

**Primjena informacijsko-komunikacijske tehnologije u kulturnoj baštini kao
razvojni resurs: primjer projekta Secesijska ruta Osijek-Subotica**

**Application of information and communication technology in cultural
heritage as a development resource: the example of the project Secession
route Osijek-Subotica**

MARIJA MIČIĆ

Nakladnička kuća Biakova
Dragojla Kušlana 59, 10 000 Zagreb
marijamivic86@yahoo.com

Pregledni rad / *Review*

UDK / UDC: 338.48-6:7/8 316.772.5

Primljeno / Received: 11. veljače 2020. / February 11th, 2020.

Prihvaćeno za objavu / Accepted for publishing: 10. srpnja 2020. / July 10th, 2020.

Sažetak: U tekstu se polazi od različitih pristupa koji informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) percipiraju neizostavnim općeprihvaćenim trendom u poslovanju, a koji unose i dinamične promjene u suvremenu tržišno-kulturnu turističku kompeticiju. Radi zornijeg predočavanja koncepta kulturne baštine kao tržišnog proizvoda, raspravit će se ključni elementi kulturno-turističke industrije, kao i neposredni utjecaj tehnološke revolucije na implementaciju novih operativnih modusa unutar turističkog sektora prilagođenih novoj, brzjoj i fleksibilnoj generaciji potrošača. Istaknut će se aspekti IKT-a u kulturnoj baštini kao razvojnog resursa sa specifičnim primjerom secesijske kulturne baštine kroz projekt *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica*. Projekt je sufinanciran iz Europskih fondova radi razvijanja i promicanja zajedničkoga kulturno-turističkog proizvoda temeljenog na secesiji. Prikazat će se važnost vizualnoga secesijskog identiteta kao dijela lokalnoga gospodarskog razvoja i pripadajuće primjene IKT-a u realizaciji projekta.

Ključne riječi: kulturna baština, turizam, informacijsko-komunikacijska tehnologija (IKT), secesija

Abstract: The starting point of the text are different approaches that perceive ICT as an indispensable generally accepted trend in business, and which also introduce dynamic changes in the modern market-cultural tourist competition. In order to present more clearly the concept of cultural heritage as a marketable product, key elements of the cultural tourism industry will be discussed. The direct impact of the technological revolution on implementation of new operational modes adapted to new, fast and flexible generation of consumers within the sector of tourism will also be analysed. Aspects of ICT in cultural heritage as a development resource will be highlighted with a specific example of Art Nouveau cultural heritage through the *S.O.S. Secession Tourist route Osijek - Subotica*. The project is co-financed by European funds with the aim of developing and promoting a common cultural and tourist product based on secession. The importance of visual Art Nouveau identity as an integral part

of local economic development and the associated application of ICT in project implementation will be presented.

Key words: cultural heritage, tourism, information and communication technology (ICT), secession

1 Uvodno o revoluciji IKT-a u području kulturne baštine

Područje kulturne baštine obilježeno je suvremenim tehnološkim diskursom pa Ioannidis i sur. (2014) navode kako su mnogi značajni istraživački naponi u Europi okrenuti razvoju inovativnih rješenja informacijske i komunikacijske tehnologije za očuvanje, pristup i uživanje u kulturnoj baštini.

Razvan Surugiu i Surugiu (2015) uočavaju veliku raznolikost kulturnih i baštinskih proizvoda kao i želju poduzetnika za privlačenjem potencijalnih posjetitelja zbog čega su potrebna ulaganja u nove marketinške instrumente. Navedeni autori vide sve češću primjenu informacijske i komunikacijske tehnologije u svrhu razvoja poslovanja, ali i zbog poboljšanja i rješavanja želja te različitih potreba konzumenata kulturne baštine. Međutim, smatraju kako i ulaganja u upotrebu novih tehnologija moraju biti veća kako bi se poboljšali kanali distribucije, rezervacije, promotivne aktivnosti i cjenovne politike.

Prema Chianese i sur. (2013), trenutačno djeluje prava revolucija u području kulturne baštine, a upotrebom alata i metodologijom razvijanja aplikacija i poboljšanja usluga omogućuju se studije i valorizacija čime se plod umjetničkih djela uvećava.

Nadalje, spomenuti autori fokus stavljaju na kulturnu baštinu koja je dio stvarnoga svakodnevnog svijeta putem koje se mogu doživjeti nova izazovna i zadivljujuća iskustva posebno ako su podržana novim tehnologijama. U tom kontekstu, navode 3D rekonstrukcije, virtualnu stvarnost, klasične i audiovodiče kao poznate primjere kako multimedija podržava plod nove interakcije i sudjelovanja ljudi u društvu.

2 IKT u kulturnom turizmu i razvoju resursa kulturne baštine

Turizam promatran s gledišta poduzetnika ili korisnika turističke usluge istovremeno je i poslovanje i provođenje slobodnog vremena, smatraju Damnjanović i sur. (2015) te navode kako IKT ima posebno značajnu ulogu u razvoju novih pravaca s velikom vjerojatnošću da će se takav trend. S tim u vezi Razvan Surugiu i Surugiu (2015) ističu posjetitelje koji će se i dalje služiti kartama i promotivnim publikacijama radi prikupljanja informacija o specifičnim mjestima kulturne baštine, ali će se povećati i upotreba interneta s atraktivnijim web stranicama.

Nadalje, suvremeno informatičko društvo egzistira od informacije koja je prema Damnjanović i sur. (2015) ključni element u turizmu pa je uloga IKT-a neizostavna. U tom smislu, autorice ističu temeljne čimbenike koji djeluju na upotrebu IKT-a u turizmu poput IT edukacije rukovodećih pojedinaca, tehničke i informatičke infrastrukture te vizije.

Osim toga, IKT kultura odnosno održavanje web stranica i ostvarivanje elektroničkih veza među svim sektora, ključan je čimbenik upotrebe IKT-a u turizmu (Deepthi, 2008).

Promjene u području kulturnoga turizma percipiraju Guo i sur. (2014), a odnose se na uvođenje novih tehnologija u poslovanje turističkih organizacija što je promijenilo iskustvo turista i omogućilo stvaranje novih kreativnih modela poslovanja. Stoga Guo i sur. (2014) zaključuju kako se fenomen pametnog turizma razvio kao svojevrsni rezultat integracije i infiltracije pametne tehnologije u turistički sektor.

Međutim, Ioannidis i sur. (2014) zapažaju određene prepreke u korištenju IKT-a koje se odnose na financijsko pitanje, upravljanje vremenom, održavanje IKT alata i rješenja nakon razvoja i primjene, potom pravne probleme i autorska pitanja. Autori ističu financijsko pitanje kao jedan od najistaknutijih problema i pružateljima i korisnicima IKT-a te navode dva glavna čimbenika: nedostatak proračunskih sredstava te rizik ulaganja u preskupa IKT rješenja bez potencijalnog tijeka prihoda.

Kako bi uopće započele proces digitalne tehnologije, kulturnim organizacijama potrebno je posjedovanje naprednih vještina i sposobnosti pa se u tom kontekstu javljaju problemi s upravljanjem vremenom. Točnije, postupak implementacije i upravljanja instalacijom te upotreba popratnih tehnoloških alata, često je dodatno opterećenje za organizacije s već opsežnim rasporedom i malim brojem djelatnika. Stoga autori zaključuju kako mnoge kulturne organizacije nemaju internu informatičku podršku koja bi održavala postavljenu instalaciju i provodila adekvatna ažuriranja.

Moderan diskurs između pružatelja IKT-a i kulturnih organizacija donosi svojevrzne izazove u komunikaciji. Kulturne organizacije pitanje autorskih prava shvaćaju kao određeni rizik jer je riječ o sadržaju otvorenog koda pa će stavljanje digitaliziranog sadržaja na web stranice organizacije učiniti pogodnim za zlorabu i komercijalno iskorištavanje izvan kontrole organizacije. Također, neki pružatelji IKT-a ističu još uvijek značajan broj dionika u kulturno-turističkom sektoru koji su nerijetko konzervativni prema usvajanju naprednih i kompliciranih IKT rješenja posebno tijekom prvog pristupa takvom načinu poslovanja (Ioannidis i sur., 2014).

Nadalje, postmoderna informatička era koja je obilježila i sektor kulturnog turizma donosi stanovite prednosti u upotrebi i implementaciji komunikoloških noviteta. U tom smjeru Macleod (2006) zapaža sve veći broj posjetitelja zainteresiranih za nove tehnologije koje nude kulturne organizacije kao instrumente nadnaravno stvarne privlačnosti koja je daleko od stvarnoga izvornog mjesta što posljedično utječe na autentičnost doživljaja.

Fenomen pametnog turizma, smatra Pavlović (2018), uključuje dva bitna elementa, točnije pametnu tehnologiju i pametno odredište. Odnosno, Gretzel i sur. (2015) te elemente vide kao inovativnu turističku destinaciju izgrađenu na infrastrukturi najsuvremenije tehnologije koja jamči održivi razvoj turističkih područja dostupnih svima. Upravo zbog toga, autori smatraju kako je olakšana integracija i interakcija posjetitelja te povećana kvaliteta iskustva na odredištu, a samim time i kvaliteta života stanovnika.

Konstrukt turističke destinacije opisuju Buhalis i Amaranggana (2013) kao mjesto koje obuhvaća sve potrebne sadržaje od mjesta za zabavu, smještaja i restorana kao ključnih čimbenika gotovo svim turistima. Osim toga, Buhalis (2000) zapaža kako su uspješna turistička odredišta strukturirana sa 6A (*six A*) temeljnih premisa turističkog odredišta koje se odnose na atrakcije, dostupnost, sadržaje, dostupne turističke pakete, aktivnosti i pomoćne usluge.

Aktivnosti u kulturi uglavnom su bile usmjerene prema označavanju kulturnih znamenitosti, očuvanju kulturne baštine i osiguravanju različitih usluga turistima pri posjetu specifičnim kulturnim odredištima, a nasljeđe se promoviralo više iz kulturnih nego ekonomskih razloga.

Suvremeni tržišni trendovi doveli su do svojevrsnih promjena kretanja promocije baštinskog nasljeđa. Odnosno, veća konkurencija uvjetovala je potrebu potrošački orijentiranog promišljanja s novim zahtjevima usmjerenim prema potrebama turista. Stoga se menadžment kulturnih atrakcija našao u poziciji da odgovori na potrebe i zahtjeve turista, prepozna i zadovolji njihova očekivanja (Vrtiprah, 2006).

Tablica 1. 6A struktura turističkog odredišta
Izvor: Buhalis, 2000., str. 98-103.

(1A)	<i>Prirodne</i>	<i>Izgrađene</i>	<i>Kulturne</i>
Attractions <i>Atrakcije</i>	Parkovi, jezera, rijeke, plaže, flora i fauna, arboretumi i botanički vrtovi te ostala slična odredišta koja karakteriziraju prirodni resursi.	Tematski parkovi, memorijalni centri, muzeji, trgovi, spomenici, povijesna i moderna arhitektura.	Festivali, interaktivne izložbe, glazbene priredbe, tradicionalne i običajne manifestacije domicilnog stanovništva.
(2A)	<i>Prometne rute</i>	<i>Terminali</i>	<i>Javni prijevoz</i>
Accessibility <i>Dostupnost</i>	Mogućnost pregleda prometne rute putem web stranica s navedenim legendama, upotrebljivost rute, informacije o zadovoljenju prometnih kriterija. Pregled dionica s visokim i niskim intenzitetom prometa ili pregled alternativnih obilaznih dionica.	Broj putničkih terminala, najbrži i najefikasniji pristup terminalima. Pregled operativnih elemenata i pratećih funkcija terminala, tj. mogućnost pregleda prometa kroz tehnološki sustav praćenja putničkih prijevoznih tijekova i ostalih usluga koje terminali pružaju.	Autobusne i tramvajske linije, linije gradsko-prigradske željeznice, javne taksi službe, žičare, metro ili trajekti.
(3A)	<i>Usluge za olakšavanje boravka</i>	<i>Smještaj</i>	<i>Ugostiteljske usluge, provođenje slobodnog vremena</i>
Amenities <i>Sadržaji</i>	Mogućnost rezervacije, nabave, prodaje ulaznica za priredbe i sl. Mogućnost pribave raznih isprava za lov, ribolov i ronjenje te dostupnost mjenjačkih usluga u skladu s propisima.	Privatni smještaj ili smještaj u hotelskom aranžmanu, bungalovi, apartmani, kamping odmorišta, smještaji na obiteljskim imanjima	Restorani, lounge barovi, slastičarnice, vinarije, konobe, catering, kavane ili pregled tipičnih mjesta za provođenje zabave i slobodnog vremena, npr. noćni klubovi, plesni centri, galerije.
(4A)	<i>Posredničko usmjeravanje turističke pažnje</i>	<i>Informacijski centar</i>	
Available Packages <i>Dostupni paketi</i>	Djelovanje turističkih agencija kroz promoviranje turističkih atrakcija i događanja kao i institucionalna podrška turističke zajednice određenog mjesta.	Prostor za informiranje o svim regionalnim i urbanim strujanjima te dijapazon informacija o svim selektivnim oblicima turizma.	
(5A)	<i>Motivacija turista za specifičnim odredištem</i>		
Activities <i>Aktivnosti</i>	Potreba za odmorom, tjelesnom i mentalnom njegom – odredišta koja podržavaju zdravstveni turizam. Zadovoljavanje radoznalosti – odredišta koja podržavaju pustolovni turizam. Želja za novim društvenim interakcijama – odredišta koja podržavaju kulturni turizam.		
(6A)	<i>Ostale javne i privatne institucije</i>		
Ancillary Services <i>Pomoćne usluge</i>	Banke, pošte, domovi zdravlja, osiguravajuće kuće.		

Jedan od zanimljivih primjera koji dokazuje povećan pristup informacijama putem digitalne tehnologije je projekt *Archeoguide* razvijen u Grčkoj. Naime, projekt korisnicima pruža informacije na vrlo jednostavan način pa posjetitelji više o kulturnoj baštini mogu saznati kroz IKT sustav koji omogućuje proširenu stvarnost, 3D vizualizaciju, mobilne i multimodalne interaktivne tehnike (Brizard, Derde i Silberman, 2007). Potrebno je spomenuti i primjer projekta *History unwired project* kao preteče već danas široko rasprostranjene metode primjene IKT-a u turističkom sektoru. Naime, *History unwired project* razvijen je 2005. godine pod pokroviteljstvom Arhitektonskog fakulteta u Veneciji. Prvi put posjetitelji su mogli doživjeti kulturnu baštinu Venecije kombinacijom mobilnih videa, animacije, zvuka i bluetooth komunikacijske tehnologije u sustavu turističkog sektora. Time je posjetiteljima omogućen obilazak venecijanske četvrti Castello, manje poznat dio Venecije, a cijelim obilaskom vođeni su glasovima venecijanskih vodiča koji autentično prezentiraju lokalno iskustvo u umjetnosti i zanatima, povijesti, folkloru te javnim i privatnim prostorima (Brizard, Derde i Silberman, 2007). Prema Ioannidis i sur. (2014), postoje tri glavne domene upotrebe IKT-a u području kulturne baštine, odnosno domena komunikacijskih alata, poboljšanja iskustva posjetitelja i arhiviranje. Autori zapažaju kako većina organizacija održava službenu web stranicu koja primjerice u slučaju muzeja pokriva većinu sadržaja. Dakle, putem službene web stranice dostupne su vijesti o događajima, izložbama, lokacijama, videozapisima, a ponekad i web trgovina. Ova upotreba IKT-a posebno je raširena jer ne zahtijeva posebna znanja za upotrebu, a mlade tehnološki verzirane generacije otvoreno pristupaju ovakvoj soluciji koja je i besplatna. Druga jednako važna upotreba IKT-a odnosi se na navedeno poboljšanje iskustva posjetitelja kroz virtualno okruženje, točnije virtualne vodičke aplikacije, 3D rekonstrukcije, virtualne izložbe i panorame. Poduzetnici u području kulturne baštine smatraju kako navedene aplikacije i modusi ne pružaju samo informacije, nego mogu pojačati osjećaj posjetiteljeve uključenosti te zapravo turistima pružiti priliku učenja dok se provode. Osim toga, većina organizacija surađuje s vanjskim IT organizacijama na razvoju internih sustava za arhiviranje i čuvanje koji su dizajnirani za potrebe osoblja i podržavaju sve procese u organizaciji (Ioannidis i sur, 2014). Premda će se u radu raspraviti upotreba IKT-a na primjeru projekta *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* važno je spomenuti i mišljenje Garau (2017) koja smatra kako pojedine zgrade ostavljaju dojam snažne ukorijenjenosti u urbani kontekst te čine svojevrsnu turističku kulturnu ponudu u kojoj grad kao cjelina postaje kulturni proizvod. Naime, projekt *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* osmišljen je u smjeru revitalizacije kulturno-povijesnog nasljeđa iz razdoblja secesije, čime se posjetiteljima dvaju gradova pruža prilika oživljavanja povijesti i stvaranja cjelokupnog dojma gradova kao kulturnih proizvoda. U tome kontekstu Garau (2017) shvaća perspektivu grada kao cjelovitoga kulturnog proizvoda u kojem nastaje inovacija koja uključuje sinergiju s novim proizvodima komunikacijske tehnologije kreiranjem mobilnih turističkih aplikacija, specifičnih internetskih portala i njegovanja kulturne baštine. Osim toga, zaključuje Garau (2017), kulturna baština shvaćena kao turistička atrakcija pruža mogućnost povezivanja kulture, turizma i ostalih lokalnih resursa i usluga, stoga je potrebno da strategije lokalnoga javnog i privatnog partnerstva percipiraju kulturni proizvod kao sve više konkurentan i potreban u naglašavanju lokalnog identiteta i posebnosti.

3 Projekt S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica kao važan resurs kulturne baštine

Klasifikaciju kulturne baštine Timothy (2011) prikazuje kao turističku atrakciju koja može biti materijalna ili nematerijalna. Secesijska se arhitektura dakle odnosi na nematerijalnu baštinu koja može biti povijesna jezgra grada, niz kuća ili građevina. Osnovne odlike secesijske arhitekture su nesputane forme s mnoštvom zaobljenih linija i kombinacijom boja. Prevladavaju zavojnice i cvijeće

po kojem se stil ponekad i naziva „cvjetni“. Razdoblje secesije obilježeno je velikom kreativnošću i sposobnošću projektiranja koje prethodi današnjoj primijenjenoj umjetnosti i smatra se razdobljem razvoja industrije i standardizacije proizvodnje (Prette i De Giorgis, 2003).

Naime, projekt *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* može se shvatiti kao turistička atrakcija nematerijalne baštine, a cilj projekta definiran je kroz razvoj novih turističkih tematskih ruta vezanih uz secesijsku kulturnu baštinu dvaju gradova.

Intencija projekta je revitalizacija, valorizacija i promocija gradova čime bi se domaćim posjetiteljima i turistima pružio veći opseg informacija i same vidljivosti secesijske kulturne baštine i povijesnog nasljeđa.

Secesijski stil u gradu Osijeku razvija se istovremeno sa secesijskim stilom u Beču, glavnom gradu Monarhije. Osim izgradnje secesijskih stambenih kuća i poslovnih zgrada te industrijskih postrojenja, Osijek je obilježen i secesijskim urbanizmom jer se od 1900. godine u Osijeku sustavno provodila osmišljena politika izgradnje parkova i ulica. Najznačajniji primjer kao krunu osječke secesije predstavlja Europska avenija s jedinstvenim nizom secesijskih kuća s predvrtovima, odnosno Poštanska palača, Sakuntala park, Kino Urania i Secesijski zdenac. S druge strane, na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće umjetnost, znanost pa i život, preko Budimpešte dolazi u Suboticu koja se tada nalazila u istoj državi obilježenoj razdobljem mira i ekonomskog napretka (Interreg – IPA CBC projekt Croatia Serbia, Turistička zajednica grada Osijeka, 2017).

Subotica je u tome razdoblju bila u velikom graditeljskom zamahu, a promjene koje su stigle iz Europe razvile su se u dva smjera. Prva struja bila je okrenuta europskim centrima München, Beč, Pariz i London, dok se druga struja nacionalne mađarske varijante secesije dominantno očituje u Subotici. Najvidljiviji secesijski primjeri grada Subotice su Gradska kuća, Sinagoga, Rajhlova palača i banke (Interreg – IPA CBC projekt Croatia Serbia, Turistička organizacija grada Subotice, 2017).

Projekt je proveden u okviru programa Interreg – IPA CBC prekogranične suradnje Hrvatske i Srbije, a u projektnim aktivnostima i realizaciji projekta sudjelovali su gradovi Osijek i Subotica, Javna ustanova županijska razvojna agencija Osječko-baranjske županije te turističke zajednice grada Osijeka i grada Subotice (Grad Osijek, Službeni portal grada na Dravi Osijek.hr, 2019). Interreg IPA CBC odnosi se na program prekogranične suradnje te predstavlja instrument provedbe Kohezijske politike unutar država članica Europske unije koja ovakvom politikom provodi ujednačen razvoj jačanjem njezine socijalne, ekonomske i teritorijalne kohezije, a radi poticanja rasta u zemljama Unije kao i zemljama koje sudjeluju u programu. Europski fondovi, program Interreg IPA CBC Croatia Serbia.

Važnost ovoga projekta za grad Osijek ponajviše se manifestirao kroz rekonstrukciju vrijednoga kulturno-povijesnog nasljeđa iz razdoblja secesije, točnije parka Sakuntale uz Šetališta Petra Preradovića koje se nalazi u središtu grada, dok je za grad Suboticu od posebne važnosti restauracija Gradske kuće i postavljanje smeđe turističke signalizacije vezane uz secesijsku baštinu.

Također, projektne aktivnosti grada Osijeka uključivale su revitalizaciju parkovnog i arhitektonskog nasljeđa, pješačkih staza, navodnjavanja i komunalne opreme, opremanje secesijskoga memorijalnog izložbenog prostora kao i organizaciju Sedeco festivala, odnosno festivala na temu secesije.

Osim toga, u okviru projektnih aktivnosti uvrštena je edukacija djelatnika u kulturi i turizmu, izrada prekograničnih i lokalnih promidžbenih materijala na temu secesijske baštine te ostale promidžbene aktivnosti podržane IKT-om (Grad Osijek, Službeni portal grada na Dravi Osijek.hr, 2019).

Iz tog razloga Richards (1996) ističe kako baština kroz turizam može biti pokretač lokalnoga i nacionalnoga gospodarstva povećavajući gospodarske aktivnosti, broj zaposlenih i prihode. Osim toga, kulturna baština je turistički atraktivan, a zbog čega je i gospodarski upotrebljiv i iskoristiv oblik kulture nekoga društva ili područja (McKercher i Du Cros, 2002).

U tom kontekstu, Projekt S.O.S. obuhvaća promociju kulturno-turističke ponude gradova, iskorištavanje kulturno-turističkog potencijala i valorizaciju secesijske kulturne baštine. U tom smjeru ide mišljenje Zeppela i Halla (1991) koji navode očuvanje baštine kao glavni cilj, a najučinkovitiji način očuvanja je gospodarska valorizacija kroz turističku djelatnost.

Tablica 2. Prikaz glavnih obilježja osječkih secesijskih građevina S.O.S. Turističke rute

Izvor: Turistička zajednica grada Osijeka, program Interreg IPA CBC Croatia Serbia, 2017.

<p>Europska avenija Obuhvaća niz od osam kuća; Gillming-Hengl Povischil, Nayer, Kästenbaum-Korsky, Spitzer i neobarokna kuća Schmidt – bogati secesijski ukrasi i raznoliki oblici kovanih ograda predvrtova.</p>	<p>Pejačevićev zdenac Predstavlja remek-djelo secesijske vrtno arhitekture. Podizanje je financirao i potaknuo osječki grof Pavao Pejačević Virovitički. Sagrađen je 1903. prema projektu Wilima Carla Hofbauera.</p>	<p>Kuća Grčić Sagrađena je 1914. prema projektu najznačajnijih hrvatskih arhitekata Viktora Kovačića, Huga Ehrlicha i Dionisa Sunka.</p>	<p>Kuća Vranešević Izvorni dio pročelja kuće krasi specifično oblikovane kompozicije od keramičkih pločica. Kuću je 1918. projektirao Viktor Axamann.</p>	<p>Kuća Povischil Bogato ukrašena unutrašnjost kuće od štukatura u prizemlju do oslika na stropu stubišta. Posebnost su ulazne vratnice ukrašene secesijskim rezbarijama nalik na one koji se nalaze na vratnicama ormara proizvedenih u Povischilovoj tvornici pokušava. Sagrađena je 1904. prema projektu Ante Slavičeka.</p>
<p>Poštanska palača Monumentalna trokatna uglovnica – ugao u prizemlju naglašen je dvojnimi kamenim portalom, trećim katom proteže se atika konstruirana poput pergole i tu se nalazi velika dvorana telefonske centrale. Unutrašnjost zgrade ima sačuvano popločenje, originalnu štukaturu. Izgrađena je 1912. godine prema budimpeštanskom arhitektu Istvánu Bierbaueru.</p>	<p>Prva hrvatska štedionica Glavna monumentalno ukrašena dvorana nalazi se u zasebnoj središnjoj traktu. U prizemlju se nalazi bankovni ulaz, trgovački prostori, a na rubovima pročelja nalaze se ulazi u stambene dijelove kuće koji imaju dizala za transport tereta. Izgrađena je 1910. godine prema projektu zagrebačkog arhitekta Dionisa Sunka.</p>	<p>Kuća Kästenbaum-Korsky Dvokatna uglovnica s ulazom iz dviju ulica izgrađena 1913. godine prema projektu praškog arhitekta Viktora Beneša.</p>	<p>Kuća Baumgärtner Pročelje kuće obilježeno je ukrasima šivaćih strojeva koji se nalaze nad izlozima trgovine s izvorno sačuvanim secesijskim drvenim okvirima što je raritet i izvan granica Republike Hrvatske. Prvotni oblik kuće bila je prizemnica, a 1911. godine izgrađena je kao katnica prema projektu Ante Slavičeka.</p>	<p>Kuća Bauer-Wranka U kući je djelovalo uređništvo Narodne obrane prvih osječkih dnevnih novina na hrvatskom jeziku u gradu Osijeku. Izgrađena je 1902. godine prema projektu osječkog arhitekta Adalberta Bauera, a sagrađio ju je osječki graditelj Pavao Wranka.</p>
<p>Vila Knopp i Kuća Sekulić Vila Knopp predstavlja visoko prizemnu vilu sagrađenu u trenutku nove regulacije Gornjeg grada kada je probijena ulica na kojoj je završavala Knoppova parcela. Izgrađena je 1905. godine prema projektu Ante Slavičeka. Kuća Sekulić predstavlja dvokatna uglovnica s pročeljem i unutrašnjosti bogato ukrašenih biljnim motivima, girlandama i kartušama. Izgrađena je 1906. godine prema projektu Wilima Carla Hofbauera.</p>	<p>Skladište tvornice Povischil Troetažna samostojeća zgrada s fasadnom opekama i prozorima koji se sastoje od pravilnog rastera pravokutnih staklenih faseta i skromnom secesijskom dekoracijom na atici središnjeg dijela pročelja okrenutog ulici. Predstavlja značajan primjer secesijske industrijske arhitekture. Nastanak skladišta datira oko 1905. godine kada je Povischil pokrenuo izgradnju radničkih stanova i industrijskih zgrada.</p>	<p>Kuća Sauter Unutrašnjost kuće obilježena je inovacijom teretnih dizala u oba krila kuće do metalnog zavojitog stubišta smještenog na vanjskoj dvorišnoj strani. Izgrađena je 1905. godine prema projektu osječkog graditelja Ante Slavičeka.</p>	<p>Židovska škola Prva zgrada u stilu secesije. Projektirao ju je Wilim Carl Hofbauer 1899. godine, a dovršena je 1900. godine.</p>	<p>Kuća Gillming-Hengl Reprezentativna uglovnica izgrađena 1906. godine prema projektu bečkog graditelja Ernsta von Gotthilfa. Kuća je bila vjenčani dar Mathildi Gillming-Hengl promicateljici ekstravagantnih secesijskih modnih novotarija sašivenih i kupljenih u modnim salonima diljem Europe.</p>
<p>Kuća Kästenbaum-Korsky Bogata dekoracija od drvenih oplata stubišta i ugrađenih brušenih ogledala do štukatura na zidovima i stropovima. Izgrađena je 1913. godine prema budimpeštanskom arhitektu Ferencu Fischeru.</p>	<p>Vila Union Samostojeća visoko prizemna uglovnica s prvotnom namjenom doma ravnatelja paromlina Union, a kasnije za bolničku namjenu. U unutrašnjosti vile nalazi se originalna secesijska stolarija. Izgrađena je 1906. godine prema projektu osječkog graditelja Otta Struppja.</p>	<p>Kuća Nayer Prva kuća koja je izgrađena u reprezentativnom secesijskom nizu. Izgrađena je 1904. godine prema projektu osječkoga graditelja Wilima Carla Hofbauera koji se iz Beča doselio u Osijek krajem 19. stoljeća.</p>	<p>Kuća Friml Središnji dio pročelja prvog kata očituje se alegorijskom kompozicijom Slobode izvedenom od keramičkih pločica. Izgrađena je 1903. godine prema projektu Ante Slavičeka.</p>	<p>Kuća Spitzer Pročelje krasi brojne konstrukcije nadstrešnica, potporna i prozorskih ograda od kovanog željeza i gljivolikog oblikovana ograda predvrta. Izgrađena je 1905. godine prema nepoznatom autoru.</p>

Tablica 2.1. Prikaz glavnih obilježja subotičkih secesijskih građevina S.O.S. Turističke rute
Izvor: Turistička organizacija grada Subotice, program Interreg IPA CBC Croatia Serbia, 2017

<p>Gradska kuća Lokacijom, dimenzijama i kitnjastom arhitekturom mađarske varijante secesije predstavlja odrednicu, centar i simbol Subotice. Dekorativnost secesije očituje se notom mađarskog folklora, stilizirane linije cvjetova, cvjetnog nakita i keramike, te kovanog željeza. Izgrađena je između 1908. i 1910. godine prema projektu budimpeštanskih arhitekata Komora i Jakaba.</p>	<p>Palača Subotičke trgovačke banke Inspirirana je dekorativnom keramikom s motivima folklorne umjetnosti i reljefima izvedenim u kamenu, te motivima vjeverice (marljivost), košnice (štedljivost) i sove (mudrost). Izgrađena je 1907. godine prema projektu Komora i Jakaba.</p>	<p>Sinagoga Predstavlja jedinu sinagogu u Europi koja ima obilježja mađarske varijante secesije. Dekoracija u obliku paunovog pera, tulipani, stilizirane ruže ili ljiljani nalaze se na fasadama i unutrašnjosti te na vitrajima i oslikanim zidovima. Izgrađena je 1902. godine prema projektu Marcela i Jakaba.</p>	<p>Palača Dušana Stojkovića Pored bogate secesijske ornamentike zanimljiv je erker na uglu zgrade koji je poduhvaćen velikom školjkom. Projektirana je početkom 19. stoljeća, a za njezin današnji izgled zaslužan je arhitekt Koczka Géza.</p>	<p>Secesija na Paliću Skup paličkih građevina pripadaju mađarskoj varijanti secesije inspirirane narodnom umjetnošću Erdelja, a predstavljen je 1912. godine. To su Vodotoranj, Velika terasa, Ženska plaža, Glazbeni paviljon i Spomen česma.</p>
<p>Palača Ferenc Raichlea Monumentalni ulaz u palaču predstavlja stilizirano preokrenuto srce kao i vratnice koje su u obliku srca. Balkonska ograda još je bogatija s motivom stiliziranog srca čime se ističe dekoracijom i neobičnim koloritom. Izgrađena je 1904. godine prema projektu arhitekta Ferenc Raichlea.</p>	<p>Gradska najamna palača Smirenost asketske geometrijske secesije ublažena je ljudskim figurama na zlatnoj pozadini, nenametljivim mozaicima sa stiliziranim predstavama ptica i maskama od kovanog željeza. Izgrađena je između 1912. godine i 1913. godine prema projektu arhitekta PálaVadásza.</p>	<p>Palača Mikše Demetra Jedna od prvih subotičkih najamnih kuća s motivom ptica i elementima geometrijske bečke secesije koja predstavlja spoj funkcionalnog i umjetnički oblikovanog prostora. Izgrađena je 1906. godine prema projektu budimpeštanskih arhitekata braće Vago.</p>	<p>Palača Austrougarske banke Jednokatna masivna zgrada s mnoštvom dekorativnih elemenata kao što su ženska lica, glave Merkura, cvjetovi suncokreta, košnica, ključ i kvaka u obliku sfinge koji simboliziraju bogatstvo, sigurnost i trajnost uloga. Izgrađena je 1901. godine prema projektu Ferenc Raichlea.</p>	<p>Vodotoranj Predstavlja pauna na kojeg Vodotoranj podsjeća svojim oblikom što je ranokršćanski simbol uskrsnuća, a simbolizirao je novi početak budućih termi.</p>
<p>Glazbeni paviljoni Predstavlja najmanji secesijski objekt koji se nalazi ispred Velike terase gdje se i danas održavaju svojevrsni šetališni koncerti.</p>	<p>Najamne kuće Salomona Sonenberga Mađarska varijanta secesije s bojama biljnih motiva na dekorativnim elementima od Zslonay keramike. Izgrađena je 1910. godine prema projektima Lajosa Gombocza i Isidora Strasburgera.</p>	<p>Najamna palača Simeona Leovića Karakterizira ju odbacivanje starih formi, proporcije prilagođene ljudima, asimetrija i novi materijali. Izgrađena je 1893. godine prema projektu mađarskog arhitekta Ödöna Lechnera.</p>	<p>Spomen česma Obilježavaju je isklesane glave djevojaka s raspletenim uvojcima, kao i skulpture riba i ptica u visokom reljefu. Podignuta je u čast završetka gradnje secesijskih građevina.</p>	<p>Velika terasa Projektirana je kao višenamjenski objekt sa salonom, restoranom, dvoranom za bal te s dvije velike terase povijene u luk.</p>
<p>Palača Jožefa Roznofskog Jedina dvokatnica i jedini secesijski niz u ulici inspirirana secesijom Beča i Darmstadta, ali ne izravno nego preko arhitekata braće Vago. Izgrađena je 1909. godine prema projektu Titusa Mačkovića.</p>	<p>Palača Subotičke trgovačke banke Inspirirana je dekorativnom keramikom s motivima folklorne umjetnosti i reljefima izvedenim u kamenu, te motivima vjeverice (marljivost), košnice (štedljivost) i sove (mudrost). Izgrađena je 1907. godine prema projektu Komora i Jakaba.</p>	<p>Palača hotela Zlatno Janje Adaptirana je u stilu minhenske secesije gdje se dugo godina nalazio Dom vojske. Izgrađena je 1904. godine prema projektu lokalnog arhitekta Titusa Mačkovića.</p>	<p>Ženska plaža Izgrađena je na jezeru i obilježena neobičnom arhitekturom s vrlo bogatim detaljima koji podsjećaju na narodnu umjetnost.</p>	<p>Paličke vaze Dvije velike vaze od Zslonay keramike s likom Vodenog boga koje stoje ispred dva hotela u Velikom parku.</p>

Kulturna baština senzibilizirana je na neprimjerene pothvate i procese pa njezina valorizacija treba biti u okvirima održivog razvoja (Maroević, 2001). Za tu namjenu izrađena je *Konzervatorska povijesna studija obnove Šetališta Petra Preradovića u Osijeku*.

Vrijednost revitalizacije Sakuntale vrlo je važna aktivnost partnera projekta grada Osijeka jer se odnosi na vrijedno kulturno-povijesno secesijsko nasljeđe u središtu grada radi što bolje vidljivosti i kulturne prepoznatljivosti od građana i turista. S druge strane, za partnera u projektu – grad Suboticu, važna je turistička valorizacija Gradske kuće kao odredbenoga secesijskog simbola i središta Subotice. Valorizacija Šetališta Petra Preradovića obuhvatila je analizu povijesnog razvoja i inventarizaciju postojećeg stanja parka.

Dostupna i obrađena povijesna građa sastavljena je od starih planova, skica idejnih projekata okolnih građevina, katastarskih planova i bogate arhive starih razglednica grada Osijeka, a utvrdila je dvije izvorne i prepoznatljive oblikovne osnove parka. Jedna je s kraja 19. stoljeća, a druga iz 1928. godine. Šetalište Petra Preradovića nalazi se u središtu Gornjega grada. Jedan je od bitnih elemenata slike grada Osijeka, poznatog kao grad zelenila i parkova te je jedan od deset perivoja hrvatskih velikana koji zatvaraju zelenu kompoziciju oko stare osječke Tvrđe. Također, vrlo je važan segment kulturne baštine grada jer je jedan od prvih parkova nastao uslijed novog vala izgradnje grada potkraj 19. i početkom 20. stoljeća na krilima secesije. Secesija se u Osijeku osim stila prepoznatljivog po karakterističnim fasadama i jednostavnoj arhitekturi projicira i u načinu uređenja gradskog krajobraza kao i u planiranju. Kroz studiju i projekt revitalizacije, obnova Parka čini važan čimbenik prepoznatljivog identiteta cjelokupnog prostora. Studijom se obuhvatilo pitanje istraživanja razvoja Parka, konteksta u kojem je nastao te zaštitu i odabir odgovarajućih metoda obnove ključnih za očuvanje vrtno-parkovne i krajobrazne zaštite (Konzervatorska povijesna studija obnove Šetališta Petra Preradovića; Povijesni razvoj, inventarizacija i analiza postojećeg stanja s idejnim rješenjem krajobraznog uređenja i obnove, 2017).

U analizi modela turističko-gospodarske valorizacije Geić (2011) navodi nekoliko smjernica koje upućuju na mogućnosti promocije ukupnog turizma i veće učinkovitosti kroz uključivanje vrednota kulturne baštine, izravnu korist subjekata turističke ponude na temelju vrijednosti i sadržaja kulturne ponude, kao i u konačnici prihode koji se realiziraju kroz objekte posredstvom različitih vidova turističke potrošnje.

Gradske kuće svojim su izgledom i namjenom obilježavale povijesne epohe uglavnom služeći kao sjedište gradske vlasti, vijeća ili gradonačelnika. Gradovi su, pokazujući svoj gospodarski prosperitet, njegovali gradnju gradskih kuća koje nerijetko predstavljaju impresivna djela s aspekta arhitekture i povijesti umjetnosti (Vukelić i sur., 2010).

Gradska kuća u Subotici izgrađena je između 1908. i 1910. godine, ali je zbog radova na opremanju interijera završena 1912. godine. Predstavlja zanimljiv primjer sinteze arhitekture i umjetnosti zanata te je prvi zaštićeni spomenik arhitekture na području Vojvodine s obilježjima mađarskog folklor. Građena je kao suvremeni administrativno-trgovački centar s trgovačkim lokalima, poreznom upravom i uredima namijenjenim državnoj službi.

Danas Gradska kuća također ima funkciju opsluživanja građana, ali i sadržajima poput Gradskog muzeja sa stalnim postavom i tematskom salom te Arhivom i Zavodom za zaštitu spomenika.

U svečanom dijelu objekta nalazi se ured gradonačelnika i prateće općinske službe te Velika žuta i Mala zelena vijećnica (Međuopćinski zavod za zaštitu spomenika kulture Subotica, 2019).

Gradska kuća i Sakuntala park ulaze u aktivnosti od posebnog značaja kao simboli vizualnog identiteta cjelokupnih prostora gradova Osijeka i Subotice, a upravo se kroz projekt *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* očekuje rezultat njihove arhitektonske rekonstrukcije s konačnim ciljem revitalizacije i kulturno-autentičnoga promidžbenog imidža.

Tablica 3. Okvirni prikaz projekta S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek Subotica

Izvor: Turistička zajednica grada Osijeka, program Interreg IPA CBC Croatia Serbia, 2017.

Naziv projekta:	Programski okvir	Predviđeno trajanje	Vrijednost
S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek Subotica	Interreg – IPA CBC Croatia Serbia – prekogranična suradnja Hrvatska – Srbija 2014. – 2020.	1. 7. 2017. – 30. 6. 2019.	1.066.007,64 eura – 7.902.847,64 kn, – iznos odobrenih bespovratnih sredstava od EU-a: 906.106,47 eura -6.717.420,32 kn (85 % ukupnih prihvatljivih troškova projekta)
Nositelj projekta: Turistička zajednica grada Osijeka	Aktivnosti Izrada prekograničnih i lokalnih promidžbenih materijala na temu secesijske kulturne baštine, razvoj programa oživljene povijesti. Nabava taktilne brončane karte grada i promidžbene aktivnosti podržane IKT-om.	Očekivani rezultati Promocija novoga tematskog puta kulturne baštine: secesijska ruta koja spaja gradove prijatelje Osijek i Suboticu. Promocija novoga prekograničnog turističkog proizvoda na lokalnim, regionalnim i nacionalnim tržištima. Povećanje broja turista kao posljedica nove zajedničke tematske rute.	Zajednički cilj projekta Razvijanje, integriranje, upravljanje i promicanje zajedničkog kulturnog turističkog proizvoda temeljenog na secesiji kroz revitalizaciju kulturne baštine i uspostavu i promicanje nove rute kulturnog nasljeđa koja povezuje Osijek i Suboticu. Povećanje kapaciteta kulturnih i turističkih dionika u upravljanju i promicanju kulturne baštine.
Partner u projektu: Grad Osijek	Revitalizacija parkovnog i arhitektonskog nasljeđa Sakuntala parka, uključujući revitalizaciju zelenih površina, pješačke staze, navodnjavanje i komunalnu opremu. Opremanje secesijskog memorijalnog izložbenog prostora. Organizacija festivala na temu secesije: Sedeceo festival.	Izrada novoga vrtnog paviljona u sjeverno-istočnom dijelu parka s novim krajobraznim uređenjem i ugradnjom sustava navodnjavanja te rekonstrukcija obodnih komunikacija, parkirališta, elektrotehničkih i vodoopskrbnih instalacija.	
Partner u projektu: Turistička organizacija grada Subotice	Izrada prekograničnih i lokalnih promidžbenih materijala na temu secesijske kulturne baštine. Organizacija putujuće izložbe i manifestacije Dani secesije.	Promocija novoga tematskog puta kulturne baštine: secesijska ruta koja spaja gradove prijatelje Osijek i Suboticu. Promocija novoga prekograničnog turističkog proizvoda na lokalnim, regionalnim i nacionalnim tržištima. Povećanje broja turista kao posljedica nove zajedničke tematske rute.	
Partner u projektu: Grad Subotica	Izrada strateškog dokumenta turističke valorizacije i projektne dokumentacije za restauraciju Gradske kuće. Izrada i postavljanje smeđe turističke signalizacije vezane za secesijsku baštinu.	Poboljšanje turističke infrastrukture postavljanjem smeđe signalizacije, touchscreen ekrana i makete za slijepu i slabovidne osobe. Promoviranje destinacije kroz postavljanje turističke table pokraj autoceste Beograd – Horgoš.	
Partner u projektu: Javna ustanova Županijska razvojna agencija Osječko-baranjske županije	Edukacija djelatnika u kulturi i turizmu. Organizacija studijskog putovanja. Upravljanje projektom i administracija.	Povećanje znanja i poboljšanje vještine djelatnika u kulturi i turizmu.	

4 Primjena IKT-a u projektu S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica

Osim izrade prekograničnih i lokalnih promidžbenih materijala, projekt *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* podržan je mnogobrojnim IKT alatima. Promocija projekta provedena je kroz aktivnosti na društvenim mrežama, medijima, web stranici te kroz postavljanje info panela. Digitalni svijet svakim danom postaje sve više utjecajnijim, smatraju Razvan Surugiu i Surugiu (2015) što snažno potiče organizacije na prisutnost u virtualnom prostoru kako bi ostale konkurentne, a trenutno je i većina marketinških strategija povezana s gotovo svim društvenim medijima.

U skladu s tim, autori ističu digitalni svijet kao glavnu prednost turističkog poslovanja, odnosno privlačenje turista iz različitih dijelova svijeta kao i primanje povratnih informacija s upotrebom minimalnih resursa.

Nadalje, Gredičak (2008) zamjećuje korist od suvremene promocije vrijednosti kulturne baštine jer se stvaraju interesi za pojedinu sredinu, želja za educiranjem o posebnosti dotične kulture te stvaranje interesa za dolaskom u tu sredinu što može dati određene tržišne rezultate, najviše na području turizma kao gospodarskoj grani koja kulturnu baštinu pojedine zemlje koristi kao poticaj za određivanje i naglašavanje određenoga turističkog odredišta.

Važnost društvenih mreža i virtualnih svjetova Neuhofer i sur. (2012) shvaćaju kroz mogućnost pružanja opcije ocjenjivanja odredišta prije fizičkog posjeta te posebnost društvenih mreža koje omogućuju doživljaj destinacije kroz percepciju drugih konzumenata ponude, bez obzira na to jesu li ti konzumenti budućim posjetiteljima poznati ili ne.

Upravo zbog toga sudionici projekta *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica*, uključujući nositelja i partnere u promicanju nove rute kulturnog nasljeđa, na svojim su web stranicama omogućili pregled relevantnih informacija o projektu, postavljanje pitanja i izražavanje mišljenja kroz mnogobrojne suvremene aplikacije, a pomoću najpoznatijih platformi Facebook i Twitter podržana je i objava projekta čime se privukao najveći broj zainteresiranih posjetitelja koji su putem svojih Android smartphona i Iphonea imali mogućnost najbržeg i najdostupnijeg uvida u kulturne manifestacije i ostale informacije u okviru projekta.

Nastavno tomu Middleton (2009) konstatira kako su društvene mreže vrlo važan segment marketinga jer je posebno putem pretraživača kao što su Facebook i Twitter moguće vrlo precizno segmentirati tržište. U promoviranju turističke rute Osijeka i Subotice putem web stranice Grada Osijeka podržana je *Add To Any* univerzalna prilagodljiva platformama za dijeljenje sadržaja pomoću bilo koje usluge. Spomenuta platforma podržava mnogobrojne aplikacije, a neke od njih su društvene mreže Instagram, LinkedIn, Reddit, Instapaper, Kindle It ili mobilne aplikacije poput Whatsapp, Vibera ili WeChata (Tablica 4.) putem kojih su potencijalni posjetitelji mogli izraziti mišljenje ili postaviti upite o projektu.

Osim toga, valja istaknuti i primjenu 3D vizualizacije kao vrlo važnog IKT alata te u tome kontekstu Bruno i Spallone (2015) spominju tehnike 3D modela jer su zavladale kulturnom baštinom zbog mogućnosti virtualnog povezivanja stvarnosti različitih epoha u istoj prezentaciji. Na primjeru projekta *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* jasna je upotreba 3D vizualizacije kao modela prezentacije Sakuntala parka. Naime, vizualizacijom se omogućio uvid u rekonstrukciju i buduću izgled prije realizacije projekta radi predočavanja i poticanja turističkog interesa za stvarnim posjetom. Važnost 3D vizualizacije kao učinkovite metode navode Rodrigues i sur. (2014) posebno kada 3D modeliranje uključuje obradu velikog broja sličnih objekata primjerice ulica, zgrada ili drveća u gradu, odnosno svaki objekt koji generira 3D geometriju i izgled može se koristiti za proizvodnju 3D gradskih modela. Osim toga, Gabellone (2013) objašnjava najpoznatije aplikacije virtualne stvarnosti koje se koriste za prostorno i arhitektonsko područje kao alat za prezentaciju nalazišta ili građevina te stvaranje određenoga arhitektonskog projekta s mogućnosti kreiranja okruženja u kojem korisnici putem 3D vizualizacije imaju mogućnost istražiti 3D scenu u stvarnom vremenu.

Ovakav tip IKT-a Lettelier (1999) vidi kao napredak koji omogućuje poboljšanje u mnogim područjima poput obrazovanja, turizma i održivog razvoja čime se pružaju novi alati za interpretaciju i prezentaciju kulturnog nasljeđa.

Još jedan od korištenih IKT-a alata u projektu *S.O.S. Turističke rute Secesija Osijek – Subotica* odnosi se na interaktivne info panele u sklopu aktivnosti Turističke zajednice grada Osijeka. Interaktivni info paneli prema Aho (1994) predstavljaju slobodno stojeću jedinicu s ugrađenim računalom čiji je zaslon osjetljiv na dodir te ima interaktivne značajke u komunikaciji s konzumentima pružajući im informacije koje se odnose na usluge i promotivne aktivnosti. Nadalje, postoje stanovite dobre strane kod primjene interaktivnih info panela o kojima govore Ni i Ho (2005), a radi se o specifičnosti konstrukcijskog dizajna, točnije njihovoj mogućnosti rada u svim vremenskim uvjetima kao što su kiša, sunce ili vlaga dok istovremeno posjeduju performanse koje podržavaju velik broj korisnika pogotovo ako se nalaze na frekventnim atraktivnim gradskim lokacijama.

Tablica 4. Pregled komunikacijskih alata u promociji S.O.S. Turističke rute

Izvor: Turistička zajednica grada Osijeka i partneri u projektu S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek Subotica, 2019.

Prekogranične i lokalne promidžbene publikacije	Podaci o programskom okviru projekta, predviđenom trajanju, vrijednosti, aktivnostima, sudionicima, lokacijama, dostupnosti sadržaja. Informativni sadržaji o specifičnostima kulturne baštine Osijeka i Subotice.
Facebook	Objave s podacima o vremenu, lokaciji, aktivnostima i izvođačima; izložbe, koncerti, predstave, predavanja, projekcije, radionice, vizualne prezentacije identiteta kroz pripovijest u putovanju lokalnom tradicijom. Teme objava uključuju: glazbenu točku AUK Osijek, izložbe: <i>Fotografije s nagrađenim i pohvaljenim radovima</i> i <i>Šetnja kroz secesiju Osijek i Subotice</i> , predavanja: <i>Staro, a novo: znamo li što radimo</i> i <i>Secesijska soba – osječko nasljeđe</i> , projekciju kratkih filmova, radionice: <i>Otkrivanje značenja fenomena – novi pristup interpretaciji baštine</i> i <i>Izrada secesijskog nakita</i> , Subotnju secesijsku šetnju s Markom Grgurom Ivankovićem, koncert <i>Glazba secesijskih salona</i> , stručno vodstvo kroz izložbu <i>Od rokokoa do secesije</i> , autorski projekt Mire Perić <i>Frau Thildy</i> i ambijentalnu predstavu <i>Tri točke</i> .
Web stranica	3D vizualizacija Sakuntala parka. Pristup svim informacijama i tehničkim podacima projekta putem <i>Add to Any</i> platforme za dijeljenje sadržaja (Facebook, Twitter, Email, Pinterest, LinkedIn, Reddit, WhatsApp, Gmail, Telegram, Pocket, Mix, Tumblr, Amazon, Wish List, AOL Mail, Balatarin, BibSonomy, Bitty Browser, Blinklist, Blogger, BlogMark, s Bookmarks.fr, Box.net, Buffer, Care2 News, CiteULike, Copy Link, Design Float, Diary.Ru, Diaspora, Digg, Diigo, Douban, Draugiem, DZone, Evernote, Facebook Messenger, Fark, Flipboard, Folkd, Google Bookmarks, Google Classroom, Hacker News, Hatena, Houzz, Instapaper, Kakao, Kik, Kindle It, Known, Line, LiveJournal, Mail.Ru, Mastodon, Mendeley, Meneame, MeWe, Mixi, MySpace, Netvouz, Odnoklassniki, Outlook.com, Papaly, Pinboard, Plurk, Print, PrintFriendly, Protospace, Bookmarks, Pusha, Qzone, Rediff MyPage, Refind, Renren, Sina Weibo, SiteJot, Skype, Slashdot, SMS, StockTwits, Svejo, Symbaloo Bookmarks, Threema, Trello, Tuenti, Twiddla, TypePad Post, Viadeo, Viber, VK, Wanelo, WeChat, WordPress, Wykop, XING, Yahoo Maill, Yoolink, Yummly).
Web portali, novine	Informativni članci, najave, tekstovi i reportaže o Studijskom putovanju.
Info paneli	Informativni sadržaji o specifičnostima kulturne baštine Osijeka i Subotice.

Komunikacija projekta *S.O.S. Turističke rute Secesija Osijek – Subotica* vidljiva je kroz provedenu aktivnost studijskog putovanja prezentiranog objavama u medijima radi tržišnog predočavanja nacionalnog vizuala kroz pripovijesti o kulturnoj baštini i prezentaciji identiteta. Putovanje uključuje obilazak Osijeka i Subotice uz stručno vodstvo s naglaskom na secesijsku baštinu, posjet tradicionalnim salašima, vinarijama, obilazak jezera Palić i predstavljanje projekta (Javna ustanova Županijska razvojna agencija Osječko-baranjske županije, 2019). Studijsko putovanje zamišljeno je kao aktivnost svojevrsne pripovijesti te predstavlja važan komunikacijski alat prezentiran kroz medije i društvene mreže. Posebno jer je pripovijest, smatraju Ferreira i sur. (2014), unutarnji dio svakog čovjeka koji pobuđuje smisao za vlastito okruženje i time omogućuje prenošenje informacija, kulture i vrijednosti. Kao partner u projektu grad Osijek proveo je organizaciju Sedeco festivala na temu secesijske baštine, a spomenutu aktivnost promovirao je nositelj projekta Turistička zajednica grada Osijeka putem objava na društvenim mrežama. Radi se o festivalu koji s fokusom na specifičnom stilskom pravcu približava arhitekturu i dizajn, umjetnost i kulturnu baštinu te svakodnevicu iz razdoblja secesije kroz izložbe, koncerte, predstave, predavanja, radionice i projekcije.

Putem Web i Facebook objava o Sedeco festivalu posjetitelji su pristupili informacijama o vremenu održavanja aktivnosti unutar festivala, izvođačima i lokaciji (Grad Osijek, Upravni odjel za programe Europske unije 2019). Upotreba suvremenih komunikacijskih alata u projektu *S.O.S. Turistička ruta Secesija Osijek – Subotica* omogućila je kontinuiranu prožetost u komunikaciji između sudionika provedbe projekta istovremeno dajući konstantan pristup široj javnosti svim relevantnim informacijama. Uz sve IKT omogućuje interakciju svih sudionika projekta, koja se reflektira u povećanju kvalitete promocije lokalnog značaja i profitabilnosti secesijskog nasljeđa kao kulturnog resursa u gospodarskom razvoju i tržišnoj konkurentnosti. Upravo stoga što tržišna kompeticija zahtijeva prilagodljivost operiranja suvremenih komunikacijskih metoda jer, kako navodi Buhalis (2011), internet je uveo brzinu, transparentnost, prilagodljivost, fleksibilnost i širok dijapazon mogućnost.

5 Zaključna razmatranja

Kulturna baština shvaćena kao dio vizualnog identiteta određenog mjesta zahtijeva kontinuirano praćenje i očuvanje građe radi povećanja gospodarskog doprinosa lokalnom stanovništvu kao nacionalno-promidžbeni konstrukt. Praćenje suvremenih komunikacijskih trendova u području kulturne baštine postaje svojevrsni imperativ na kulturnom tržištu, a vezu komunikacije i kulturne baštine Šojat-Bikić (2011) percipira kao oduvijek usko povezanu spregu jer ni ona baština kakvu danas poznajemo ne bi bila ista bez onodobnih tehnoloških alata poput tiska, bakropisa, drvoreza i sl. Stoga autorica zaključuje kako je tehnologija generator stvaranja, reprodukcije, implementacije novih kodova pristupačnosti te uključuje demokratizaciju pristupa baštinskim sadržajima kroz njihovo slobodno cirkuliranje u društvu stvarajući mnoštvo inačica i kopija.

Okretanje potrebama tehnološki verziranim generacijama uz pomoć primjene društvene koncepcije marketinga Gredičak (2011) shvaća kao približavanje onom segmentu posjetitelja koji od putovanja u izvandomicilnom okruženju ispunjavaju svoje stvaralačke i kulturne znatiželje, a to se može postići valorizacijom spomenika kulturne baštine u okviru ukupne turističke ponude čime se postiže ostvarivanje humanističkog sadržaja turizma. Potencijale koje sa sobom nosi primjena IKT-a je, osim očuvanja kulturne baštine i utjecaj na sam doživljaj posjetitelja u kojem kontekstu Vrtiprah (2008) „kulturni proizvod“ definira kao atrakcijski proizvod ponuđen onima čija je namjera blisko upoznavanje s prošlim i sadašnjim nasljeđem destinacije te je važan modus u interpretaciji mjesta, povijesti i ljudi jer se na taj način stvara osobni doživljaj. Kao razvojni resurs kulturne baštine na temu secesije projekt *S.O.S. Turistička ruta Osijek – Subotica* obuhvatio je svojim programskim okvirom i

ciljem unaprjeđenje i očuvanje kulturno-povijesne secesijske baštine, ponajviše graditeljske s posebnim naglaskom na valorizaciji spomenika kulturne baštine kao reprezentativnog vizuala gradova Osijeka i Subotice. Radi postizanja konkurentne tržišne pozicije neizostavna je bila primjena IKT-a u međusobnoj komunikaciji partnera u projektu, ali i promidžbene komunikacije prema krajnjim potrošačima kroz različite vidove interpretacije secesijske baštine. Projektom je osim nositelja i partnera obuhvaćena i suradnja s drugim kulturnim i partnerskim organizacijama kao relevantnim akterima za specificirane kulturne manifestacije kao što su foto natječaji, izložbe, predavanja, koncerti, filmovi ili oživljena povijest. Iz toga proizlazi ukupan društveni učinak koji se manifestira kroz jedan od zajedničkih ciljeva svih sudionika i odnosi se na povećanje kapaciteta kulturnih i turističkih dionika u upravljanju i promicanju kulturne baštine.

Literatura

Aho, D. (1994). Kiosks the good, bad and ugly, *Advertising Age*, 65 (3), 13-16.

Brizard, T., Derde, W., Silberman, N. (2007). *Basic Guidelines for Cultural Heritage Professionals in the Use of Information Technologies, How can ICT support cultural heritage?*, Ur.: Halina Gottlieb The Interactive Institute.

Bruno, A., Spallone, R. (2015). Cultural heritage conservation and communication by digital modeling tools. Case studies: minor architectures of the thirties in the Turin area, *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 2-5/W3, 25-32. <http://dx.doi.org/10.5194/isprsannals-II-5-W3-25-2015> (pristupljeno 12. 12. 2019.)

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism management*, 21 (1), 97-116.

Buhalis, D. (2011). E-Tourism, *Contemporary Tourism Reviews*. (n.d.). *Contemporary Tourism Reviews*, Oxford: Goodfellow Publishers Limited.

Buhalis D., Amaranggana A. (2013). *Smart Tourism Destinations*. U: Xiang Z., Tussyadiah I. Information and Communication Technologies in Tourism 2014. Springer, Cham, 553-564, doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40 (pristupljeno 19. 12. 2019.)

Chianese, A., Marulli, F., Piccialli, F., Valente, I. (2013). A novel challenge into Multimedia Cultural Heritage: an integrated approach to support cultural information enrichment, *International Conference on Signal-Image Technology & Internet-Based Systems*, Kyoto, str. 217-224. doi: 10.1109/SITIS.2013.46

Damnjanović, I., Petronić Petrović, L., Tešić, B., Urošević, S. (2015). Informaciono-komunikacione tehnologije i održivost u funkciji stvaranja konkurentnog turističkog proizvoda, *International scientific conference of IT and Business Related Research – Synthesis*, Sveučilište u Beogradu.

Deepthi, S. (2008). ICT and tourism: Challenges and opportunities, *Conference on tourism in India: challenges ahead*, India. Dostupno na: <http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/handle/2259/185/?sequence=1> (pristupljeno: 17. 11. 2019.)

Europski fondovi. <http://europski-fondovi.eu/program/interreg-ipa-hrvatska-srbija-2014-2020> (pristupljeno 29. 11. 2019.)

Ferreira, S., Pimenta Alves, A., Quico, C. (2014). Location Based Transmedia Storytelling: Enhancing the Tourism Experience, Sveučilište Porto, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22 (2), 141-149.

Gabellone, F. (2013). *3D visualization of cultural heritage*, Italian National Research Council.

Garau, C. (2017). Emerging Technologies and Cultural Tourism: Opportunities for a Cultural Urban Tourism Research Agenda, u: Nicola Bellini, Cecilia Pasquinelli (ur.), *Tourism in the City; Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*, Springer International Publishing AG Switzerland, str. 69-70.

Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split.

Grad Osijek. Službeni portal grada na Dravi Osijek. Hr. Dostupno na: <https://www.osijek.hr/> (pristupljeno 14. 12. 2019.)

Grad Osijek (2019). Upravni odjel za programe Europske unije, Osijek.

Gredičak, T. (2008). Kulturna baština u funkciji turizma, *Acta turistica nova*, 2 (2), 205-234. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/43437> (pristupljeno 27. 12. 2019.)

Gredičak, T. (2011). Upravljanje lokalnim ekonomskim razvojem – Turistička valorizacija kulturne baštine u funkciji ekonomskog razvoja, *Međunarodni znanstveno-stručni skup: Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova*, Ivanić Grad.

Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., Koo, C. (2015). Smart tourism challenges, *Journal of Tourism*, 16 (1), 41-47.

Guo, Y., Liu, H., Chai, Y. (2014). The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective, *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2 (1), 54-69.

Interreg IPA CBC Croatia Serbia program, dokument izrađen uz podršku Europske unije za Turističku zajednicu grada Osijeka i Turističku organizaciju grada Subotice (2017).

Ioannidis, Y., Toli, E., El Raheb, K., Boile, M. (2014). Using ICT in Cultural Heritage, bless or mess? Stakeholders' and practitioners' view through the eCultValue project, Athena Research and Innovation Center.

Javna ustanova Županijska razvojna agencija Osječko-baranjske županije (2019). Osijek.

Konzervatorska povijesna studija obnove Šetališta Petra Preradovića; Povijesni razvoj, inventarizacija i analiza postojećeg stanja s idejnim rješenjem krajobraznog uređenja i obnove (2017). Zelena infrastruktura d.o.o., Osijek.

Lettelier, R. (1999). Virtual reality... A new tool for sustainable tourism and cultural heritage sites management. U: CIPA XVII International Symposium. Dostupno na: <http://cipa.icomos.org/index.php?id=59> (pristupljeno 3. 1. 2020.)

- Macleod, N. (2006). *Cultural Tourism: Aspects of Authenticity and Commodification, Cultural Tourism in a Changing World, u: Politics, Participation and (Re)presentation*, (ur.) Smith, M., Robinson, M., Channel View Publications.
- Maroević, I. (2001). Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine. *Socijalna ekologija* 10 (4), 235-246.
- McKercher, B., Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism; The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, The Haworth Hospitality Press, New York.
- Međuopćinski zavod za zaštitu spomenika kulture Subotica. Dostupno na: <http://www.heritage-su.org.rs/> (pristupljeno 9. 12. 2019.)
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd., Oxford
- Ni, A. Y., Ho, A. T. K., (2005). Challenges in e-government development: Lessons from two information kiosk projects, *Government Information Quarterly*, 22 (1), 58-74.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1, 36-46.
- Prette, M. C., De Giorgis, A. (2003). *Povijest umjetnosti*, Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb.
- Razvan Surugiu, M., Surugiu, C. (2015). Heritage tourism entrepreneurship and social media: opportunities and challenges, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 188, 74-81.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism, *Annals of Tourism Research*, 23 (2), str. 261-283.
- Rodrigues, N., Magalhães, L., Moura, J., Chalmers, A. (2014). Reconstruction and generation of virtual heritage sites, *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 1 (3-4), 92-102. <http://dx.doi/10.1016/j.daach.2014.06.003> (pristupljeno 16. 11. 2019.)
- Šojat-Bikić, M. (2011). Hrvatska tradicijska baština online: stanje i mogućnosti, *Etnološka istraživanja*, (16), đ 103-128. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/77034> (pristupljeno 7. 1. 2020.)
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism – An Introduction*, Channel View Publications, Bristol; Buffalo; Toronto.
- Vukelić, Z., Mačković, S., Matijević, Z., Mesaroš, Z., Segedinčev, T. (2010). *Subotičke gradske kuće*, Historijski arhiv Subotica.
- Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resurs kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću, *Ekonomski misao i praksa*, (2), 279-296. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/10683> (pristupljeno 18. 12. 2019.)
- Zeppel, H., Hall, C. (1991). Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism, *Tourism Studies* (2), 29-45.