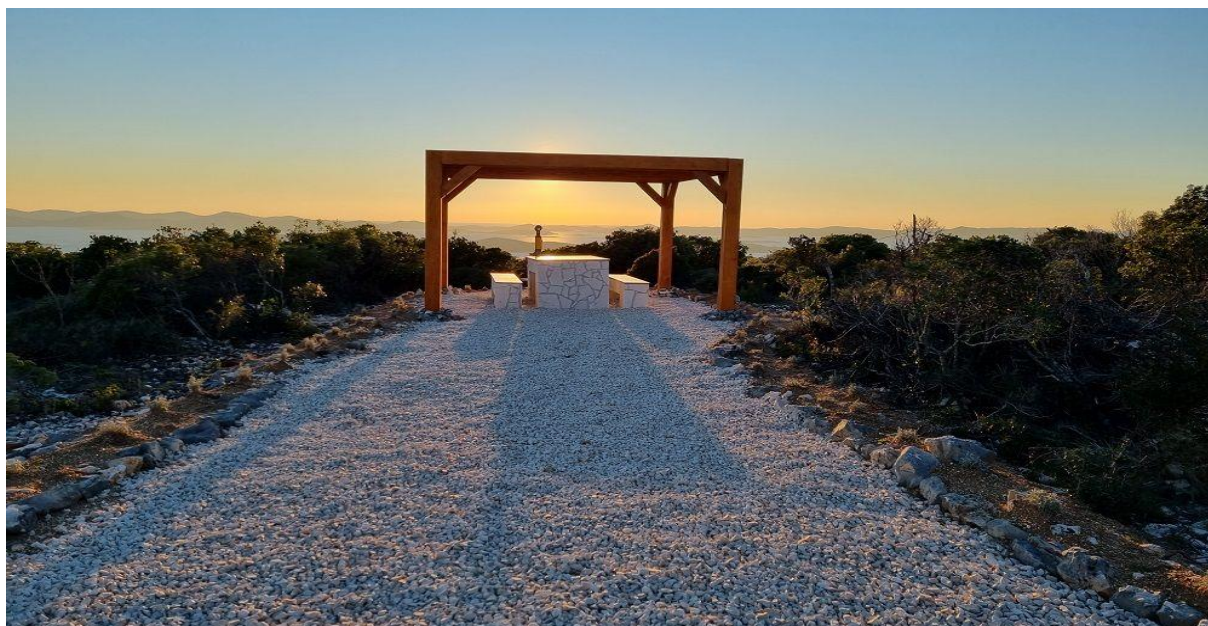
A to znači da Latinsko idro ustvari nije ni brod ni jedro, ni regata ni turistička fešta...Latinsko idro je podsjetnik na jedan način života, na jedan izniman prostor, na jedan duhovni svijet i njegovo postojanje. Latinsko idro je sinteza svih djelatnosti i postupaka, svih znanja i obrta, svih pomorskih vještina i iskušenja, stanja duha i vjerovanja, svega što se plelo po ovom čudesnom akvatoriju. A u ishodištu svega toga je stajao brod. On je bio stožer oko kojeg se sve vrtjelo. Ništa na ovoj neobičnoj točki Jadrana nije bilo moguće bez njega i njegova jedra. Kao i u knjizi postanka: sve je bilo brod i sve je po njemu postalo. Mi smo on sam. Latinsko idro – to smo mi ¹¹.

Cilj ovog projekta je okupljanje umjetnika, kalafata i ribara u svrhu očuvanja tradicije i starinskog načina plovidbe, kao i prezentacije tradicije posjetiteljima.

11.http://www.latinskoidro.hr/o_nama.html (09.06.2023)

5.7. PET VIDIKOVACA OTOKA PAŠMAN

Otok Pašman je 2022. godine dobio 5 novih vidikovaca i 13,25 kilometara dugu poučnu stazu koja se pruža od vrha Bokolja pa sve do uvale Soline. Na više od 13 kilometara dugoj stazi izgrađenoj je 5 novih odmorišta/ vidikovaca i to na lokacijama – Lavanda, Bobića špilja, Smilje, Maslina te Bokolj. Uz uređenu stazu i nova odmorišta postavljene su klupe, panoramski teleskopi te informativne i orijentacijske ploče i slično.



Slika 13. Vidikovac Smilje/ Otok Pašman (Izvor: morski .hr)

Glavni cilj projekta je promicanje i korištenje rekreacijskih, zdravstvenih i turističkih funkcija šume što u konačnici doprinosi poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva te u velikoj mjeri obogaćuje turističku ponudu otoka Pašman. Nadalje, projektom se nastoji educirati i informirati posjetitelje o šumskim biljkama i životinjama, o važnosti očuvanja ekosustava, o zaštiti šuma i špilja otoka Pašman te o sprečavanju nastanka požara.

Ovaj projekt je dokaz kako se u rekreativne, a ponajviše turističke svrhe dobro iskoristi potencijal i bogatstvo otoka Pašman.

6. ZAKLJUČAK

Turizam nije sam sebi dostatan već treba biti u službi i na korist destinacije u kojoj se događa, poštivati lokalni identitet, povijesno nasljeđe i prirodne resurse jer upravo na tome i počiva. Očuvanje tradicije direktno će generirati nova radna mjesta, a indirektno povećati zaposlenost lokalnog stanovništva kroz povećanu potražnju za proizvodima i uslugama na području Hrvatskih otoka.

Lokalna uprava bi trebala izraditi strategiju razvoja turizma koja bi težila uspostaviti zavičajnih muzeja, poticati očuvanje lokalnih običaja, tradicije, autohtonih proizvoda, unapređenju postojećih manifestacija obogaćivanjem njihova sadržaja te uključivanjem svih aktera u turizmu u turističke aktivnosti kako bi se nadogradilo iskustvo boravka turista na otocima, ali i ostvario veći doprinos lokalnoj zajednici, a naravno sve s ciljem generiranja lokalnog razvoja i ekonomske dobrobiti svim lokalnim zajednicama otoka kao turističke destinacije.

Programi za turiste moraju biti aktivni, primjerice nuđenjem edukacije, zabave, avanture i duhovnog sazrijevanja. Turistička destinacija mora zadržati izvornost, ostati vjerna svojoj kulturnoj tradiciji te iz nje crpiti snagu za razvoj. Promicanje održivog kulturnog razvoja uvjet je održavanju lokalnih kulturnih sposobnosti. Nositelji turističke ponude moraju identificirati i afirmirati vlastite lokalne kulturne vrijednosti, a promjene se ne smiju odvijati na štetu naslijeđenih vrijednosti.

Usporedno s razvojem obalnog turizma razvija se i otočni turizam. Hrvatski otoci imaju veliku turističku vrijednost u cilju promicanja selektivnog turizma pogotovo mali i srednji otoci koji su još nerazvijeni u turističkom smislu. Ekološka čistoća, prirodno okruženje, autohtonost otočke arhitekture i razvijena poljodjelska djelatnost mogu omogućiti turistima uključivanje u dnevni život i radni ritam te mogućnosti za razvoj uz razne programe seoskog – ruralnog turizma. Hrvatski otoci, pa tako i otok Pašman, imaju očuvan odnos otočnog stanovništva i prirode, odišu tradicijom, nasljeđem i povijesnim običajima.

U turističkim destinacijama mora i sunca kulturni resursi pridonose kvaliteti cjelokupne ponude, nude duhovno blagostanje i trajno sjećanje na određenu destinaciju. Kultura je osnova turističkom proizvodu mnogih zemalja i glavni razlog zašto ih turisti posjećuju.

U revitalizaciji otoka treba nastojati da se poveća broj otočana, i to tako da se prvenstveno vrate oni koji su se odselili u obalne gradove i inozemstvo. Drugi doseljenici ne bi smjeli brojčano prijeći kritičnu crtu odnosa na štetu domicilnog otočnog stanovništva, i to ne samo brojčano već i „pozicijski“ u lokalnoj upravi i gospodarstvu. Jer, domaći su ljudi ti koji su sposobni dati kolorit i posebnost otočne tradicije i načina života.

Razvoj turizma otoka Pašman treba pratiti tradicionalan način života stanovništva, da se slijedi i obogaćuje tradicija kako bi turistima to što bolje prezentirali. Kvaliteta razvoja turizma treba biti iznad kvantitete turizma – moto koji valja istaknuti na kraju.

7. LITERTURA

7.1. KNJIGE

- [1] Vrtipah, V., Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću, Ekon. Misao praksa dbk. 2006, str. 279. – 296.
- [2] Vidučić, V., Održivi razvoj otočkog turizma Republike Hrvatske, Naše More 54 (1-2)/2007, str. 42. – 48.
- [3] Hitrec, T., „Održivi turizam i okoliš u žiži interesa Vijeća Europe“, Turizam 2/2002., str. 457. – 459.
- [4] Keller, P., Tourism and Culture: Managing Change, AIEST, St. Galen, 2000.
- [5] Magaš, D. (2000) Razvoj hrvatskog turizma – koncepcija dugoročnog razvoja, Adamić, Rijeka.

7.2. INTERNETSKI IZVORI

1. <http://www.pasman.hr/>
2. <http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=11>
3. <http://www.crometeo.hr/klima/>
4. <http://www.tkon.hr/o-povijesti-tkona>
5. <http://hrcak.srce.hr/32915>
6. <http://www.skraping.hr>
7. <http://www.ofm-sv-jeronim.hr/tko-smo-mi/samostani/kraj-otok-pasman/>
8. <http://www.pasman.hr/hr/pasman/spomenici>
9. <http://www.dzs.hr/>
10. <http://hrcak.srce.hr/file/44528>
11. <http://www.zadarskibodul.com/?p=1620>