

Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma

Mihalković, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:690495>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Ivana Mihalković

Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma

Prvostupnički rad

Mentor: prof. dr. sc. Borna Fuerst-Bjeliš

Ocjena: _____

Potpis: _____

Zagreb, 2020. godina.

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Prvostupnički rad

Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma

Ivana Mihalković

Izvadak: Prostorni (regionalni) identitet kao koncept prvenstveno se odnosi na percepciju prostora, odnosno osjećaju pripadnosti određenom području ili mjestu. Stoga se kroz izraženost pojedinih razina identiteta (lokalni, regionalni, nacionalni) u lokalnim zajednicama vrijednosti kulturnih i prirodnih resursa kako i nematerijalne baštine mogu transformirati u turističku atrakciju. Stoga je prostorni (regionalni) identitet jedan od važnijih nematerijalnih resursa koji uz pravilnu promociju ima značajan potencijal u izgradnji turističkih proizvoda. Regionalni identitet je većinom dominantan u jasno definiranim tradicijskim regijama kao što su Istra i Međimurje dok su lokalna i nacionalna razina prisutne u nejasno definiranim regijama poput Bjelovarske.

25 stranica, 6 grafičkih priloga, 1 tablica, 22 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: regionalni identitet, Istra, Međimurje, Bjelovarska regija, turistički proizvod

Voditelj: prof. dr. sc. Borna Fuerst-Bjeliš

Tema prihvaćena: 11. 2. 2020.

Datum obrane: 24. 9. 2020.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska

| |
|--------------------------|
| BASIC DOCUMENTATION CARD |
|--------------------------|

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Undergraduate Thesis

The impact of spatial/regional identity on tourism development

Ivana Mihalković

Abstract: Spatial (regional) identity as a concept primarily refers to the perception of space, it is the feeling of belonging to a certain area or place. Therefore, through the expression of certain levels of identity (local, regional, national) in local communities, the values of cultural and natural resources as well as intangible heritage can be transformed into a tourist attraction. Therefore, spatial (regional) identity is one of the most important intangible resources which, with proper promotion, has significant potential in the construction of tourist products. Regional identity is mostly dominant in clearly defined traditional regions such as Istria and Međimurje, while the local and national levels are present in vaguely defined regions such as Bjelovar region.

25 pages, 6 figures, 1 tables, 22 references; original in Croatian

Keywords: regional identity, Istra, Međimurje, Bjelovar region, tourist product

Supervisor: Borna Fuerst - Bjeliš, PhD, Full Professor

Undergraduate Thesis title accepted: 11/02/2020

Undergraduate Thesis defense: 24/09/2020

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia

Sadržaj:

| | |
|---|-----------|
| 1.Uvod | 1 |
| 1.1. Predmet istraživanja..... | 1 |
| 1.2. Cilj rada | 2 |
| 1.3. Hipoteze istraživanja | 2 |
| 1.4. Metode istraživanja i izvori podataka..... | 2 |
| 2.Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma na jadranskom području | 3 |
| 2.1. Istra | 3 |
| 2.1.1. Denotativno i konotativno značenje..... | 4 |
| 2.1.2. Tradicionalna hrana kao karakteristika regionalnog identiteta | 5 |
| 2.1.3. Glazbeno stvaralaštvo kao dio regionalnog identiteta | 7 |
| 2.1.4. Izraženost regionalnog identiteta kroz stavove stanovnika | 7 |
| 3.Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma na kontinentskom području..... | 9 |
| 3.1. Čakovečka i Bjelovarska regija | 9 |
| 3.1.1. Prostorni identitet kao poticaj razvoja turizma Čakovca..... | 9 |
| 3.1.2. Prostorni identitet kao poticaj razvoja turizma Bjelovara..... | 10 |
| 3.1.3. Komparacija Čakovca i Bjelovara | 12 |
| 3.2. Regionalna svijest, identitet i percepcija Međimurja– rezultati ankete | 13 |
| 4. Zaključak | 20 |
| 5. Popis literature i izvora | 21 |
| 6. Popis slika | 24 |
| 7. Popis tablica..... | 25 |

1.Uvod

1.1. Predmet istraživanja

Prostorni identitet kao pojam, točnije koncept prostornog identiteta odnosi se na percepciju o prostoru, svijest o istom prostoru. Kao posljedica niza historijskogeografskih, ekonomskih, prirodnih i drugih faktora u svijesti pojedinca stvara se osjećaj kolektivne pripadnosti određenom mjestu ili prostoru. Kod oblikovanja prostornog identiteta glavnu ulogu ima subjektivno sagledavanje prostora koje je moguće kroz imenovanje određenih lokacija i kroz korištenje simbola, koji u vizualnom i materijalnom smislu stvaraju doživljaj pripadnosti nekom prostoru. Stoga je određivanje prostornog identiteta osobno pitanje pojedinca i nemoguće je dati opću sliku, ako ne sagledamo subjektivne poglede svakog člana promatrane zajednice. Prostorni identitet se može odvijati na više razina, što uključuje lokalni, regionalni i nacionalni identitet kao tri osnovne razine prostornog identiteta. Stoga, jedna ili dvije razine identiteta mogu prevladavati u nekom području u odnosu na druge (Mirošević i Vukosav, 2010.). U suvremeno doba stvaranje novih proizvoda, ali nematerijalnih, jedan je od rastućih trendova u svijetu, a isto tako proučavanje prostora kao proizvoda postalo je dio socijalne geografije 90-ih godina prošlog stoljeća (Johnston, 2000.). Izraženost prostornog identiteta lokalne zajednice stvara i veću povezanost takve zajednice, te takva zajednica uz zajedničko prepoznavanje prirodnih i kulturnih resursa, kao i nematerijalne baštine pravilnim ulaganjima može razviti turizam promoviranjem raznih turističkih atrakcija. Upravo zbog toga je prostorni identitet jedan od najvažnijih nematerijalnih resursa, kojem je potrebna dobra prezentacija, kako bi se uspješno ogledao u stvaranju turističkih proizvoda. S pojmom regionalnog identiteta usko su vezane tradicijske regije jer kolektivna pripadnost u svijesti pojedinca izdvaja određenu regiju i razlikuje je od ostalih regija, te je čini posebnom. Regionalna svijest kao percepcija jedinstvenosti sastoji se od mnogih elemenata, a jedan od njih je i zajednički način života, kao i identifikacija ljudi s regijom (Fuerst-Bjeliš, 1996.). Također, ukazuje ljudima na vrijednosti njihove regije i samopouzdanje, koje tada stvara poticaj na iskorištavanje resursa koje regija pruža. Procesom komodifikacije i brendiranja, regija postaje turistički proizvod, koji može biti poznat i na širem globalnom području s jasno izraženim vlastitim identitetom (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.).

1.2. Cilj rada

Cilj istraživanja ovog prvostupničkog rada je proučiti razine prostornog identiteta na primjerima pojedinih područja u Hrvatskoj (Istra, Čakovec i Bjelovar) s naglaskom na regionalnom identitetu. U skladu s time cilj je proučiti kakav utjecaj ima dominantna razina prostornog identiteta u promatranom području na transformaciju prostora u značajnu turističku atrakciju, te ukazuje li regionalna svijest rezidenata na vrijednosti njihove regije.

1.3. Hipoteze istraživanja

Temeljne hipoteze ovog prvostupničkog rada su:

1. U područjima s jasno izraženim prostornim identitetom veća je mogućnost za razvoj turizma
2. Regionalni identitet je izraženiji u tradicijskim regijama koje su jasno definirane

1.4. Metode istraživanja i izvori podataka

Dio istraživanja proveden je putem analize, sinteze i prikupljanja sekundarnih izvora podataka iz stručne i znanstvene literature koja se bavi prostornim identitetima i njihovim utjecajima. Drugi dio istraživanja je proveden na temelju vlastitih prikupljenih podataka putem ankete o regionalnoj svijesti, percepciji i identitetu Međimurja kao tradicijske regije.

2.Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma na jadranskom području

2.1. Istra

Složena povijest Istre utjecala je na mnoge procese na tom prostoru, pa tako i na društvene. U prošlosti je to bilo područje sukoba različitih naroda, kultura i političkih interesa (Banović, Blažević, Boneta, 2004.). Etnička heterogenost koja danas postoji u Istri posljedica je povijesnih događaja kao što su kolonizacija, razdoblje uprave Mletačke Republike, razdoblje Austro-Ugarske vladavine, Italije, Jugoslavije, te na kraju Slovenije i Hrvatske (Medica, 1998.). Bilo je tu mnogih pokušaja asimilacije Talijana, Hrvata i Slovenaca, koji čine tri glavne etničke skupine. Stoga, za Istru možemo reći da je specifična hrvatska regija. Njezina specifičnost određena je već samim geografskim položajem, a isto tako i visokim stupnjem gospodarske razvijenosti te svojim povijesnim nasljeđem. Istra je periferna, pogranična regija Hrvatske koja se istodobno nalazi na samoj periferiji. Posljedica te perifernosti se najviše odražava u lošoj prometnoj povezanosti s regijom centra, te zbog toga nije dovoljno integrirana u nacionalni prostor. No, ne može se reći da je ta izražena perifernost negativno utjecala na razvoj Istre, već nasuprot tome. Na temelju socio-ekonomskih pokazatelja (gustoća poslovnih subjekata, niska stopa nezaposlenosti) za Istru se može reći da je razvijena hrvatska regija. Zbog takvih pokazatelja Istra se može mjeriti s gradom Zagrebom i Zagrebačkom županijom. Također, Istra obiluje regionalnim specifičnostima, od svog poluotočnog izgleda kao jedne od prirodno geografskih karakteristika do svojih pejzažnih raznolikosti i pogodnosti. Osim prirodnih pogodnosti i bogatstava tu je prisutna i dugotrajna naseljenost, koja je iza sebe ostavila bogate kulturne vrijednosti. Upravo je jedna od specifičnosti istarskog prostora spoj prirodnih elemenata i kulturnih sadržaja što su poticajni elementi za regionalni razvoj Istre. Zbog toga u Istri dolazi do sve jače izgradnje identiteta, gdje se isprepliću politički, kulturni i ekonomski identitet. Kulturni identitet Istre temelji se na razvoju na dodiru Mediterana i Srednje Europe. U kontekst kulturnog identiteta ubrajaju se kulturne manifestacije, kojih Istra ima najviše u odnosu prema ostalim regijama (filmski festivali, glazbene večeri, folklor...). Sve to u velikoj mjeri utječe na razvoj turizma. Ekonomski identitet se ponajprije odnosi na turizam, po kojem je Istra poznata i dominantna u Hrvatskoj. Zahvaljujući izgradnji mnogih oblika turističkog smještaja (hoteli, apartmani, kampovi...) postignut je dobar ekonomski efekt. Politički identitet, međutim, još je u izgradnji, odnosi se ponajprije na Europsku uniju i na težnju smanjivanja utjecaja političkih

odluka supranacionalnih vlasti. Pri tome se smatra da regionalne vlasti imaju bolji uvid u probleme regije od npr. Europske unije, a takvo je stajalište polazište borbe za veću autonomiju (Švaljek, 1995.). Regionalni identitet Istre sa svoja tri segmenta sve se više ističe i utječe na pozitivan suvremeni razvoj. Stoga, Istra kao najrazvijenija regija ruralnog turizma u Hrvatskoj (Lukić, 2000.), zahvaljujući dobro razvijenom marketingu razvija prepoznatljivi identitet regije (Švaljek, 1995.). Kako živimo u doba interneta i vizualne kulture, za odabir destinacije vrlo je važno predstavljanje u medijima i dobra slika destinacije. Proučavanje i istraživanje slika prostora, te čitanje slike kao teksta pomoću znakova i simbola moguće je pomoću socio-semiotičkog pristupa koji istražuje znakove i njihov socijalni kontekst (Hopkins, 1998.). Tako se npr. mogu proučavati razni turistički prospekti koji služe u promotivne svrhe. Takve prospekte uglavnom izdaju turističke zajednice određenog mjesta. Stoga se, prema Charlesu Pierceu može iščitavati njihovo konotativno i denotativno značenje (Lukić i Zupanc, 2005.).

2.1.1. Denotativno i konotativno značenje

Denotativno značenje se odnosi na doslovno značenje. Kod većine turističkih prospekata, točnije na fotografijama, većinom su prikazani motivi prostora. U ovu skupinu fotografija spadaju one kod kojih je dimenzija prostora naglašenija od ostalih. Najčešće su prikazani eksterijeri odnosno vanjski izgled građevina i to su većinom prikazane sakralne građevine. Što se tiče gastronomije, ona je dosta zastupljena u promoviranju. Nasuprot tome, najmanje je zastupljen prikaz interijera. Isto tako najmanje je prikazana socijalna dimenzija prostora, točnije, na slikama brošura nema prikazanih ljudi, manifestacija, kao ni motiva flore i faune te suvenira. Konotativno značenje podrazumijeva unošenje emocija i pristranih doživljaja. Stoga, u tom kontekstu su većinom zastupljeni slogani koji obuhvaćaju teme baštine, kulture i umjetnosti, prirode i okoliša, doživljaja mjesta, te gastronomije. U sloganima i na fotografijama želi se istaknuti istarski identitet, prošlost, idilični krajolik, obitelj, prijateljstvo, druženje, idila, te se pomoću njih nastoji stvoriti slika Istre kao turističkog proizvoda. Baština, kultura i umjetnost su podosta zastupljene u sloganima, te se u skladu s time spominje temelj istarskog identiteta na *stoljetnim talozima ljudske kulture*. Tema prirode i okoliša najčešće se predstavlja kao nešto idilično, opisano kao *djevičansko, ekološki očuvano, atraktivno i nezagađeno*. Istra, pogotovo njen ruralni dio najčešće se opisuje kroz slogane kao *mali drevni svijet, malo mjesto velikih otkrića, ili odmorište oka i okrepa duše*, predstavljeno kao prostor u

kojem se *zbijska svakodnevica susreće s mitskom poviješću*. Česti slogan koji se upotrebljava za unutrašnju Istru je *srce Istre*. Također se kroz slogane promovira i gastronomija gdje se predstavljaju autohtoni istarski proizvodi kojima se tada pridaje prostorna dimenzija, npr. *grad tartufa, carstvo muškata*. Kroz različite slogane i fotografije Istra je oblikovana kao koncept turističko-geografskog marketinga (Lukić i Zupanc, 2005.).

2.1.2. Tradicionalna hrana kao karakteristika regionalnog identiteta

Na prijelazu u 21. stoljeće obilježja istarskog regionalnog identiteta mogu se ogledati u kontekstu tradicionalne hrane kao turističke ponude Istre. Ono što najviše karakterizira istarska tradicionalna jela jesu jednostavnost i skromnost. Svjetski trend promoviranja zdrave hrane pametno koriste turističke zajednice Istre u svojoj ponudi i svom radu. Svaki dio Istre teži naglasiti svoje gurmanske specijalitete koje ova, iako mala regija može ponuditi. Istra ima dobar geografski smještaj koji pogoduje razvoju poljoprivrede, a uz to ima velike raznolikosti u pogledu tla i konfiguracije kopna. Na tako malom prostoru ljudi žive vrlo raznoliko, od ribara uz more, orača koji radi na polju, do čuvara ovca na Ćićariji. Zbog svog povijesno izloženog položaja su česte kolonizacije, ratovi i glad igrali ulogu u davanju posebnosti ovoj kuhinji. No, s vremenom se miješalo stanovništvo različitih etničkih skupina i svaka od njih je ostavila neke specifične tragove koji su također ugrađeni u prehrambene navike potomaka Istre. Okvirno, tradicionalna autentična jela Istre na koje se danas pozivamo oblikovali su siromaštvo i bijeda uzrokovani ratovima i nestabilnom političkom situacijom. Stoga je umijeće spravljanja ukusnih i hranjivih jela od gotovo ničega bilo istinsko umijeće i vještina koje su se u ono vrijeme pripisivale Istriankama. Kada se danas govori o istarskoj kuhinji, to se odnosi na ujedinjenje tri kuhinje: romanske, germanske i slavenske. Iako je doba Venecije i Austro-Ugarske daleka prošlost, njihov doprinos kulinarскоj raznolikosti je i dalje vidljiv. Sa sveukupnim poboljšanjem standarda i kvalitete života koji odgovara razvoju turizma, u drugoj polovici 20. stoljeća može se primijetiti sram zbog nekadašnjeg siromaštva, a to je nužno povlačilo asocijacije na hranu. Gostima se u to vrijeme ne nude obični tradicionalni pučki obroci kao primjerice juha (*maneštra*) i sardele, već obroci *à la carte*, a vino daje još jači naglasak novoj ponudi. Početkom 90-ih godina prošlog stoljeća bilo je gotovo nemoguće u restoranu u Poreču naručiti *maneštru*. No, danas se nutricionistička slika Istre potpuno promijenila, a karakterizira ju globalni trend povratka onome što je lokalno i autentično. U skladu s time, kako bi se promovirala autohtona istarska gastronomija, organiziraju se

festivali. Svako mjesto ima svog zaštitnika, a zaštitnik grada je hvaljen i slavljen na lokalne praznike. Za takve lokalne festivale traju pripreme tijekom cijele godine, a oni tada traju tjedan, dva ili tri, te uključuju sportske turnire, koncerte, ples i konzumiranje velike raznolikosti tradicionalne domaće hrane i pića. Osim slavljenja vjerskih praznika, Istra tako u novije vrijeme sve više održava turističke festivale temeljene na tradicionalnim jelima. Jedan od najpoznatijih je festival tartufa, pa slijede festival kukuruzne kaše (*palente*), ribljeg variva (*brodet*), juhe (*maneštra*), šparoga, rajčice (*pomidori*), puževa, sardela, gljiva, slastica, svinjskog lungića (*ombolo*), kobasica, dok je najmlađi festival krumpira nazvan Gramperijada. Također se organiziraju natjecanja za odabir najkvalitetnijeg vina, nazvanog *Vinistra*, najboljeg ulja, najukusnije slanine (*pancete*) itd.

Festival juha odnosno *maneštre* temelji se na juhi kao osnovi istarske kuhinje. Postoji velik broj poslovice koje služe u promociji ovog jela u turističke svrhe. Primjerice, *Žlica je gospodarica dobre kuhine, Žlica je za stepliti dušu, pirun je za tilo*. Osnovni sastojci ovih povrtnih juha su grah i krumpir, dok treće povrće daje stvarni naziv i specifičan okus juhi. Juha od graha i tjestenine najpoznatija je *mineštra*, umjesto trećeg povrća, tu je tjestenina. Stoga jednom zaboravljena *mineštra* sada je ponovno počela doživljavati svoju gurmansku renesansu, a razlozi toga su trend prema zdravoj hrani, naglašavanje lokalnog/regionalnog identiteta, te kao globalni trend povratka autentičnom turističkom motive. Gastro manifestacija domaće juhe koja je održana 2004. godine u dnevnom tisku je naišla na kritike zbog nepoštivanja godišnjih doba prilikom pripreme *maneštre*. Razlog tome je taj da se takva juha priprema od kupljenog konzerviranog kukuruza koji može značajno promijeniti okus juhe, a tako pripremljena juha se može naručiti i u restoranima tijekom zimskog razdoblja. „Cilj ove akcije, koju organizira županijski turistički ured, trebao je evocirati uspomene na one stare *mineštre* koje su hranile brojne generacije Istrana, te naglasiti da bi danas, posebno s objektom agro turizma, na stolovima trebale biti prave istarske *mineštre*, a ne one koje su koje danas nudi to ime u istarskom ugostiteljstvu.“ (Benić, 2004.)

Tradicionalna kuhinja koja više ne postoji u svakodnevnom životu, također je važan temelj istarskog identiteta. Kulinarstvo je jedan od elemenata koji je svakim danom sve važniji. U turističkim oglasima Istre gastronomija sve se više ističe, te je Istra predstavljena kao turističko odredište vrijedno kulinarskog istraživanja (Prodan, 2004.). Stoga je Istra danas zastupljena na atraktivnim turističkim sajmovima širom svijeta. Isto tako sudjeluje u mnogim kulinarskim natjecanjima između regija. Turistička ponuda mora zadovoljiti objektivne

potrebe turizma s isticanjem vlastitih razlika kao prednosti u odnosu na ostale ponude, te dopustiti da se vlastita prepoznatljivost osloni na subjektivne okuse istarskog tradicionalnog kuhanja (Orlić, 2005.).

2.1.3. Glazbeno stvaralaštvo kao dio regionalnog identiteta

U prošlosti je istarska narodna glazba imala važniju lokalnu ulogu u identifikaciji nego regionalnu (Starec, 1999.). No, u današnjoj Istri glazba ima ulogu naglašavanja jedinstva Istrijana. Zahvaljujući Ivanu Matetiću Ronjgovu koji je težio tome da se dokaže da je istarsko-primorska glazba dostojna koncertnog podija ona se i danas još održava (Prašelj, 1990.). Smatra se i da je preživljavanje nasljeđa istarskog glazbenog folkloru ovisno o naglom razvoju turizma, pa stoga danas folklor i tradicija zauzimaju jednu od važnijih turističkih ponuda Istre. Preporod narodne glazbe u Istri ključan je u identifikaciji u nekoliko važnijih povijesnih trenutaka, posebno nakon Drugog svjetskog rata. Dvadesetih godina prošlog stoljeća glazba se koristila za iskazivanje etničke raznolikosti kao važnog pokazatelja izgradnje istarskog identiteta.

Folklor se danas sve više upotrebljava u industriji zabave i turizmu i to oblikovanjem prema tržišnim kriterijima. U Istri se posebno njeguje takva vrsta umjetnosti. Glazba i ples, druženje, govor na specifičnom dijalektu, uz izvorna jela i usmene predaje omogućavaju održavanje specifičnosti regionalnih obilježja identiteta. Vrijednost i bogatstvo folkloru u Istri prezentira se svake godine na Smotri narodne glazbe i plesa u Istri. To je godišnja smotra koja se održava druge subote u osmom mjesecu, svaki put u drugom istarskom mjestu. Činjenica održavanja smotre u kolovožu, ukazuje koliko je istarska narodna umjetnost važna turistička ponuda. Istra svoju tradiciju i jedinstvenost prikazuje na različitim smotrama, festivalima, svetkovinama (Melodije Istre i Kvarnera, Dan Peroja, Smotra istarskih volova...) i oni su uspješno ukomponirani u turističku ponudu (Orlić, 2005.).

Sasvim je sigurno da osamostaljenje Hrvatske pridonijelo je očuvanju istarske narodne glazbe i uspostavljanju jače regionalne identifikacije.

2.1.4. Izraženost regionalnog identiteta kroz stavove stanovnika

Kod većine istarskog stanovništva najizraženija je regionalna razina identiteta. Razlog tome je većinom osjećaj pripadnosti zavičaju. Također, stanovnici većine jačih turističkih mjesta

poput Rovinja, Poreča, Umaga, Buja izjašnjava se regionalno zbog stava da prihodi koji su ostvareni od turizma ostanu na području Istre, što je obično jedan od važnijih i jačih uzroka regionalizma. Treba uzeti u obzir da pitanje regionalnog izjašnjavanja ne dotiče samo ljude koji su rođeni na istarskom tlu već i na doseljenike koji se isto tako izjašnjavaju. Zbog poluotočnog položaja Istre i ograđenosti prirodnim barijerama (Učka, Ćićarija) što je vidljivo na slici 1., te čestih kolonizacija istarskog poluotoka, stalnog mijenjanja vlasti i suživota raznih etničkih skupina jasan je razvoj *Istrijanstva*. Posljedica suživota više etničkih skupina dovela je do multikulturalizma. Ono što najviše stanovnike Istre veže za svoj kraj jesu kultura, tradicija i zavičaj. Zbog tako jako izraženog regionalnog identiteta većina stanovnika podržava autonomiju i potencijalno odcjepljivanje Istre od ostatka Hrvatske. Prema anketnom istraživanju Okmace i Sapača (2011.) većini stanovnika Istre bi smetalo pripajanje Istarske županije sa Primorsko-goranskom, što je i logično s obzirom da većina podržava autonomiju. Nasuprot tome, većina smatra da Opatija i njezina okolica koji su administrativno dio Primorsko-goranske županije pripadaju Istri. No, za otoke Cres i Lošinj ne smatraju isto, što može opravdati činjenica da veći otoci nikad nisu bili u sastavu Istre. Takvo razmišljanje jasno pokazuje kako su Istrijani vezani za prostore koji im isključivo pripadaju ili koji su im pripadali kroz historijskogeografski razvoj. Također je zanimljivo kako bi većina stanovnika podržala premještanje administrativnog središta iz Pazina u Pulu (Okmaca, Sapač, 2011.).



Sl. 1. Prikaz poluotočnog oblika Istre

Izvor: Histrica, 2018.

3.Utjecaj prostornog/regionalnog identiteta na razvoj turizma na kontinentskom području

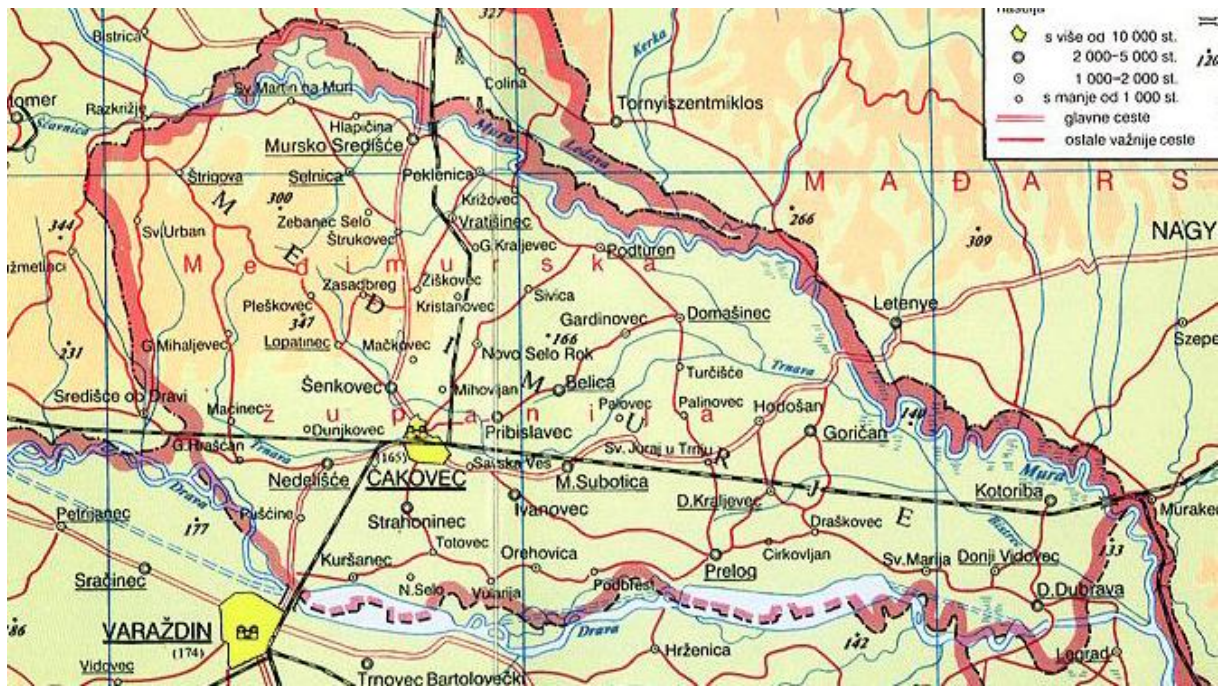
3.1. Čakovečka i Bjelovarska regija

Grad Čakovec je administrativno sjedište Međimurske županije i tradicijske regije Međimurje, koja se prostire na samom sjeveru Republike Hrvatske između Mure na sjeveru i Drave na jugu (Šlezak, 2011). Važno je naglasiti da se administrativno područje Međimurske županije poklapa s tradicijskom regijom Međimurja. Područje Međimurske županije je jedno od najrazvijenijih regija u društveno-gospodarskom pogledu (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.).

Bjelovar je jedan od nodalno-funkcijskih centara Središnje Hrvatske kojeg karakterizira niska stopa razvoja turizma. Važno je spomenuti da se Bjelovar nalazi na dodiru nekoliko tradicijskih regija, a to su Slavonija, Podravina, Moslavina i Bilogora. No, Bilogora je najizraženija regija kojoj pripada, a uz to u Bjelovaru ima doseljenika iz drugih krajeva Hrvatske, Bosne i Hercegovine, ali i Kosova. U Bjelovarsku regiju spadaju općine koje graniče s administrativnom jedinicom (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.).

3.1.1. Prostorni identitet kao poticaj razvoja turizma Čakovca

Za pokretanje turizma, domaće stanovništvo, odnosno rezidenti imaju najvažniju ulogu jer oni najbolje poznaju resurse kojima se može raspolagati na njihovom teritoriju. Ako pitate stanovnike Međimurja s kojom razinom prostornog identiteta se najviše poistovjećuju oni će reći da je to regionalna, a glavni razlog tome je već prije spomenuto poklapanje tradicijske regije s administrativnim granicama županije. Stoga su lokalna i nacionalna razina identiteta za stanovnike Međimurja manje važne. No, ako moramo izdvojiti nacionalnu ili lokalnu razinu, više stanovnika će se onda poistovjetiti s lokalnom razinu. Regionalna i lokalna razina identiteta prevladavaju zbog ponosa na svoj kraj, tradicije i rada. Zbog izražene regionalne razine identiteta stanovnici dobro prepoznaju turističke potencijale koji se promoviraju ili bi se mogli promovirati u određene turističke svrhe. Mjesta koja su turistički najviše valorizirana su Međimurske vinske ceste, Stari grad Zrinski, Regionalni park Mura-Drava itd. U daljnjem radu, u vlastitoj provedenoj anketi će se potvrditi poistovjećenost Međimuraca s regionalnom razinom identiteta.



Sl. 2. Prikaz Međimurja kao jasno definirane tradicijske regije

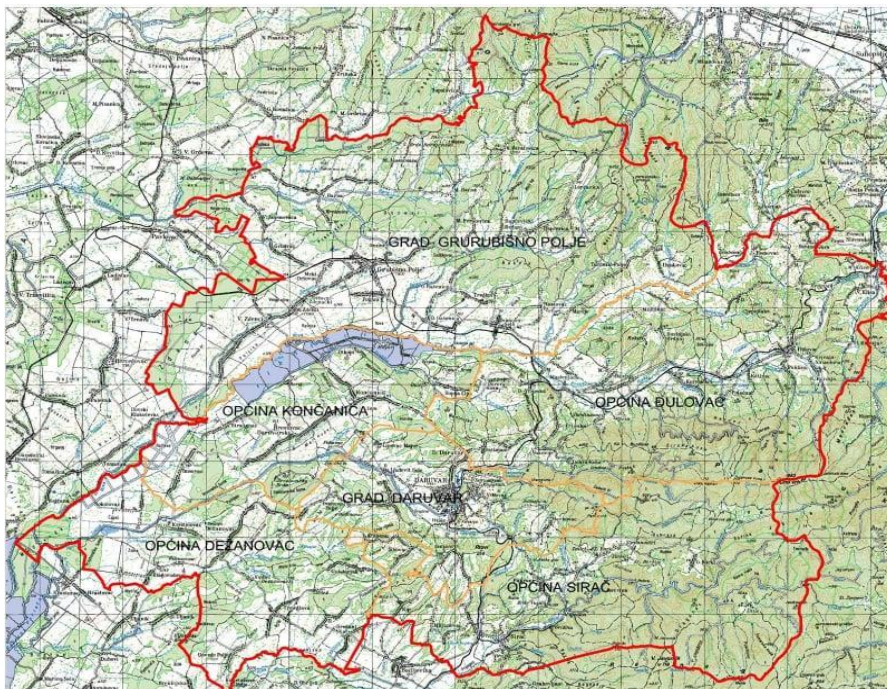
Izvor: Visit Međimurje, 2017.

3.1.2. Prostorni identitet kao poticaj razvoja turizma Bjelovara

Kao što je već prije spomenuto, Bjelovarska regija broji i doseljenike, a i nalazi se na kontaktu više tradicionalnih regija. Usporedbom slike 3., na kojoj su prikazane granice tradicijske regije Bilogore i slike 4., na kojoj su prikazane granice Bjelovarsko-bilogorske županije već po samom obliku može se uočiti da se one ne poklapaju. Stoga se za Bjelovarsku regiju ne može reći da je tradicijska regija u pravom smislu riječi. Većina stanovnika se poistovjećuje s lokalnom razinom identiteta, ali ako moraju birati kojoj regiji pripadaju (Slavonija, Podravina, Moslavina, Bilogora) većina će ih se odlučiti za Bilogoru. Nasuprot tome, doseljenici u Bjelovaru će se prije poistovjetiti s nacionalnom razinom identiteta nego lokalnom, jer se više osjećaju kao *Hrvati*, a manje kao *Bjelovarčani*. Neke od značajnijih atrakcija za koje Bjelovarčani smatraju da imaju potencijal za valorizaciju su centralni park s paviljonom, Bjelovarski sajam, te Festival kazališta BOK fest (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.). Prema provedenoj anketi Marković i Fuerst-Bjeliš (2015.) ljudi koji ne žive u Bjelovaru smatraju Bjelovar dijelom Bilogorske regija, no ipak ima i nerezidenata koji Bjelovar smatraju dijelom Slavonije, Podravine ili Moslavine, što je pravi pokazatelj slabo

izraženog identiteta regije. Pogled nerezidenata na Bjelovarsku regiju je više usmjeren na sportska dostignuća, a manje na sliku prostora. Nedovoljno izražena razina regionalnog identiteta kod stanovništva Bjelovarske regije je i razlog premalog pretvaranja prostora u turistički proizvod, što na kraju rezultira i manjom prepoznatljivošću u svijesti ostalog stanovništva Hrvatske.

Prema Strategiji razvoja grada Bjelovara na području grada Bjelovara nalazi se četrdesetak registriranih kulturnih dobara. Također, postoji bogatstvo nematerijalne baštine, koja se prenosi generacijama, a to se odnosi na dijalekt, ples, igre, obrede, običaje i slično. No, najveći problem je što kulturna baština odnosno zaštićena područja koja određuju kulturni identitet grada nisu dovoljno valorizirana za bolji razvoj turizma. Stoga, vidimo kako postoji vrlo uska veza između poistovjećivanja stanovnika s određenim identitetom i samog identiteta grada. Potrebno je bolje iskorištavanje turističkog potencijala Bjelovara, razvoj prepoznatljivog identiteta grada i konačno brend s ciljem preobrazbe u prepoznatljivu turističku destinaciju. Blizina Zagreba, povoljan prometni položaj te bogatstvo prirodnih i kulturnih baština, samo su neki od potencijala u svrhu razvoja turizma (Strategija razvoja grada Bjelovara 2016-2020.,2016.).



Sl. 3. Granice tradicijske regije Bilogore

Izvor: Lag Bilogora-Papuk, 2016.



Sl. 4. Granice Bjelovarsko-bilogorske županije

Izvor: Bjelovarsko-bilogorska županija, 2018.

3.1.3. Komparacija Čakovca i Bjelovara

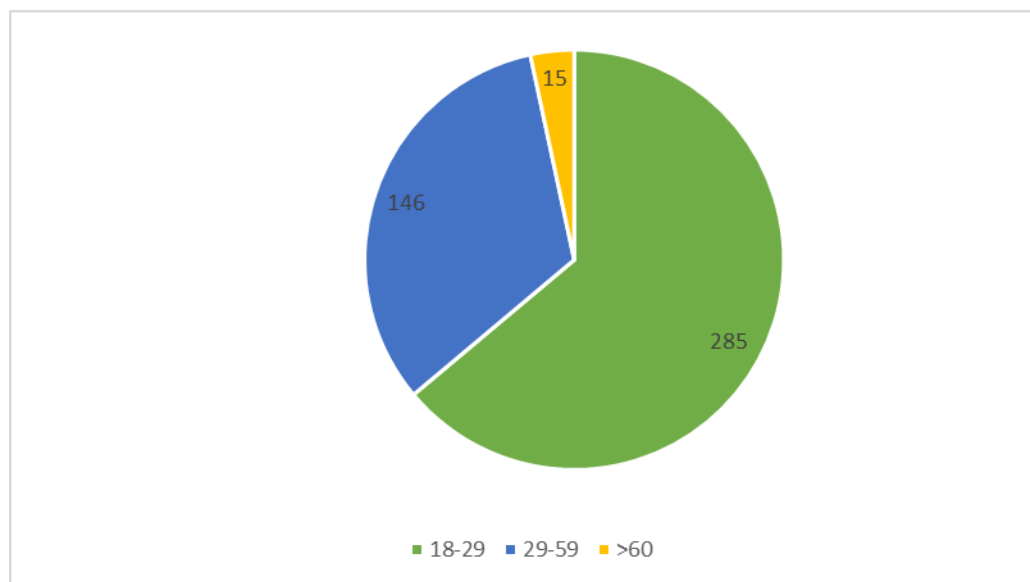
Gradovi Bjelovar i Čakovec dobar su primjer usporedbe jer imaju puno sličnih obilježja, što se najbolje primjećuje kod centralnih funkcija, u kulturnom pejzažu, te zbog nekih povijesnih obilježja jer su oba grada bila dio Austro-Ugarske monarhije, a i razvili su se pod utjecajem srednjoeuropskog civilizacijskog kruga. No, imaju i neke sličnosti u turističkom razvoju, koji su prvenstveno vezani za manifestacije tih područja (Porcijunkulovo u Čakovcu i Terezijana u Bjelovaru).

Važno je spomenuti da je za Bjelovar karakteristična niska stopa turističkih dolazaka, te kao što je već prije spomenuto, ima dosta doseljenog stanovništva (iz drugih krajeva Hrvatske BiH, Kosova), a područje nije jasno definirana tradicijska regija. Unatoč mnogim sličnostima Bjelovara i Čakovca puno je veća potražnja za tržištem Međimurske županije (a samo nešto manje Čakovečke regije). S druge strane Međimurje kao jasno izražena tradicijska regija s jasno izraženim regionalnim identitetom se može korelirati sa značajnijim turističkim rastom. Nasuprot tome, korelacija slabije izraženog regionalnog identiteta Bjelovarske regije s turističkim rastom jasno pokazuje kako je on slabiji u odnosu na Međimurje (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.).

Usporedba historijskogeografskog razvoja Bjelovara i Čakovca, pokazuje kako Čakovec ima stariju povijest grada. Početak razvoja Bjelovara datira iz 18. stoljeća, kada je osnovan kao središte Varaždinskog generalata (Gerić, 1994.). Nasuprot tome, razvoj Čakovca datira još iz 14. stoljeća, a i sam položaj Međimurja kao regije pogoduje povezanosti zajednice i prostornog identiteta (Šlezak, 2011). Važan čimbenik izraženijeg identiteta Međimurja su jasno definirane prirodne granice rijekama Murom na sjeveru i Dravom na jugu, a kod Bjelovara nema jasno izraženih prirodnih granica jer nema većih prirodnih barijera (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015.)

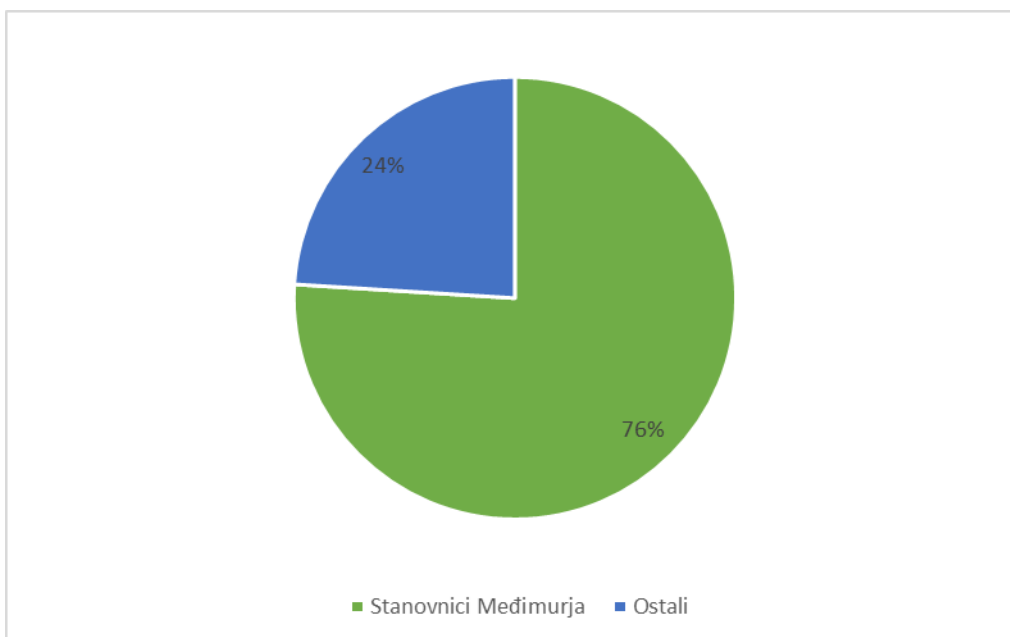
3.2. Regionalna svijest, identitet i percepcija Međimurja– rezultati ankete

U istraživanju regionalne svijesti, identiteta i percepcije te elemenata koji grade brand Međimurja korištena je metoda anketiranja. Rješavanju ankete pristupilo je 446 ispitanika od čega je njih 339 (76%) iz Međimurja, a 107 (24%) iz ostalih krajeva Hrvatske. Upitnik za rezidente sadržavao je 5 pitanja, a upitnik za nerezidente 4 pitanja.



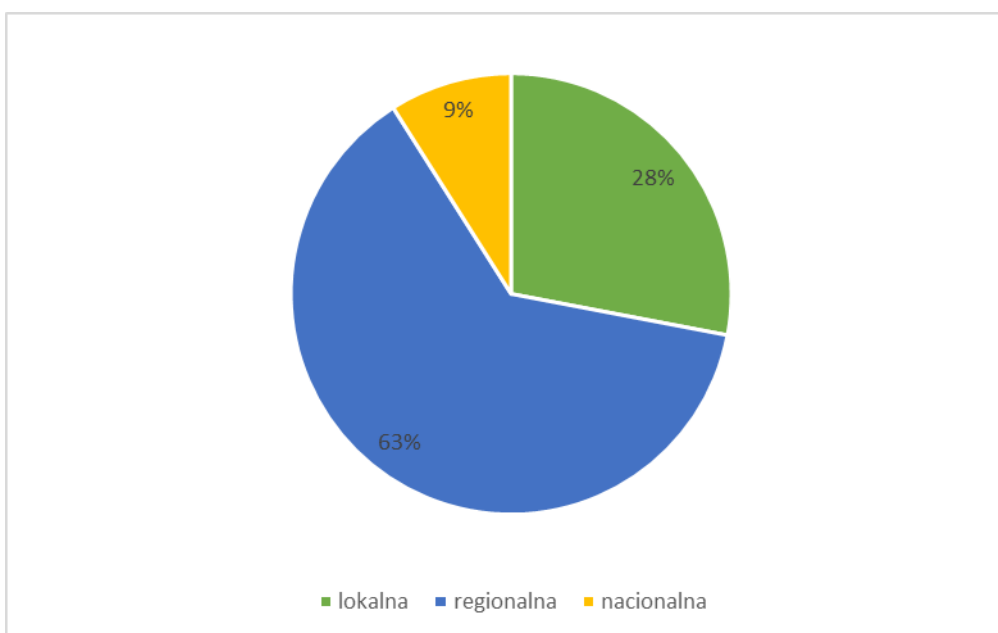
Sl. 5. Dobna struktura ispitanika

Izvor: anketno istraživanje



Sl. 6. Udio ispitanika iz Međimurja i ostatka Hrvatske

Izvor: anketno istraživanje

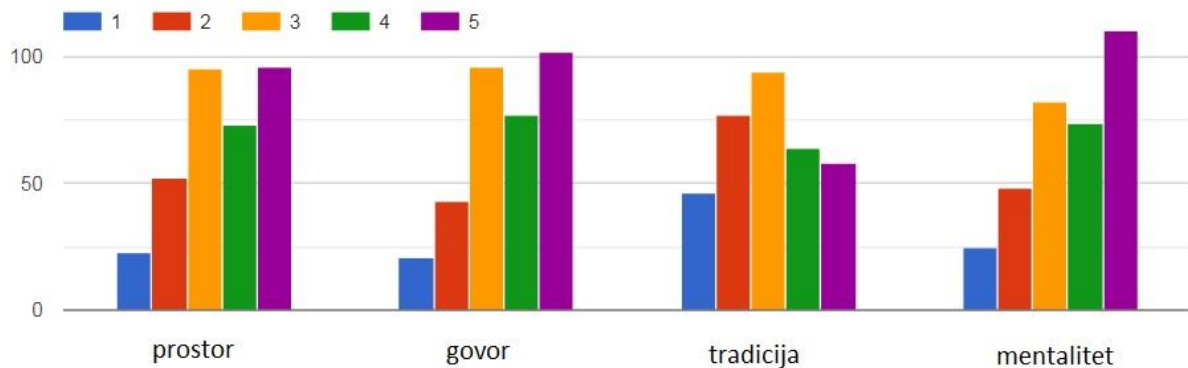


Sl. 7. Razina prostornog identiteta stanovnika Međimurja

Izvor: anketno istraživanje

Na pitanje s kojom se razinom prostornog identiteta najviše poistovjećuju, 63% ispitanika kao najvažniju su istaknuli regionalnu razinu identiteta. Lokalna i nacionalna razina identiteta, prema mišljenju ispitanika, za njihovu su identifikaciju mnogo manje važne. Nacionalni

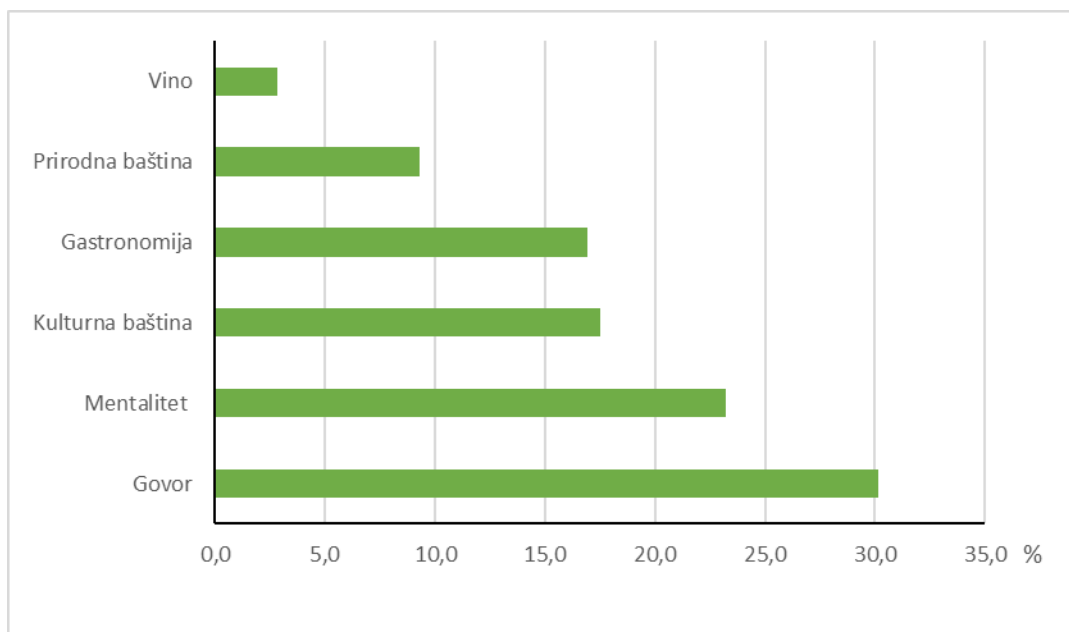
identitet kao primarni istaknulo je tek 9% ispitanika, dok je lokalni identitet istaknulo njih 28%.



Sl. 8. Presudni elementi u određivanju prostornog identiteta

Izvor: anketno istraživanje

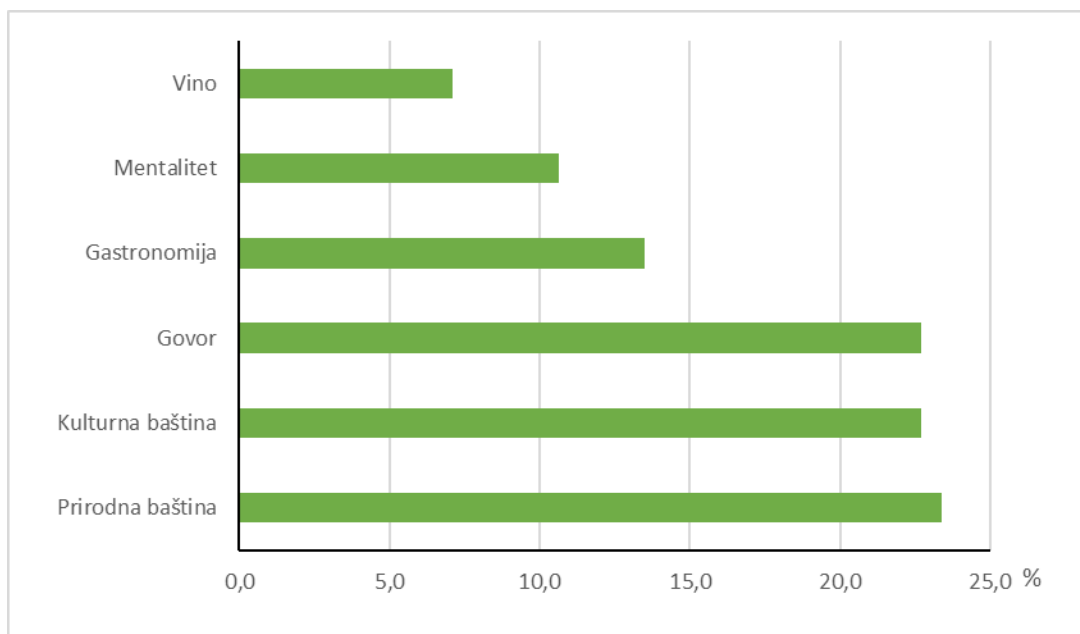
U određivanju prostornog identiteta ispitanici su ocijenili koliko su im navedeni elementi (prostor, govor, tradicija, mentalitet) važni. Pritom 1 označava najmanju važnost, a 5 najveću važnost elementa. Zaključujemo da je mentalitet najvažniji element pri određivanju prostornog identiteta ispitanika, zatim slijede govor i prostor, dok se tradicija nalazi na začelju kao najmanje važan element.



Sl. 9. Specifičnosti Međimurja po mišljenju domicilnog stanovništva

Izvor: anketno istraživanje

U ovom pitanju koje je bilo otvorenog tipa najčešći odgovori bili su vezani uz govor kao jednu od najprepoznatljivijih specifičnosti Međimurja. Pojmovi koji su se najčešće spominjali u tom kontekstu su govor, kajkavsko narječje i dijalekt. Uz govor je prepoznat i mentalitet kao jedan od izraženijih specifičnosti Međimurja. Navedene su većinom pozitivne osobine vezane uz mentalitet Međimuraca, iako je bilo i nekih negativnih. Ispitanici su kao pozitivne osobine Međimuraca najčešće naveli redom: marljivost, vrijednost, poštenje, skromnost, gostoljubivost i vedar duh. Kao jedno od negativnih obilježja mentaliteta naveden je „međimurski jal“. Sljedeća najznačajnija specifičnost prema odgovorima stanovništva je kulturna baština, gdje su posebno istaknuti redom od najčešćeg: obitelj Zrinski, tradicija, romska nacionalna manjina, međimurske popevke, manifestacija Porcijunkulovo, običaji, glazba (teta Liza), ples i međimurska narodna nošnja. Kulturnu baštinu slijedi gastronomija koja se također spominjala kao česta specifičnost. Najprepoznatljivije gastronomske delicije su Međimurska gibanica, meso z tiblice, krumpir, turoši i mlinci. U manjoj zastupljenosti kao specifičnost Međimurja prepoznata je prirodna baština kod koje se najčešće spominju rijeka Mura i Drava, krajolik. U odgovorima ispitanika također se i spominju vino i vinograd.



Sl. 10. Specifičnosti Međimurja po mišljenju ispitanika iz drugih dijelova Hrvatske

Izvor: anketno istraživanje

Prema mišljenju ispitanika iz ostatka Hrvatske na prvom mjestu kao najizraženija specifičnost nalazi se prirodna baština. Najčešći odgovori su bili epiteti idilično, ruralno, zeleno. Uz njih se također i spominju prirodne ljepote i rijeke Mura i Drava. Prirodnu baštinu slijedi kulturna baština gdje su ispitanici najviše istaknuli obitelj Zrinski, manifestaciju Porcijunkulovo, Međimursku popevku te folklor. Također jedna od velikih specifičnosti Međimurja, koje prepoznaje nedomicilno stanovništvo je govor, koje je često upotrebljavalo epitete poput nerazumljiv, smiješan, iritantan, čudan. Kao najpoznatije gastronomske delicije ispitanici su naveli Međimursku gibanicu i meso z tiblice. Kod mentaliteta najčešće su međimursko stanovništvo opisalo kao vrijedno, marljivo, pristupačno. Uz sve navedene specifičnosti često se spominju vino, vinogradi, vinske ceste.

Tab. 1. Najčešće asocijacije na Međimurje među ispitanicima drugih dijelova Hrvatske

| Najčešće asocijacije | Učestalost odgovora |
|---------------------------|---------------------|
| MURA | 36 |
| ČAKOVEC | 29 |
| ROMSKA NACIONALNA MANJINA | 25 |
| GOVOR | 24 |
| KRUMPIR | 17 |
| KAJ, KAJKAVSKO NARJEČJE | 13 |
| VINO | 12 |
| DRAVA | 10 |
| ZELENILO | 9 |
| MEĐIMURSKA GIBANICA | 7 |

Izvor: anketno istraživanje

Pogledom na tablicu 1., vidimo da elementi koji bi trebali graditi brand Međimurja kao destinacije su gastronomija (međimurska gibanica, meso z tiblice), vino, prirodne ljepote, nisu u vrhu najčešćih asocijacija ispitanika. Mura je najčešća asocijacija ispitanika na Međimurje i prepoznata je kao jedna od prirodnih posebnosti. Na trećem mjestu nalazi se Romska nacionalna manjina uz koju se u Međimurju vežu sukobi s većinskim stanovništvom i loša integracija i to su glavni razlozi čestog spominjanja Roma u medijima u kontekstu Međimurja. Elementi povezani uz gastronomiju (krumpir, međimurska gibanica) i vino unatoč tome što nisu u samom vrhu asocijacija ipak su prepoznati kao važne sastavnice Međimurja.

Na temelju provedene i analizirane ankete, usporedbom domicilnog i nedomicilnog stanovništva može se uočiti da je nedomicilno stanovništvo stavilo prirodnu baštinu kao najvažniju specifičnost Međimurja, dok se ista kod domicilnog stanovništva nalazi na predzadnjem mjestu, dok na prvo mjesto stavljaju govor. Također razlike su vidljive i kod rangiranja mentaliteta kao jedne od specifičnosti Međimurja. Domicilno stanovništvo je stavilo mentalitet na drugo mjesto, dok se kod nedomicilnog nalazi na predzadnjem mjestu. Kulturna baština, gastronomija, vino su u oba slučaja rangirana na sličnim mjestima.

Nadalje, među elementima koji formiraju identitet Međimurja kao regije, koje smo prepoznali u turističkim prospektima i raznim video isječcima u kojima se promovira Međimurje kao destinacija, najviše je prikazana gastronomija. Područje s bogatom gastronomskom povijesti koja svjedoči o snalažljivosti stanovništva posvećenog zemlji i prirodi. Orginalni tradicionalni specijaliteti su meso z tiblice, slanine, međimurska gibanica, turoši, pretepena juha. Uz gastronomiju se također često prikazuju vina, vinogradi te prepoznatljive međimurske vinske ceste. Neizbježno je istaknuti Čakovec kao „grad Zrinskih" koji se opisuje kao mali grad za velike emocije. Uz Čakovec se veže i tradicionalna manifestacija Porcijunkulovo koja se obilježava svake godine krajem srpnja i početkom kolovoza, te svima vrlo dobro poznata „ulica kišobrana". Kod kulturne baštine najviše se ističe tradicionalna glazba, te kao još jedna zanimljivost legenda o zmaju Pozoju. U svim video isječcima i prospektima posebno se ističe očuvana priroda i idiličan krajolik uz mnoštvo zelenila.

Ako povučemo paralelu možemo vidjeti da se i u anketi, i u prospektima i video isječcima ističu isti elementi koji grade prostorni identitet Međimurja kao regije, a to su: gastronomija (meso z tiblice, Međimurska gibanica), prirodna i kulturna baština i Čakovec kao „grad Zrinskih". Iz spomenutih elemenata po kojima je Međimurje prepoznatljivo stvoreni su slogani: „Međimurje u pokretu", „Pokreni se i doživi Međimurje", „Kušaj jela i vina koja pokreću strasti" i sl. Na temelju toga možemo zaključiti da su to elementi koji grade brand Međimurja na temelju kojih se bira destinacija.

4. Zaključak

U današnje vrijeme identitet turističkog prostora ima značajan utjecaj na dolaske turista, te ima veliku ulogu u daljnjem razvoju turizma nekog područja. Kada je izraženiji identitet neke zajednice tada je ona povezanija i lakše uočava vrijednosti prirodne i kulturne baštine svog područja, te ima sposobnost pretvaranja vlastitih resursa u turistički proizvod. Na samom početku rada su postavljene dvije hipoteze. Prva hipoteza da u područjima s jasno izraženim prostornim identitetom veća je mogućnost za razvoj turizma usko je povezana s drugom hipotezom prema kojoj je regionalni identitet izraženiji u tradicijskim regijama koje su jasno definirane. Te hipoteze su najbolje potvrđene na primjeru Istre i Međimurja. Zahvaljujući svom poluotočnom obliku teritorija koji je prirodnim barijerama (Učka, Ćićarija) odvojen od ostatka Hrvatske, Istra je jasno definirana tradicijska regija kod koje se administrativne granice županije poklapaju s granicama tradicijske regije. Periferni položaj Istre se najviše odražava u lošoj prometnoj povezanosti s regijom centra, te zbog toga nije dovoljna integrirana u nacionalni prostor. Unatoč tome ne može se reći da je ta perifernost negativno utjecala na Istru i samim time na njen razvoj. Iako je Istra područje etničke heterogenosti i doseljenika iz drugih dijelova Hrvatske kod nje je itekako vidljiva izražena regionalna razina prostornog identiteta. Ne samo zbog toga jer se većina rezidenata izjašnjava kao *Istrijani*, već je to vidljivo i u dobroj turističkoj ponudi, od gastronomije do raznih manifestacija.

Međimurje je baš kao i Istra jasno definirana tradicijska regija, kod koje se granice tradicijske regije poklapaju s administrativnim granicama Međimurske županije, točnije to je područje, između rijeke Mure na sjeveru i Drave na jugu. Kod Međimuraca je također jasno izražena regionalna razina identiteta što se pozitivno odražava na razvoj turizma. Međimurje se kao i Istra promovira raznim turističkim prospektima i video isječcima koji prikazuju prirodu, gastronomiju i ostale pogodnosti koje mogu stvoriti sliku dobre turističke destinacije. S druge strane, kod primjera Bjelovara i Bjelovarske regije te zbog njegovog nedefiniranog položaja, koji je na kontaktu više regija, izraženije su lokalna i nacionalna razina identiteta. Bjelovar ima turistički potencijal, no on nije iskorišten, ne promovira se i ne teži transformaciji prema turističkoj destinaciji poput Istre i Međimurja.

5. Popis literature i izvora

Banovac, B., Blažević, R., Boneta, Ž., 2004: Modernizacija (i/ili europeizacija) hrvatske periferije – primjeri Istre, Like i Gorskog Kotara, *Revija za sociologiju* 35 (3-4), 113-141.

Bjelovarsko-bilogorska županija, 2018., <http://bbz.hr/> (10.9.2020.)

Fuerst-Bjeliš, B., 1996: Pristup definiciji prostornog pojma tradicionalne regije. U: Pepeonik, Z. (ur.) *I. hrvatski geografski kongres, Geografija u funkciji razvoja Hrvatske*.

Gerić, B., 1994: Prilozi za povijest osnutka i razvitka Bjelovara, u: *Bjelovarski zbornik* 4-5 (ur. Medar, M.), Ogranak Matice hrvatske Bjelovar, Bjelovar, 57-75.

Histrica, 2018. <http://historica.com/hr/> (27.8.2020.)

Hopkins J., 1998: Commodifying the countryside: marketing myths of rurality, u: Butler, R., Hall, C. M., Jenkins, J. (ur.): *Tourism and recreation in Rural Areas*, John Wiley & Sons, Chichester, str. 139-156.

Johnston R.J., Gregory D., Pratt G., Watts M. 2000: *The Dictionary of Human Geography*, Blackwell Publishers, Oxford.

Lag Bilogora-Papuk, 2016., <http://www.lag-bilogora-papuk.hr/>(10.9.2020.)

Lukić A., 2000: Ruralni turizam – čimbenik integralnog razvitka ruralnih prostora Hrvatske, *Geografski horizont* 1(2), 7-31.

Lukić, A. i Zupanc, I., 2005: Ruralni prostor kao proizvod: ‘nova’ slika unutrašnje Istre. U: Ilić, M. (ur.) *Problemi regionalnog razvoja Hrvatske i susjednih zemalja*.

Marković, I., i Fuerst-Bjeliš, B., 2015: Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca, *Hrvatski geografski glasnik*, 77(1), str. 71-88.

Medica, K., 1998: „Kategorija Istrijanstva“– između „centra“ i „periferije“, *Annales* 12, 31-38.

Mirošević, L., Vukosav, B., 2010: Prostorni identiteti otoka Paga i južnoga podvelebitskog primorja, *Geoadria* 15/1, 81-108.

Okmaca A., i Sapač, M., 2011: *Regionalni i prostorni identitet Istre kroz stavove stanovništva*, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet. Rad nagrađen Rektorovom nagradom Sveučilišta u Zagrebu 2010.-2011. godine.

Orlić, I., 2005: Traditional Food and Tourist Offer of Istria: Characteristics of Istrian Regional Identity, *Etnološka istraživanja*, (10), str. 77-89.

Orlić, I., 2005: Istarski identitet kroz glazbeno stvaralaštvo: Etnološki pristup, *Etnološka tribina*, 34-35(27-28), str. 91-110.

Prašelj, D., 1990: *Ivan Matetić Ronjgov Zaspal Pave, Zbirka notnih zapisa narodnih pjesama Istre i Hrvatskog primorja*, Izdavački centar Rijeka Kulturno-prosvjetno društvo "Ivan Matetić Ronjgov", Rijeka.

Šlezak, H., 2011: Recentna obilježja prirodnog kretanja stanovništva Međimurske županije, u: *Zbornik radova Međimorskog veleučilišta u Čakovcu* 2 (1), 134-142.

Starec, R., 1999: The Three Goats: Ethnic Group, Political Borders and Regional Identity in Istria. U: ur. Bruno B. Reuer, *New Countries, Old Sounds? Cultural Identity and Social Change in Southeastern Europe*, Verlag Südostdeutsches Kulturwerk, München.

Strategija razvoja grada Bjelovara 2016-2020., 2016, <https://www.bjelovar.hr/wp-content/uploads/2017/10/strategija-razvoja-grada-bjelovara-2016-2020.pdf> (29.8.2020.)

Švaljek, S., 1995: Regionalni identitet Istre, Ekonomski pregled: *Mjesečnik hrvatskog društva ekonomista Zagreb*, 46 (3-4), 253-262.

Visit Međimurje, 2017., <http://www.visitmedimurje.com/> (10.9.2020.)

6. Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1 Prikaz poluotočnog oblika Istre..... | 8 |
| Slika 2 Prikaz Međimurja kao jasno definirane tradicijske regije | 10 |
| Slika 3 Granice tradicijske regije Bilogore..... | 11 |
| Slika 4 Granice Bjelovarsko-bilogorske županije..... | 12 |
| Slika 5 Dobna struktura ispitanika | 13 |
| Slika 6 Udio ispitanika iz Međimurja i ostatka Hrvatske | 14 |
| Slika 7 Razina prostornog identiteta stanovnika Međimurja | 14 |
| Slika 8 Presudni elementi u određivanju prostornog identiteta | 15 |
| Slika 9 Specifičnosti Međimurja po mišljenju domicilnog stanovništva | 16 |
| Slika 10 Specifičnosti Međimurja po mišljenju ispitanika iz drugih dijelova Hrvatske | 17 |

7. Popis tablica

| | |
|--|----|
| Tablica 1 Najčešće asocijacije na Međimurje među ispitanicama ostatka Hrvatske | 18 |
|--|----|