

RADIONICA PROMICANJE KULTURNOG TURIZMA

Priredila:
Davorka Pšenica

Izvještaj

U osmišljavanju ove radionice pošlo se od teze da su arhivi, knjižnice i muzeji, kao temeljni nositelji očuvanja i promicanja kulturne baštine, dio turističke infrastrukture kojom se, osim sunca i mora, nude i kulturni sadržaji. Primjena novih informacijskih tehnologija omogućuje spomenutim ustanovama intenzivnije otvaranje i povezivanje s turističkim gospodarstvom s ciljem obuhvatnija promicanja Hrvatske i njezina uključivanja u svjetske turističke tokove. Polazeći od tog cilja, sudionici radionice raspravljali su o mogućoj suradnji i osmišljavanju pojedinačnih i zajedničkih projekata arhivskih, knjižničnih i muzejskih ustanova s turističkim sektorom.

Grozdana Cvitan (*Zarez*, Zagreb) u svom je radu problematizirala strategiju razvoja kulturnog turizma govoreći o šansama, ali i postojećim preprekama u kontekstu hrvatske stvarnosti (Prilog 1).

Špela Pogorelec (Filozofski fakultet, Odjel za etnologiju, Ljubljana) i Vesna Moličnik (Avdiovizualni laboratorij Instituta za slovensko narodopisje, Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Ljubljana) predstavile su multimedijalni projekt *Od besede do ljudi* (Od riječi do ljudi). Svrha je projekta bila na zanimljiv, multimedijalni način predstaviti slovensko tradicijsko i suvremeno zanatstvo kroz etnoturističko putovanje po Gorenjskoj. Rezultat su projekta video-zapisi o posjeti zanatskim radionicama te knjiga Janeza Bogataja *Mojstrovine Slovenije: srečanja s sodobnimi rokodelci* (Slovenski zanati: susreti sa suvremenim rukotvorcima). Projekt je pokazao da se znanost, točnije, etnologija i kulturna antropologija, mogu primijeniti u promicanju turizma i otkrivanju kulturne baštine (Prilog 2).

Gita Dragičević (Gradska knjižnica, Supetar) pokazala je na primjeru djelovanja i rada svoje ustanove kako knjižnica u turističkome mjestu može poticati i promicati kulturni turizam. Gradska je knjižnica poticatelj i središnje mjesto kulturnih zbivanja u Supetru. Ona je, isto tako, i koordinator svih zainteresiranih strana, spona koja povezuje turizam s kulturom i umjetnošću (Prilog 3).

Razmatranjem uloge knjižnice i knjižničara u turističkom središtu Željko Kuluz (Gradska knjižnica, Makarska) uspješno se nadovezao na prethodno izlaganje. Autor je istaknuo da je ključno pitanje (i problem!) može li knjižnica bez suradnje i potpore svih čimbenika u turizmu ostvariti svoju ulogu (Prilog 4).

Rasprava potaknuta ovim dvama izlaganjima ukazala je na moguću ulogu i mjesto knjižnice u turističkom sustavu. Uz ostale zadaće, gradska knjižnica postaje ne samo *informacijsko središte* i dobavljač informacijskih sadržaja i usluga, već i *kulturno središte* razvoja i distribucije polivalentnih kulturnih sadržaja.

Edin Zvizdić (Muzejski dokumentacijski centar, Zagreb) predstavio je privatni projekt – prototip digitalne monografije *Dubrovnik – portret grada*. Prikazan je CD u kojem su korišteni svi elementi multimedije kao i mogućnost virtualne šetnje gradom pomoću tehnologije Quick Time. To je predstavljanje otvorilo raspravu o digitalnim publikacijama.

Sustav sponzorstva i donacija Zagrebačke banke bio je predmetom izlaganja Miha Pitarevića (Zagrebačka banka, Zagreb). Navodeći kulturne i umjetničke projekte koji su dobili novčanu potporu, upoznao nas je s načelima kojima se Zagrebačka banka vodi pri njihovom financiranju (Prilog 5).

Davorka Pšenica (Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb) govorila je o važnosti oblikovanja mrežnih stranica u promicanju kulturnog turizma. U svom je izlaganju ukazala na implikacije koje elektronička tehnologija ima na cjelokupno življenje, pa tako i na distribuciju i konzumiranje kulturnih sadržaja s mrežnih stranica (Prilog 6).

Sudionici radionice svoje su prijedloge i ideje o budućim sadržajima radionica dali i u pisanom obliku. Naposljetku, organizirali smo i nagradnu igru. Tom, izuzetno zabavnom, dijelu radionice pridonijele su kolegice Mikica Maštrović i Mira Gattin, koje su kao “ocjenjivački sud” podijelile šest nagrada - majica i marama, koje su napravljene za promicanje Dubrovačkih ljetnih igara, a bile su dar Europa Press Holdinga.

Zaključci

U uvjetima tranzicije očekuje se prestrukturiranje svih vidova života. U tom kontekstu prostor kulture i prostor turizma nužno će morati pronaći zajednički interes i osmisliti prostor mogućeg zajedničkog djelovanja. To je i ključno pitanje hrvatske budućnosti u čije će se rješavanje morati uključiti i knjižnice, muzeji, galerije i arhivi.

Sintagma *kulturni turizam*, spominjana u svim izlaganjima, zahtijeva smještanje arhivske, knjižnične i muzejske zajednice u hrvatsku kulturno-turističku ponudu i stvaranje hrvatskoga turističkog proizvoda. Ona upućuje na povezivanje kulture i turizma, odnosno ugrađivanje sadržaja kojima raspolažu arhivi, knjižnice, muzeji i galerije u ukupnu turističku ponudu - prodaju i distribuciju turističkih sadržaja. Na taj se način te ustanove uključuju u stvaranje ukupnog zadovoljstva turista pa je i njihova važnost i odgovornost veća. To su ustanove koje hrvatskom turizmu mogu pružiti dodanu vrijednost pa ih treba na odgovarajući način priznati i vrednovati u cjelokupnoj strategiji razvoja te izuzetno važne gospodarske grane, što je ujedno bilo i temeljno polazište ove radionice. Stoga je predloženo da i na idućim seminarima radionica nastavi s radom i da se proširi novim sadržajima. Isto tako, predloženo je da se u njezin rad uključe predstavnici turizma i drugih srodnih područja kako bi se potaknula bolja suradnja.

WORKSHOP

PROMOTION OF CULTURAL TOURISM

Prepared by:
Davorka Pšenica

Report

In the creation of this workshop the starting thesis was that archives, libraries and museums are the fundamental carriers of the preservation and promotion of cultural heritage. The application of new information technologies enables the aforementioned institutions to become more intensively open and connect with the tourist economy, with the goal to more comprehensively promote Croatia and its inclusion in world tourist trends. Starting from these goals, the workshop participants discussed the possible co-operation and theoretical organisation of individual and joint projects of archive, library and museum institutions with the tourist sector.

Grozdana Cvitan (magazine *Zarez*, Zagreb) in her paper posed the problems of cultural tourism development strategy, discussing the opportunities, but also the possible obstacles, in the context of the Croatian situation (Appendix 1).

Špela Pogorelec (Faculty of Philosophy, Department of Ethnology, Ljubljana) and Vesna Moličnik (Slovenian Academy of Science and Art, Ljubljana) presented the multimedia project *Od besede do ljudi* (From Words to People). The goal of the project was to present in an interesting, multimedia way the Slovenian traditional and contemporary trades through the ethnotourist journey around Gorenjska. The results of the project were video scripts on the visit to craft shops and a book by Janez Bogataj *Mojstrovine Slovenije: srečanje s sodobnim rokodelci* (Slovenian Trades: Encounters with the Contemporary Tradesmen). The project demonstrated that science, and, more precisely, ethnology and cultural anthropology, can be applied to tourism promotion and cultural heritage discovery (Appendix 2).

Gita Dragičević (City Library, Supetar) presented examples of the work of her institution on how a library in a tourist setting can inspire and promote cultural tourism. The City Library is the inspiration and central place for cultural events in Supetar. It is also the co-ordinator of all interested parties which connects tourism with culture and art (Appendix 3).

Discussing the role of the library and librarian in a tourist centre, Željko Kuluz (City Library, Makarska) successfully continued the theme of the previous presentation. The author stressed that the key question (and problem!) is whether a library can accomplish its role without the co-operation and support of all the elements of tourism (Appendix 4)?

The discussion inspired by these two presentations indicated the possible role and place of the library in a tourist system. Along with other duties, the city library is becoming not only an *information centre* and information contents supplier, but also a *cultural centre* of development and distribution of polyvalent cultural contents.

Edin Zvizdić (Museum Documentation Centre, Zagreb) presented a private project – a prototype of a digital monograph – *Dubrovnik: portret grada* (Dubrovnik: Portrait of a Town). The CD, on which all multimedia elements were used, as well as the possibility of a virtual walk through town using the Quick Time technology, was presented. This presentation opened a discussion on digital publications.

The sponsorship system and Zagrebačka banka's donations were the topics of the presentation given by Miho Pitarević (Zagrebačka banka, Zagreb). Describing the cultural and artistic projects which received financial support, he explained the principles that Zagrebačka banka is guided by (Appendix 5).

Davorka Pšenica (National and University Library, Zagreb) spoke of the importance of the formation of web pages for the promotion of cultural tourism. She pointed out the implications which electronic technology has on the entire culture, and consequently on the distribution and consumerist content of cultural web pages (Appendix 6).

The workshop participants gave their suggestions and ideas on the future contents of workshops in paper form as well. Finally, we organised a prize contest. In this very interesting part of the workshop colleagues Mikica Maštrović and Mira Gattin presented their contribution. They gave away, as "the prize-awarding committee", six prizes: shirts and shawls which were made to promote the Dubrovnik Summer Festival, and which were a gift from Europa Press Holding.

Conclusions

In the conditions of transition, the reconstruction of all aspects of life is expected. In this context, cultural space and tourism space will necessarily have to find a common interest and create a space for possible joined activities. This is also a key question for the future of Croatia, in which libraries, museums, galleries and archives will all have to contribute towards finding a solution.

Cultural tourism syntagm, mentioned in all presentations, demands the placement of the archive, library and museum community in the Croatian cultural-tourist offering and the creation of Croatian tourist product. It points towards the connection between culture and tourism, i.e. building the contents of archives, libraries, museums and galleries into the tourist offering – the sale and distribution of tourist contents. In this way these institutions are included in the creation of the tourist's complete experience and satisfaction, so their importance and responsibility is enlarged. These are the institutions which can add value to Croatian tourism, and so they have to be accepted in a relevant manner, which was the fundamental starting point of this workshop. For this reason it was suggested that this workshop should continue its work in future seminars as well, and to expand its content. It was suggested that the representatives of tourism and other related fields should also be included in its work to inspire more productive co-operation.

PRILOG 1

OTOK, SAN ILI STVARNOST

Grozdana Cvitan

Zarez, Zagreb

Turizam i kultura - šanse malih sredina i regija

Nedavno je na Svetoj Geri odigrana utakmica između mladih hrvatskih i slovenskih književnika. Iz više razloga samo su mladi književnici sposobni za taj čin. Je li to pitanje kulture? Čini mi se da je odgovor na to pitanje višeslojan i prisutan u različitim sferama društva koje danas i mi i Slovenci pokušavamo uočiti, razumjeti i naći put izgradnje odnosa prema onomu o čemu smo do jučer (drukčije) razmišljali. Mladi su književnici za sljedeći susret dogovorili i pjesničke nastupe. Bila sam oduševljena kad sam to čula jer sam samo nekoliko mjeseci ranije, pišući svoj prijedlog hrvatske strategije kulturnog razvoja, navela upravo primjer Svete Gere kao jedno od mjesta na kojima je moguće tražiti nove putove stvaranja odnosa. Naravno, u podtekstu te ideje želja je i nada da je naše političke probleme (od kojih je u ovom trenutku većina vezana ponajprije uz gospodarska pitanja) moguće rješavati na nov, drukčiji način ili bar onim putovima na koje baš i nismo navikli. Vjerovati je da mogu biti uspješni, a sigurno je da vrijedi pokušati. Zasad, oni koji su se našli na Svetoj Geri vjerojatno su u konačnici razveselili nekog obližnjeg "birtaša". Je li moguće da će se doskora i sami razveseliti kad na njihove dobro osmišljene susrete dođu ljudi iz okolice.

Zašto početi s primjerom koji odlazi na granicu, umjesto potražiti neki koji izlazi iz središta države i u njoj ostaje? Zato što je riječ o turizmu i kulturi - djelatnostima čiji je stalan interes izlazak iz sebe i koje ne postoje bez drugih. A u kontekstu razgovora o spajanju tih grana u zajedničkom interesu nekoliko je razina: lokalna, regionalna i globalna (iako posljednja više pripada nekim drugim razmišljanjima i djelatnostima).

S druge strane, čini se da nema ideje s kojom se već negdje i nekad nismo susreli i da je sve samo pitanje pamćenja i prepoznavanja, uvida u stvari. To sigurno nije točno. Štoviše, učimo svakodnevno i na raznim stranama. Nedavno sam s danskom državljankom razgovarala o identitetu. Ona mi je o toj temi govorila u povijesnom kontekstu u kojem su balkanskim prostorima vladali stranci. Još je dodala da će ljudi, narodi, države, koji su stoljećima bili pod Turcima, pod protektoratom velikih sila danas naučiti kako da se u budućnosti brinu o sebi. I to je, nažalost, identitet. Iz iste surove stvarnosti proizašla je i jedna prošloljetna slika. Čovjek, koji inače živi od turizma, pričao mi je kako mora vrt oko kuće pretvoriti u garažni prostor, jer da sad svi turisti koji iznajmljuju sobu traže i uporabu garaže. Zašto? Zato jer su čuli da se kod nas često krađu automobili. Puno je priča s kojima nas se identificira, a oni koji nam stižu prihvaćaju ih na način na koji ih žele prihvatiti ili koji smo im pokazali.

Pod identitetom najčešće razumijevamo samo ono što nas razlikuje od drugih, što i nije čudno, ali je isključivo. Možda je to jedan od naših najvećih nedostataka. Ne bismo li arhitekturu našeg priobalja mogli predstaviti kao nešto što posjetitelji iz svijeta ili Sjeverne Europe mogu susresti gotovo posvuda na jugu te iste Europe, ali da nigdje drugdje neće naići na građevine poput starohrvatskih crkvice. Zašto ne iskoristiti činjenicu da su njihovi zvonici prenosili poruke u prostoru, ostvarujući dijalog kopna i otoka? Taj čudesni primjer dijaloga sredine nitko ni na simboličkoj ni na stvarnoj razini ne pokušava obnoviti. Ne bismo li mogli pokušati, makar i električnim zvonima, nadjačati buku svakodnevice i obnoviti razgovor kopna s morem na romantičan i atraktivan način po kojem će se ovo vrijeme pamtit i u budućnosti koja ne zaboravlja i koja sjećanje prenosi i transformira?

Je li to moguće u stvarnosti i, ako jest, koliko bi stajalo? Zbog čega se toga treba sjećati? Vjerojatno su to pitanja koja stoje na putu svakog našeg zanosa. Transformiramo li zanos u potrebu, možda je moguće ponovno prenijeti poruku zvona u sasvim konkretnom i korisnom prostoru turizma. U prostoru identiteta koji može biti ponuđen drugima u višeslojnosti te zvonjave: kao glas o nama, makar i rekonstruiran, ali glas koji bez prevođenja možemo ponuditi onima koje bi, u smislu kulturne turističke ponude, mogao zanimati taj glas koji bi uvjerljivije i korisnije korespondirao između ljudi i mora od nekih naših priobalnih mostova.

Osobno ništa ne znam o daljinama koje zvuk savladava, ali smatram legitimnim pravo na snove. Vjerujem kako je taj glas zvona moguć. To bi mogao biti identitet obalnog prostora namnoženog otocima koji bi se obraćao onima na kopnu, na otoku i na moru. Glas kojeg bi svi čuli i ponijeli sa sobom.

Međutim, to nameće jednu drugu stvarnost: stvarnost u kojoj smo, čini se, umorni, ponajprije od sebe samih. Stvarnost u kojoj nitko više ne računa na iskorak kao mogućnost. Danas živimo u nepovjerenju prema sebi i svemu oko sebe. To samo znači da nam je povjerenje, ne tako davno, bilo temeljito potrošeno. Umorni smo ponajprije od života u očekivanju umjesto života u življenju. Zanos kao odnos prema nečemu učimo mjeriti profitom. U krugu u kojem sami sebi grizemo rep stranci su nam, ponajprije oni (a mi brzo shvaćamo pa i treniramo), nametnuli skupove kao mjesta na kojima možemo razmijeniti ideje. Puno rjeđe: eventualno se dogovoriti što raditi. Ideje razmijenimo lako, ali dogovoriti se pa i raditi, često ne znamo kako, a upitno je i zašto. Nije li netko drugi plaćen da s time izlazi konstruktivno na kraj? To jest, konkretno. Konstatiramo i - razilazimo se.

Kako se kao društvo tek trebamo odrediti prema različitim mogućnostima, to nam ponajprije nedostaje osjetljivosti za propitivanje budućnosti. I to u svemu. Zasad uglavnom preispitujemo i pokazujemo osjetljivost na prošlost. Što bližu - to više. Možda je i to razlog našem umoru. Ta nesposobnost da konačno budemo u prirodnom položaju i gledamo preda se.

Od ekonomske krize kod nas je sve u stanju potonuti: i kultura i identitet i budućnost. Mladi ljudi odlaze jer ih nitko nije uvjerio da postoji ijedan razlog da ostanu. I način da prežive. Oni nešto stariji na to se prisiljavaju. Svakih nekoliko godina zaključujemo da je najbolje ne pitati se ni o čemu *jer nigdar ni bilo da ni nekak bilo*. I vrijeme prolazi.

Naš je sljedeći problem, čini mi se, nedovoljno znanje. Svi mi otprilike znamo činjenice. Nama je i statistika nešto što je *otprilike*, naravno iz raznih razloga, ali je takva kakva

jest. Nama je to *otprilike* apsolutna vrijednost po kojoj stvaramo svijet po vlastitoj mjeri i svijest o sebi samima. Kako to promijeniti?

Ideje za prolaznost

Na inicijativu Predsjednika Republike osnovana je Radna grupa koja je trebala poraditi na imidžu Hrvatske. Grupa je nešto radila, sastavila svoj prijedlog i s njime upoznala javnost. I onda su počeli problemi. Najprije je počeo opći napad na Grupu, koji se potom usmjerio na njezine konkretne prijedloge. Rijetki su pohvalili makar ideju što se takvo nešto uopće dogodilo. Međutim, sama je Grupa potaknula jedan nepotreban incident. Činjenicu da je inicijativa potekla iz Ureda Predsjednika Republike sami su članovi Radne grupe pokušali braniti pitanjem: a što radi Vlada?

Ovdje je nebitno što Vlada zaista ima timove koji dovršavaju dvadeset projekata strategije razvoja za različita područja života (gospodarstva, ekologije, kulture, turizma i dr.). Problem je u tome što sve uvijek radimo nasuprot nekome, rijetko shvaćajući da sve ponajprije radimo nasuprot sebi samima. Čak i kad je neki projekt promašen, nije promašena činjenica postojanja ideje i pokušaja. Ili barem ne bi bila kad sve pokušaje i ideje ne bi zaboravljali u kontekstu završenog čina: to smo apsolvirali pa sad možemo čekati neku drugu, tuđu prigodu za oštrenje vlastitih zuba. Još nismo postali svijesni koliki bismo izbor imali kad bi svi nezadovoljnici dali barem jedan konstruktivan prijedlog. Ili, da možda skupina stručnjaka kaže: *To je bez veze. Idemo se sami potruditi oko te ideje.* Naravno, takav obrat bio bi izgledniji kad bismo živjeli u bogatoj državi u kojoj bi ljudi bili plaćeni za svoj rad.

I napokon: pitanje realizacije. Naime, još se čini da iza nekog projekta ponajprije stoji politička struktura. Možda to i više nije sasvim tako, a ako jest, trebalo bi to znati promijeniti. Naviknuti smo na situaciju u kojoj umjetnici najprije treniraju snalažljivost u dobivanju sponzorstva za svoja djela, potom ta sponzorstva postaju impresivnija kulturološka činjenica od sponzoriranih djela. Ideje se teško probijaju do sponzora. Možda možemo napraviti više. Možda je još prerano razmišljati da bi čimbenici, primjerice, turističkoga gospodarstva raspisali natječaj za ideje u uvjetima u kojima ministrica turizma pohvalno govori o potpunosti spavaćih kapaciteta sljedeće sezone, napominjući da će možda trebati dodatni kapaciteti na tržištu, te da se može dogoditi da ih nećemo imati dovoljno. O čemu uopće razgovaramo? Je li to sve što će nam nedostajati? Jesu li još ležajevi sve o čemu se brinemo za dva ljetna mjeseca? Što je s ostalih deset mjeseci u godini? Hoće li turizam i dalje biti obala ljeti, jedan do dva velika hotela zimi za određene skupove i gotovo? Koliko je ljudi zaposleno u turizmu? I slijedom teme, u kulturi? Nije li vrijeme budnog turizma? A to je ponajprije vrijeme turizma u kojem on mora korespondirati, surađivati s kulturom. Vrijeme u kojem će kulturi biti bitna sudbina turizma, a turizmu sudbina kulture.

Činjenica da se pri izradi nove strategije kulturnog razvitka Hrvatske našla i dionica Kultura i turizam možda je impuls koji bi uskoro mogao imati i više odjeka nego što mislimo. Ne zato što će se netko baviti strategijom, nego zato što će nas uvjeti prisiliti da se bavimo preživljavanjem. Postoje glasovi koji kažu da su samo dva resursa u Hrvatskoj sigurna: turizam i zdrava hrana. Velik dio našeg stanovništva i tako živi turizam svojih obitavališta jer nam je obala duga, a nacionalni parkovi brojni. A proizvodnja zdrave hrane, naravno,

trebala bi biti i izvozna mogućnost. U sjevernotalijanskim skijalištima taj spoj sastoji se od malih obiteljskih hotela iza kojih u nekoliko staja domaćini uzgajaju krave. Oni imaju svoje sezonske i cjelogodišnje poslove. Mi jedva da imamo i sezonske, jer nismo naučili spojiti tako jednostavne stvari kao što su velika kuća i oveća staja ili vrt. U svakom slučaju, veći od vlastitih potreba. O složenijim spojevima da i ne govorimo. Što onda očekivati, osim da u naše jednostavne spojeve pristignu jednostavni ljudi: oni koji sedam ili deset dana spavaju na plaži ili u hotelu. Nije li naš sljedeći korak animiranje onih koji bi trebali i željeli ostati budni? Ako je to teško napraviti sredinom ljeta, pozovimo ih sredinom jeseni, zime ili proljeća i pokažimo ono što smo osmislili kao atrakciju i kulturni prostor.

Vrijeme sofisticirane ponude trebalo bi biti dio strategije koja je u potrazi za idejama, i koja će, slijedom toga, imenovati nositelje projekata. Možda bi otok kipara bio dovoljno atraktivan osmisli li ga se takvim. Mogu li se interesi kulture i interesi turizma spojiti u sezonskoj kiparskoj školi? To je drugi ili drukčiji pristup od onoga kojim se svake turističke sezone oglašuje mediji pokazujući ribice što su ih u nekom našem turističkome mjestu ulovili turisti na izletu brodom, a onda pojeli na zajedničkoj večeri. Otvaranje škola za izučavanje kojeg zanata ili umjetnosti kao dobro osmišljena izvansezonska ponuda koja će zbog mira i konstruktivno osmišljena vremena privući ljude iz drugih zemalja? Mogu li umjetnički obrti biti zanimljivi ako su spoj tradicije nekog mjesta i dobro osmišljene turističke ponude? Vjerojatno mogu. Ima li svako mjesto svoj turistički znak, suvenir? Nema. Može li stranac zapamtiti po čemu se naša mala mjesta razlikuju jedno od drugog? Ako se ta mjesta dogovore o vrsti i vremenu odvijanja događanja, stranci će ih razlikovati. I ako budu u stanju turiste transportirati od jednog do drugog mjesta. U Šibeniku je svojedobno objavljena knjiga-katalog županijskih arheoloških nalazišta. Tada ih je bilo preko dvjesto sedamdeset. Danas ih je više od tristo. Naravno, mnoga nisu vrijedna turističke ophodnje. No, nezamisliva je činjenica da ne postoji niti jedna organizirana turistička ruta kojom bi se barem najznačajnija od tih nalazišta uključila u turističku ponudu. Od klasičnih mogućnosti do promišljenih, novih, drukčijih pokušaja - sve je pred nama. Upute li se turistički djelatnici i u druge, nove mogućnosti, oni će ih i prihvatiti. Našem običnom čovjeku domet je velika kuća s određenim brojem soba ili apartmana. Educira li se tog čovjeka kako graditi kuću ili se ona gradi prema usmenoj predaji i viđenom u susjedstvu? Naravno, prema ovom drugom.

Već neko vrijeme pregovara se s nekim sjevernim susjedima o recipročnosti u turizmu (zimskom odnosno ljetnom). Mogu li se u te razgovore uključiti i kulturni djelatnici kako bi osmislili vlastit i susjedov kulturni krajolik? Naravno, i naši i njihovi kulturni djelatnici. Možda je to prigoda da turiste upozorimo ne samo na našu nego i na njihovu vlastitu kulturu.

Nažalost, nama uvijek za sve treba mnogo vremena. O permanentnim promjenama i stalnoj aktivnosti jedva da znamo i razmišljati.

Nove zadanosti

Teme globalizacije, regionalizacije, decentralizacije, lokalne uprave, informatizacije i slične svakodnevno nas zasipaju. Što to znači u konkretnim uvjetima? Možda malo više od činjenice da su političari žurno mijenjali ustav jer da su to obećali biračima. Zakone, koji su trenutno mnogo važniji za poticanje ukupna gospodarskog i društvenog života, uglavnom ne mijenjaju takvom brzinom.

Možemo i dalje opstojati životareći u navikama. Ali, životariti. Zato treba mijenjati navike ne bismo li naučili živjeti. U uvjetima u kojima živimo važni su prvi poticaji. Moguće je poraditi na idejnim razradama projekata koji ne bi zahtijevali suviše sredstava, a potaknuli bi otvaranje novih radnih mjesta u kulturi. A u potpunosti bi promijenili navike u kulturi.

Ako smo već spremni otoke dijeliti tajkunima i kojekakvim svjetskim bogatašima, ne bi li bilo uputno obvezati ih i na neke projekte, primjerice, na organiziranje umjetničke kolonije, sezonske (ne nužno ljetne) škole ili nekih drugih događanja? Svojedobno je na jednom otoku rasla ideja o Sedmom kontinentu. Međutim, nije izrasla. Može li privatizacija u kulturi, koja tek treba početi, promijeniti odnos prema takvim idejama? Ili će se svi posvadi oko otoka?

Mijenjamo li se u skladu sa svjetskim trendovima ili po nekoj našoj unutarnjoj logici koja nas sve ponovno sabija u Zagreb odakle onda pričamo o regionalizaciji i šansama lokalnih zajednica (županija, gradova, mjesta)? Već nekoliko desetljeća iz svijeta stižu vijesti o selidbama prema moru, dakle u toplije krajeve gdje je život jeftiniji? Ili, život seli iz velikih gradova jer su njihovi stanovnici u njima umorni od koječega. Ili, život seli na ekrane jer informatizacija diktira novu strukturu dnevnih obveza, pa i sjedenje za računalom koje može biti u našem stanu. Koliko se to sve nas uopće tiče? Zasad, čini se, malo, ali možda će uskoro više. Osobno, možda najmanje vjerujem u budućnost ekrana zbog kojeg će odumirati funkcije stvarna života. Štoviše, upravo kao reakcija na to očekuje se da će ljudi poželjeti birati (barem povremeno) između depresije, samoizolacionizma i povratka u društvo kao prirodnu potrebu. Jesu li moguće reklame: *Na ovom otoku nema nijednog računala. Ili: Vaši su domaćini kulturni djelatnici. Ili: Ono što u našoj školi uspijete napraviti (izvorni suvenir, predmet umjetničkog obrta itd.) ponijet ćete kući. Ili: Poslije naše škole, sudjelujte na svojoj prvoj izložbi (od čipke do izronjene školjke).* Uz obvezatne plakete.

Teško nam je povjerovati u još nešto što svijet najavljuje: sve jeftiniji život u smislu količine novca potrebne za zadovoljenje osnovnih životnih uvjeta. Ali nije nevjerovatno. U takvim uvjetima možda ćemo i sami uskoro tražiti put promjena mjesta i okoliša u kojem nam je provoditi sve više vremena.

Zasad, dok je to za nas i dalje fantastika, realnim postaje pronalaženje putova za druge mogućnosti. To nas vraća onom zamišljenom i nikad realiziranom Sedmom kontinentu ili ideji o nekolicini otoka kao nekolicini zamišljenih kontinenata na koje bi rado odlazili češće, kraće, poslom ili na odmor, ali svakako sa spoznajom da nas tamo netko očekuje i da mi tamo nekog ili nešto očekujemo. Neki smisao ili realizirana ideja koju su kreirali kulturni djelatnici. Dakle, realizaciji takvih ideja moguće je pristupiti kao promišljanju razvoja domaćeg turizma i kulturnih iskoraka ili kao nečem što će se kao poželjna ponuda naći u turističkim vodičima koje ćemo poslati u svijet.

Vrijeme koje nas čeka nije lagano, ali je drukčije od današnjeg. Mi u kulturi nećemo sutra biti bogatiji uza sav trud koji pojedinačno i kao zajednica/zajednice (lokalne) možemo uložiti, ali naša kultura može odumrijeti ne pobrinemo li se za njezino prestrukturiranje, odnosno za njezine mogućnosti kreirane prema nekim drugim idejama i odnosima.

Za razliku od pokazivačke i prikazivačke kulture koja uvijek računa na naše pasivno zanimanje, postoji i ona druga koja omogućuje sudioništvo, ali i ona koja računa s kulturom življenja, regionalnim i lokalnim posebnostima, kulturnim industrijama... Njezin potrošač računa i na sudioništvo u događanju. Ili na jednostavniju poruku. Takoreći, u prolazu.

Mogu li kulturni i turistički djelatnici postići dogovor o posebnim, ali i zajedničkim interesima, o interesu turističke zajednice koji ne ispostavlja račun istog trenutka, ali je dio ponude koja privlači posjetitelje. Od tradicionalne nošnje do klape koja pjeva svaku večer barem na glavnom trgu. Može li se nabaviti njihova kasetna upravo u trenutku dok pjevaju? Koliko ljetnih priredbi može biti organizirano i je li to baš ono što bismo željeli ponuditi? Kakva se lokalna turistička putovanja nude turistima u hotelima? Je li svaki turistički radnik obavezan ponuditi kružno putovanje po Kornatima, izlet na Plitvice, obilazak arheoloških iskopina? Nekad se u Istri turiste vozilo u Trst. Može li ih se odvesti u neku domaću, ali i venecijansku galeriju, a za uzvrat očekivati nešto slično i od Venecije? Možda su veliki bahatiji, a možda nisu. Ne znamo jer nismo pokušali. Ili drukčiji primjer: ponekad netko organizira putovanja do svetišta u Međugorju. Može li i do prve stare džamije ili manastira u zaleđu? Još nismo naučili da je ekonomija interpretacija činjenica a ne emocija.

Koliko puta stranci dođu i ništa od nas ne čuju. Nije u pitanju samo njihova otvorenost za slušanje, već i naša za pričanje. Proteklih smo godina svima pričali krvave i tragične priče iz prošlosti. Jesmo li ikada strancima sustavno pričali mjesne, možda manje stvarne, priče i legende te ih, smještanjem u prostor, učinili prihvatljivima? Ako su stvarnije, tim bolje jer se vezuju na stvaran lokalitet, primjerice, suvenirima ili malim darovima.

Kultura smo male mjere, ali vrlo šarolike. Znamo li to ponuditi kao vlastitu atrakciju? Educiramo li turističke radnike u tom smislu? Neumjesno je pitati se mogu li ljudi koji rade *na crno* biti istodobno i promicatelji nečeg što, recimo, pripada sferi općeg dobra? Mogu, ako se društvo ponajprije pobrine da oni više ne rade *na crno*. Kad osjete da netko brine o njima, moći će i sami dijeliti obveze sredine.

Teško da se možemo izboriti za javnost rada naših kulturnih atašea, a kamoli za neki drugi, takoreći besplatni, angažman na pitanjima vlastite kulture? Javnost rada onih koji su za svoj posao našim porezima natprosječno plaćeni trebala bi biti obvezatna. To je pitanje transparentnosti rada. Ako to nije moguće, onda je moguće nešto drugo: usporediti dobrog menadžera u kulturi s kulturnim atašekom pa potom jednog proglasiti nepotrebnim.

Globalizacija je dostupnost, ponajprije u ekonomskom smislu. Je li u tom kontekstu svijet zainteresiran baš za nas ili smo mi zainteresirani za njega? Čini se, mi za njega, jer on - odnosno njegov bogat i moćan dio - nameće pravila igre. Zato je regionalizacija prostor koji nam je u ovim razgovorima puno korisniji. Kružna putovanja nisu nužno put od države do države. Osmisle li se, mogu biti i put od regije do regije. Ili, put ideje (teme) kroz određeni prostor.

Šanse i vrijeme

Ima nešto što kao mali narod teško možemo shvatiti: kako i s kojim ljudima odgovoriti na sva pitanja i zahtjeve vremena koji nas sustižu? A s druge strane, nezaposlenost. Dodatna edukacija nije samo za one koji su već našli svoj prostor djelovanja. Nadalje, kakve nam se šanse kao pojedincima u malom narodu otvaraju? Vjerojatno veće nego li pojedincima u bitno većim narodima. Kako to iskoristiti?

Raspolažemo s mnogo manje novca, ali i s mnogo manje prijedloga. Očigledno je da sve medalje na koje pomišljamo imaju dvije strane i da najčešće vidimo samo jednu. A vrijeme prolazi, i mi to osjećamo.

Čini se da puno češće ističemo pitanja o kojima znamo ponešto, nego što čujemo kako realizirati zamisli koje ipak pokušavamo osmisliti, uobličiti. Ponekad vidim dijete koje uči koračati. Možda je to ono što zovemo tranzicija. Netko odmah hoda stabilno, većina se u početku spotiče. Ostaje pitanje: što je mjera djetinjstva u vremenu koje će nas pregaziti ako ne odrastemo u zadanom roku? Naravno, rokove uglavnom ne zadajemo sami. A da su nam nametnuti, itekako osjećamo.

Kad smo radili *Strategiju kulturnog razvitka Hrvatske u 21. stoljeću*, za razliku od *Kulturne politike* imali smo pravo na maštu. Pravo na san. Jer ona, mašta, zaista zavisi o nama. Kreativan pojedinac sve je više izvor inicijative, ali u ostvarenju projekata timovi igraju presudnu ulogu. Iako će stvaranje određena umjetničkog djela uglavnom ostati prostor pojedinačna autorskog izričaja, kreiranje prostora kulture mora otvoriti mogućnost grupnog odnosno timskog rada, a okupljanje oko zamišljenih projekata put u ostvarenje bitnih ciljeva kulture i moći da se od nje živi. Prostor koji nam je najotvoreniji i najprimjereniji jest onaj u turizmu. Bitna je u tome svijest o granicama i mogućnostima koje uvijek iznova treba kreirati, o prostoru kojeg stalno treba savladavati i prelaziti (stvarno i imaginarno), i to osmišljeno sa što više uložena potencijala ne bismo li takve ciljeve ostvarili.

PRILOG 2

OD RIJEČI DO LJUDI PRIMJENA ZNANSTVENOG ISTRAŽIVANJA NA ŠIRU POPULACIJU

Špela Pogorelec

Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologiju in kulturno antropologiju, Ljubljana

Vesna Moličnik

Audiovizualni laboratorij Instituta za slovensko narodopisje,
Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Ljubljana

Dugogodišnja su etnološka istraživanja oblikovala vlastit pogled na pojam turizma. Za antropologa turizam je oblik razvoja ili akulturacija, individualna tranzicija te neka vrsta društvene nadgradnje. Istraživanja u području turizma obuhvaćaju proučavanje ljudi i njihova ponašanja, a sam je pojam definiran kao put koji je potreban ljudima za ispunjenje odnosno preoblikovanje (*re-creation*). Po Chrisu Rojeku, turizam je vrsta pogleda koji je združen s teorijama zapadnog svijeta o udobnosti i rekreaciji, dakle, to je traženje smisla uz pomoć uspoređivanja pogleda.

Psihološki obojena objašnjenja pod turizmom razumijevaju jedan od uspješnijih načina savladavanja udaljenosti i samorazumljivosti. Bit turizma vide u putovanju, u psihičkom udaljavanju osobe od njene svakodnevne rutine. Takav pogled utjecao je na oblikovanje pogleda koji se razlikuje od laičke predodžbe o turistu. Po laičkoj je definiciji turist privremeni posjetilac, a za antropologa on je predstavnik putovanja među različitim kulturnim sredinama. Danas su prisutna dva usmjerenja antropoloških istraživanja turizma: osnovno i primijenjeno. Osnovno usmjerenje odgovara na teorijska pitanja o načinu oblikovanja i izvođenja turističkog modela, s obzirom na društvenu skupinu; primijenjeno se bavi konkretnim učincima turizma na život ljudi. Ova se dva usmjerenja međusobno ne isključuju.

Nedovoljno posvećivanje ekonomskim sastavnicama, vidno je odvojio antropološke od socioloških studija i istraživanja tržišta. Proučavanje pak tržišta premalo se posvećuje kulturnim sastavnicama i obično mu nedostaje teorijska osnova. One su, međutim, odlika antropoloških studija koje bi turističkim radnicima mogle posredovati informacije o odredištima, kulturnim sredinama, kapacitetu okolina, mogućnostima dugoročna i kvalitetna razvoja sredine te specifičnu ponudu koja bi se temeljila na kvalitetnu i pravilnu predstavljanju.

Turizam kao sredstvo ekonomskog razvoja nije naknada za početak ekonomskog rasta i mogućnosti zaposlenja, jer je oboje organski više vezano na samu regiju i njene produktivne mogućnosti. Samo primarnim uvažavanjem regionalnih potencijala i njihovim pravilnim razvojem možemo potpomoći kvalitetno višem standardu određenog područja i postupno mijenjanju pogleda.

Česta turistička ponuda u zemljama trećeg svijeta obilazak je njihovih najznačajnijih područja. Različitost načina života naglašena je tradicionalnim, više ili manje autentičnim, lako prepoznatljivim elementima. Dakle, traži se neeuropska ili, šire, nezapadna svakidašnjica u njezinoj prirodnoj sredini. Specifičnosti se prilagođavaju s ozbirom na njihovu atraktivnost za goste. Uopćeno gledajući, mogli bismo reći da se prodaje svakidašnjica zemlje koju posjećujemo.

Svojstvo zapadnog društva – pomama za novim i drugačijim, najlakše bi se mogla opisati primjerom igre koju je razvio Jafarija. Turizam je definirao kao djelatnost koja preuzima kvalitetu igre s iskustvom nesvakidašnjih oblika, dakle s distancom od svakodnevne rutine s kojom pojedinac uspostavlja red. Teorijski gledano, svaka *različitost* zanimljiva je za razgledanje ili doživljavanje.

Različitost, kao nešto nesvakidašnje, neiskušano, novo, moguće je naći i u sredini iz koje potječemo. Pri izvođenju projekta *Od riječi do ljudi* slijedili smo načelo ostvarivanja, odnosno iskušavanja sadržaja knjige *Mojstrovine Slovenije* Janeza Bogataja, što je za mnoge nova, odnosno već zaboravljena činjenica o dijelu naše kulture, kulturnoj baštini suvremenih zanatlija. Projekt je, dakle, nadgradnja teksta. On je mogućnost koja čitatelju nudi primarno iskustvo napisanog. Pet etnoloških turističkih putova izvedeno je u obliku jednodnevnih izleta po izabranim dijelovima Slovenije. Crvena je nit zanatstvo. Čitatelja smo pokušali potaknuti na putovanje. Pročitane riječi vode stvarateljima naše kulturne baštine. Raznolikost slovenskih etnoloških putova ujedinjena je prirodnim i kulturnim znamenitostima, a čovjek i njegovo djelovanje prioritet je za današnje države. Povijest krajeva posredovana je kroz priče ljudi koji su pridonijeli posebnosti tih krajeva; povijest umjetnosti zastupljena je u mnogo manjoj mjeri negoli u općim vodičima po Sloveniji; zemljopis je uključen samo kroz etnološku prizmu pogleda na izabrane putove. Svjež pristup, uočljiv u etnološkim elementima, iskazan je kroz radionice otvorenih vrata, narodne zbirke, manje regionalne muzeje, upoznavanje blagdanskih kalendara i kulinarske kulture u znanim gostionicama.

Rad je počeo usklađivanjem idejnih postavki projekta između autora knjige, distributera i četiri autorice projekta (Grafenauer *et al.*). Svi smo se složili da će bitan element našeg projekta biti etnološka sastavnica – kulturna baština oko koje će se isplesti putovi po Sloveniji. Određen je broj putova i njihova izvodivost u jednom ili dva dana. Nakon pregleda postojeće literature i izvora uslijedio je rad na terenu. On je bio usmjeren na posjete zanatlijama i razgovorima o mogućnostima pojedinačnih ili skupnih posjeta njihovim radionicama, o spremnosti posredovanja informacija o njihovom radu i proizvodima. Pritom nismo smjeli zanemariti ni tehnička pitanja, kao što su prikladnost prostora za posjete, vrijeme posjeta, prilaz. Kvaliteta je bila zajednička svima. Pri planiranju putovanja od majstora do majstora, vodilo se računa o zanimljivostima prirodnog i kulturnog nasljeđa koja se na bilo koji način prepleću s predstavljenim zanatima. Naime, jedno je od polazišta našeg projekta bilo načelo da se zanatstvo neće odvajati od okoline u kojoj nastaje budući da upoznavanje ostalih elemenata okoline širi predodžbu i razumijevanje pojave. Ponegdje se putniku ponudilo više mogućnosti od kojih je mogao izabrati prema svojoj želji za otkrivanjem. Priкупljene smo podatke analizirale, sastavljale i zacrtale konačni itinerar. Provjerile smo tzv. *timing*, odnosno vremensku izvodljivost puta i sve podatke koji su bili otisnuti u knjizi (telefonske brojeve, adrese, osobe za kontakt itd.) te zatražile suglasnost za objavljivanje.

Začudo, svi spomenuti nisu se slagali s besplatnom reklamom. Mišljenje o izvođenju projekta dao je i autor knjige. Slikovni materijal priložio je profesionalni fotograf, a za izradu zemljovida itinerara pobrinuo se distributer.

Etnološki se turistički put temelji na osobnom iskustvu turista. Prisni odnos sa zanatlijom u njegovoj prirodnoj sredini omogućuje posjetiocu da razvije potpuniju sliku o predmetu. Tek se postavljanjem predmeta u prostor i kulturno okruženje omogućuje razumijevanje njegova oblika i funkcionalnosti, odnosno naglašava ne samo njegova estetska vrijednost već i smisao.

Značaj upoznavanja predmeta u njegovoj sredini i kulturi koja mu je dala smisao, odnosno funkciju, najlakše možemo usporediti s primjerom posjete povijesnome muzeju. Premda se zbirka predmeta može dojmiti posjetitelja, on izostanak kulturnog konteksta nadomješta slikama koje su najčešće daleko od stvarnosti i načina života određena povijesnoga razdoblja.

Prednost je današnjeg upoznavanja kulture i pojava to što svako može »učić« u način života predstavnika određene kulture pa na temelju osobnih iskustava stvara cjelokupnu sliku. Postoje tri načina prihvaćanja osobna iskustva: preoblikujući, istraživački i egzistencijalni (pitanje o smislu). Sva su tri sadržana u proučavanju načina učenja (*tourist learning*) koji postaje sve značajniji motivacijski faktor pri biranju turističkih odredišta.

U današnje vrijeme kad se iskustva veoma brzo steču riječi nisu dovoljne. Toga su bili svjesni i autori projekta. Jednoslojne informacije u informacijskom društvu nisu dovoljne. Povećava se potreba za višeslojnim iskustvima (tekst, slika, zvuk, dodir).

Pet mjeseci po izlasku knjige, koja je bila dobro promovirana u časopisima, revijama te serijom od dvadeset pet televizijskih emisija, ponovno smo krenule na put. Pratile smo tekst izabranog etnološko-turističkog puta po Gorenjskoj, koji uključuje posjet trojici zanatlija. Drvo, koje kao osnovnu sirovinu za izradu predmeta upotrebljavaju sva trojica, upućuje na povezanost prirode i kulturne baštine. Materijal, koji nudi priroda, zanatlije mijenjaju i prilagođavaju načinu života. Na taj način predmeti izražavaju, pored materijalne, i socijalnu i duhovnu kulturu određena prostora i vremena. Međutim, tek kad se nađe u široj prirodnoj okolini i domu izrađivača, turist može predmet povezati s kulturnim kontekstom.

Prvu radionicu otvorenih vrata obišle smo u Tržiču. Gradska sredina dobra je osnova za veći broj posjetilaca koje majstor Kosmač prima u posebnoj sobi. Majstor kaže da ih je najviše iz Slovenije, dok je stranaca mnogo manje. Posjećuju ga i skupine iz vrtića i škola. Svima njima majstor pokazuje svoje proizvode i o svakom ispriča kratku anegdotu i ponešto o vremenu i mjestu porijekla. Posjetioци mogu dodirivati predmete i isprobati kako rade. Njihovu uporabljivost pokušava pokazati što zornije – upali obučarsku svjetiljku, pokaže kako djeluje Sv. Duh ... Tako, pomoću tih predmeta pokazuje dinamiku stvaranja označenog s kontinuitetom tradicije i kulturnom slikom prostora.

Naš smo put nastavile uspinjući se do alpskog sela Gorjuše, gdje stvaraju dva majstora. Majstor Lotrič izrađuje cijenjene "gorjuške fajfe" (gorjuške lule), a majstor Jeklar drvene šatule (kutije za dragocjenosti). Kako zbog udaljenosti nemaju puno posjetilaca, majstor Jakler odlučio je subotom postaviti štand u dolini.

Izrađivač gorjuških lula primio nas je u obiteljskoj kuhinji i ponudio pićem i domaćim kolačima. Majstor nam je prvo pokazao dovršene predmete, a potom postupak izrade u radionici.

Namjeravale smo posjetiti i majstora Jeklara. Kad smo saznale da nije kod kuće, pomislile smo da smo došle uzalud. Međutim, ljubazno nas je primila njegova supruga. Iako smo je prekinule u radu na polju, pozvala nas je u kuću. Pokazala nam je različite drvene kutije, protumačila pripremu drva za preradu, postupak i način izrade te uporabu drvenih kutija nekad i danas. U razgovoru o proizvodima i njihovoj uporabi, gospođa Jeklar ispričala nam je mnoge zanimljivosti o životu u Gorjušama.

Zaključak

Duboka svijest o osobitosti kulture i svakodnevnice poboljšava odnos prema prihvaćanju različitosti i smanjuje nekritično preuzimanje elemenata tuđih kulturnih okolina u vlastitu, a ujedno ruši ksenofobične pregrade. Znanje o sastavnicama naše kulturne baštine polako se pomoću knjige i projekta *Od riječi do ljudi* iz stručnih krugova pomiče prema široj publici. Čak se i tako zahtjevna tematika može pravilno izabranim medijem te popularnim napisima odnosno predstavljanjem, uspješno infiltrirati u šire mnoštvo.

Literatura

- Dodd, Tim H. Influences on search behavior of industrial tourists. // Journal of hospitality & leisure marketing 5, 2/3(1998), 77-94.
 <<http://publ.ac.uk/journals/bus/jhalm/v05n0203.htm#5influences>> (1999-09-01).
 Grafenauer, Boža; Polona Pogačnik; Špela Pogorelec; Nataša Rogelja. Od besed do ljudi. // Mojstrovine Slovenije : srećanja s sodobnimi rokodelci. Ljubljana : Rokus, 1999. Str. 287-305.
 Mitchell, Richard D. Learning through play and pleasure travel : using play literature to enhance research into touristic learning. // Current issues in tourism (1998)
<http://divcom.otago.ac.nz:800/tourism/tourssubmit/interactive5.htm> (1999-09-05).
 Nash, Dennison. Anthropology of tourism. Oxford; New York; Tokyo : Pergamon, 1996.
 Rojek, Chris. Decentring leisure : rethinking leisure theory. London; Thousand Oaks; New Delhi : Sage, 1995.
 Seymour-Smith, Charlotte. Macmillan dictionary of anthropology. London : Macmillan Press, 1986.

PRILOG 3

LJETO U KNJIŽNICI ILI KAKO KNJIŽNICA MOŽE OBOGATITI TURISTIČKU PONUDU

Gita Dragičević

Narodna knjižnica Supetar

Narodna knjižnica u Supetru osnovana je 1980. godine. Tijekom dvadeset godina temeljni fond od 4.037 knjiga porastao je na 20.725 knjiga. Od toga broja, samo su tijekom 2000. godine zajedničkim sredstvima Ministarstva kulture, Grada Supetra i vlastitim sredstvima nabavljene 723 knjige. U Knjižnicu je u 2000. godini bio upisan 521 član. Statistički gledano, od 3.500 stanovnika Supetra, 15% je učlanjeno u Knjižnicu. Prosječno dnevno Knjižnicu posjeti 30-40 korisnika koje, uza sve druge poslove i obveze pa i one matične za sve bračke knjižnice, opslužuju samo dva zaposlenika: knjižničar i ravnateljica. Knjižnica je povezana na Internet pružajući tako dodatnu uslugu svojim korisnicima, pogotovo učenicima. Zahvaljujući pomoći Ministarstva kulture 1999. godine opremljen je i novi prostor za čitaonicu i referalnu zbirku, a u planu je osnivanje informatičkog kluba.

Osim mjesta koja pripadaju Gradu Supetru (Supetar, Splitska, Škrip, Mirca), Knjižnici gravitiraju i Sutivan, Milna, Postira, Nerežišća te mjesta koja pripadaju tim općinama koja nemaju vlastitih knjižnica.

Vezano uz temu ovog rada, od knjižničnih zbirki izdvajamo *Zavičajnu zbirku* i *Spomen-zbirku Ivana Rendića*.

Zavičajna zbirka

Posebno mjesto u Knjižnici zauzima zbirka knjiga, separata, monografija, kataloga, spisa, zbornika i drugih djela koja su autorom, temom ili nekim drugim kriterijem vezana za Brač. Ta je građa okupljena pod zajedničkim nazivom *Zavičajna zbirka*, a broji 753 naslova. Središnje mjesto zauzima edicija *Brački zbornik*, koji obuhvaća devetnaest naslova, primjere, *Kulturni spomenici otoka Brača*, *Povijest Brača*, *Toponomija otoka Brača*, *Bibliografija otoka Brača*, *Bračke književne slike*, *Brač i njegovo pomorstvo* i sl.

Uz to, posebno ističemo monografije bračkih slikara i kipara, te slikara i kipara koji su boravili i stvarali na Braču: Ivana Rendića, Ignjata Joba, Valerija Michielija, Frane Šimunovića, Branislava Deškovića, Matka Trebotića, Josipa Botterija Dinija, Vasilija Jordana, Mirka Ostoje itd. Zavičajnu su zbirku obogatila i sabrana djela i prva izdanja Vladimira Nazora, Tina Ujevića, Stjepana Pulišelića, Zlatana Jakšića, braće Ostojić, Ivana Ivaniševića, Drage Štambuka te mnogih drugih bračkih pjesnika. Valja spomenuti i i djela

povjesničara Andre Jutronića, Andrije Ciccarelja, Dasena Vrsalovića, Ivana Ostojića, Duška Kečkemeta, akademika Petra Šimunovića.

Posjetioци se mogu informirati i o bračkoj baštini: pustinji Blaca, starokršćanskim crkvicama, Bračkom muzeju u Škripu, kao i o svim mjestima na Braču i njihovim povijesnim i kulturnim vrijednostima. Isto tako, posjetioци mogu dobiti podatke o hotelskoj ponudi, turističke brošure, vodiče, foto-monografije.

Spomen-zbirka Ivana Rendića

U sklopu Knjižnice djeluje i Galerija "Ivan Rendić" koja je dosad ugostila čitav niz značajnih hrvatskih umjetnika poput Matka Trebotića, Josipa Botterija Dinija, Vasilija Jordana, Ljube Ivančića, Mladena Veže, Matka Mijića, Ignjata Joba, te organizirala druga kulturna zbivanja.

Ivan Rendić, nestor hrvatskoga modernog kiparstva, rođen je 27. kolovoza 1849. u Supetru. Povodom 150. obljetnice njegova rođenja, zahvaljujući potpori Ministarstva kulture, uspjeli smo postaviti reprezentativnu izložbu. Izložbom su, uza spomen-zbirku Galerije, obuhvaćeni i crteži, dokumenti, fotografije i skulpture, prikupljeni u suradnji s Gliptotekom iz Zagreba, Galerijom umjetnina iz Splita i Galerijom u Bolu.

Isto tako, uz potporu Ministarstva kulture, 1999. godine napravljeni su brončani odljevi skulptura A. K. Miošića, I. Gundulića i Poprsje dječaka, a 2000. Bračkog vodonoše, M. Dežmana, Zore, E. Kumičića i Alegorije. Ti će se odljevi, kao i jedna Rendićeva fontana, izložiti u parku ispred Galerije.

Supetarsko ljeto

Od samih je početaka Knjižnica željela postati, i u tome je uspjela, središnje mjesto i nositelj svih kulturnih događanja u Supetru. Od tih je događanja svakako najznačajnije Supetarsko ljeto.

Manifestacija Supetarsko ljeto službeno započinje u lipnju povodom Dana grada i blagdana Sv. Petra i Pavla, a nastavlja se na aktivnosti koje se organiziraju tijekom čitave godine. Sve se te aktivnosti uglavnom financiraju iz proračuna Grada Supetra, ali je u njih uloženo i mnogo dobrovoljnog rada, osobito u organizacijskim poslovima. U organizaciji su sudjelovali: ravnateljica Knjižnice koja je ujedno i ravnateljica Centra za kulturu i voditeljica Supetarskog ljeta, knjižničarka, te Galerija "Capra", mjesni odbori, Poglavarstvo, Župni ured i Turistička zajednica.

Ljeta 2000. održano je 13 koncerata, 11 izložbi, 4 kazališne predstave, 4 predavanja i predstavljanja knjiga. Sva su ta kulturna događanja, ugostivši vodeća imena iz hrvatskog glazbenog, likovnog i kazališnog života, bila izuzetno dobro posjećena (na nekim je kazališnim predstavama bilo i nekoliko stotina ljudi). Ovdje valja napomenuti da zbog smanjenja troškova često pozivamo ljude koji inače borave u Supetru ili na Braču. Iz istog razloga plakate, pozivnice i obavijesti izrađujemo sami na računalu.

Književne večeri, predstavljanja knjiga te izložbe i predavanja najčešće su se odvijale u Galeriji "Ivan Rendić". Ljeta 2000. ugostili smo Duška Kečkemeta, Julijanu Matanović i Ivu Škarića, čije su tekstove interpretirali Anja Šovagović i Dragan Despot.

Recitali i kazališne predstave izvodili su se u kino-dvorani i na Glavici. Na tom izuzetno atraktivnom prostoru u staroj supetarskoj jezgri, osim turista okuplja se i domaće stanovništvo što stvara poseban ugođaj. U oba su prostora gostovali vodeći hrvatski kazališni ansambli: DK Gavella, Kerempuh, ZeKaeM i Exit iz Zagreba te HNK iz Splita.

U Župnoj crkvi u Supetru, baroknoj građevini iz 18. st. izvanrednih akustičnih mogućnosti, organiziran je niz izuzetno uspješnih koncerata Zagrebačkih solista i Zagrebačkog kvarteta te brojnih solista - Božene Svalina, Ratomira Kliškića, Josipe Lisac i dr.

I u Galeriji "Ivan Rendić" održavaju se komorni koncerti. Od tradicionalnih koncerata posebno valja istaknuti one na tafe klaviru, muzejskom primjerku iz naše Zavičajne zbirke. Koncerti se izvode i na supetarskoj rivi.

U samom središtu grada, u neposrednoj blizini Knjižnice, nalazi se prekrasna crkvice Sv. Martina u kojoj djeluje Galerija "Capra". U tom su prostoru postavljene brojne izložbe likovnih umjetnika poput Vasilija Jordana, Đure Pulitike, Vatroslava Kuliša, Joze Vrdoljaka, Zlatana Vrkaljane, Vlade Jakelića, Ante Mandarića, Dragice Cvek-Jordan. Izložbe su organizirane i u Galeriji "Ivan Rendić", hotelu "Kaktus" te u Mircima, Škripu i Splitskoj.

Kulturna događanja odvijaju se i u supetarskim ugostiteljskim objektima.

Knjižnica mora biti središnje mjesto različitih događanja, pogotovo u malim sredinama. Ona je nositelj kulturnog razvoja, kulturnih događanja, inicijator i koordinator zainteresiranih strana - turističkih, javnih i kulturnih radnika. Drugim riječima, knjižnica mora izaći izvan knjižnice kako bi se njezino djelovanje osjetilo na svakom mjestu i u svakom trenutku.

U Supetru se upravo to dogodilo. Uz knjižnicu i galerije, kulturnim su okupljalištima postale crkve, riva, trgovci, hotelski i ugostiteljski objekti. Supetarska Narodna knjižnica pri tome ima vodeću ulogu - od izgradnje Zavičajne zbirke do organiziranja književnih predstavljanja, izložbi, koncerata, kazališnih predstava. Uz to, u Knjižnici se u svakom trenutku mogu dobiti kulturne, turističke i druge obavijesti. Stoga nije čudno da ona zauzima važno mjesto na oglasnoj ploči Turističke zajednice te da je uvrštena u sve turističke prospekte i planove. Riječju, nezaobilazna je u turističkoj ponudi Supetra i otoka Braća.

PRILOG 4

KNJIŽNICA KAO SADRŽAJNA INFRASTRUKTURA TURIZMA 21. STOLJEĆA KNJIŽNICA U TURISTIČKOM SREDIŠTU

Željko Kuluz

Gradska knjižnica Makarska

Razmišljanje o turizmu i kulturi, s posebnim osvrtom na ulogu knjižnice u turističkoj ponudi Makarske, trebalo bi započeti odgovorima na pitanja o turistu i turizmu, odnosno kulturi u širem i u užem smislu.

Definicija je turizma i turiste manje-više poznata, a iz iskustva znamo da je suvremeni nomad nepredvidljiva, izuzetno znatiželjna i uporna osoba. Zbog njegove je nepredvidljivosti nemoguće već pri prvom susretu utvrditi sve njegove želje. Stoga je potrebno mnogo iskustva i poznavanja psihologije kako bi domaćini mogli unaprijed predvidjeti, a potom i udovoljiti željama gosta, što je itekako važno želimo li da on što duže boravi u našem gradu i da nam se vrati.

Da su turisti izuzetno znatiželjne osobe, uvjerio sam se nailazeći na njih na sasvim neočekivanim mjestima. Neki su od njih ulazili u privatne vrtove i "neturističke" urede u želji da što bolje upoznaju svoje domaćine i saznaju informacije kojih nema i vjerojatno nikad neće ni biti u turističkim vodičima i prospektima. Turist je i uporna osoba jer u pravilu uvijek dobije ono što želi. Konačno, turist od nas očekuje punu pozornost i brigu te da mu osobno pokažemo sve čime se možemo pohvaliti.

U skladu s ovakvom definicijom turiste, mogli bismo konstatirati da njega zanima sve što podrazumijeva pojam kulture (u širem i užem smislu). Dakle, sve ono što mu loši turistički djelatnici u pravilu zaborave ponuditi, vjerujući da su more i sunce dovoljni.

Kakva je uloga knjižnice i knjižničara u turističkom središtu? Odgovor na to pitanje treba potražiti u poznatoj definiciji o mjestu i ulozi narodne knjižnice, ali i u tvrdnji da smo svi mi koji živimo u turističkim središtima, bez obzira na posao koji obavljamo, turistički djelatnici i animatori.

Drugim riječima, da bismo živjeli od turizma, moramo za njega živjeti. Hrvatsku i njene ljude krasi prirodnost i urođena gostoljubivost, osobine koje su u začecima turizma u nas značile više od modernih hotelskih zdanja, luksuznih apartmana i svega onog što nazivamo blagodatima moderne civilizacije. Knjižnica u turističkom središtu poput Makarske, koja je 2000. godine ponijela laskav naslov *Šampiona hrvatskog turizma*, svakodnevno, a osobito tijekom turističke sezone, putnicima i turistima može posuđivati knjige, pružati internetske usluge ili osigurati pristup elektroničkoj pošti, te davati različite informacije. Je li to dovoljno?

Nadam se da ćemo početkom milenija barem otkloniti glavne prepreke bržem razvitku turizma, odnosno izgraditi moderne prometnice i ostvariti uvjete za duži boravak turista na našoj obali koja je po ljepoti krajolika, čistoći mora i bogatstvu sunca biser svijeta. To se ponajprije može reći za Srednju Dalmaciju, njene planine, more, obale i otoke. Dakako, bogata kulturna (i prirodna) baština ovog kraja nedovoljno je istraжена. Sjetimo se samo Hasanaginice, narodne pjesme po kojoj smo postali poznati u ondašnjoj Europi. No, nije samo Goethe otkrivao svijetu našu baštinu. Činili su to i brojni drugi strani istraživači, putopisci, romanopisci i pjesnici, ali i naši ljudi, od Marula naovamo. No, zapitajmo se tko je ikada organizirao posjet kuli Age Hasanage iznad Zadvarja, mjesta udaljena od Makarske samo tridesetak minuta vožnje automobilom. Tko je ikada uputio turiste u obilazak znamenite knjižnice u Franjevačkom samostanu u Zaostrugu?¹ Zašto nema nijedne stalne izložbe starih knjiga premda je u Badalićevoj bibliografiji inkunabula² registrirano dvadeset pet prvotisaka samo na području Makarskoga primorja, a da o drugim vrijednim i rijetkim knjigama i ne govorimo? Zaslugom suvremenih istraživača, u Franjevačkom samostanu u Makarskoj otkriveno je još nekoliko inkunabula, a stari fond ove knjižnice ima preko 100.000 svezaka. Fond starih knjiga u Gradskoj knjižnici u Makarskoj stoji godinama neistražen, jer se za nj nema novaca ili sluha. Dok u Makarskoj vrijeme i prašina izjedaju knjige, ostatke starih makarskih knjižnica, bez nade da će doskora biti stručno obrađene i valorizirane, a pojedini primjerci restaurirani i uključeni u turističke intinerere, u Zadvarju, u jednom od najljepših kanjona, nelegalno je odlagalište smeća.

Razlozi su takvog stanja teške financijske prilike prouzročene ratom i dugogodišnjim drastičnim padom turističkog prometa, glavnog izvora gradskog i županijskog proračuna, ali, isto tako, i u svijesti turističkih djelatnika pa i samih knjižničara. Kako bi se postojeće stanje promijenilo, potrebna je suradnja svih turističkih čimbenika s knjižnicama i drugim kulturnim ustanovama. Turistički bi se djelatnici najprije trebali upoznati s bogatstvom knjižničnih fondova, a potom sudjelovati u financiranju različitih aktivnosti i projekata koji bi postali dio turističke ponude, donoseći izravno i neizravno dobit svim sudionicima u turizmu.

S obzirom na naslijeđene i novonastale probleme turističkoga gospodarstva, pokretanje i financiranje takvih projekata morali bi poticati državni organi, u prvom redu Ministarstvo turizma i Ministarstvo kulture, ali i Hrvatska turistička zajednica i lokalni turistički uredi. Njima bi se, zasigurno, trebala pridružiti i Hrvatska gospodarska komora jer se turistički učinci mogu itekako pozitivno odraziti na sve gospodarske grane, osobito na promicanje proizvodnje, prerade i prometa poljoprivrednih proizvoda, i to onih koji bi mogli nositi oznaku ekološki čiste hrane.

Ovdje će se iznijeti nekoliko prijedloga čije bi ostvarenje mogla podržati spomenuta tijela državne uprave.

¹ U knjizi Šime Jurića i Pavla Knezovića. Blago knjižnice Kačićeva samostana u Zaostrugu : inkunabule i rariteti XVI. stoljeća. Split : Zbornik Kačić ; Zaostrug : Franjevački samostan uznesenja Marijina, 1999. registrirane su 23 inkunabule i 336 rariteta.

² Badalić, Josip. Inkunabule u Narodnoj Republici Hrvatskoj. Zagreb : Izdavački zavod Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti, 1952.

Nabava knjiga i druge literature za narodne knjižnice u cilju edukacije turističkih djelatnika, ali i ostalih građana.

Iako je turizam osnovna gospodarska djelatnost u Makarskoj, Gradska knjižnica nema značajniju zbirku stručnih knjiga iz područja turizma općenito, zatim ugostiteljstva, hotelijerstva, posluživanja u ugostiteljstvu itd. To se odnosi i na pravnu i drugu stručnu literaturu o turističkom poslovanju, na primjer, o alotmanskim ugovorima, bezgotovinskom plaćanju, ekologiji itd. Razlog je tomu što se narodna knjižnica još uvijek doživljava kao mjesto gdje se može doći samo do dobrog "ljubića" ili obvezne školske lektire.

To u svijetu nije tako. U svijetu je knjižnica ponajprije mjesto gdje se može dobiti pouzdana informacija. U svojoj sam se praksi dosta susretao sa strancima koji su došli u knjižnicu tražeći informaciju. Na primjer, osamnaestogodišnji Danac, vozač SFOR-a, pro našao je ničim označenu Gradsku knjižnicu u Makarskoj zanimajući se za točan odnos inča i milimetra. Isto tako, nedavno su dva njemačkih turista, želeći položiti ispit za voditelja čamca, tražila priručnik za polaganje ispita na njemačkom jeziku. Dobar je primjer i vodič SAGE, poznate turističke agencije iz Velike Britanije. Kako bi svojim gostima, uglavnom ljudima starije dobi, uljepšao obilježavanje Valentinova - Dana zaljubljenih, tražio je pjesme domaćih pjesnika na engleskom jeziku.

Izdavanje knjiga i publikacija o kulturnoj baštini i aktualne književne produkcije.

Možda bi kao primjer mogla poslužiti edicija Kulturno-povijesni vodič kojeg izdaje Muzej hrvatskih arheoloških spomenika. Do sada je objavljeno trinaest vodiča. Posljednji nosi naslov *Makarska i njeno primorje u ranom srednjem vijeku* (Split, 1998.). Budući da su njegovo objavljivanje financijski poduprli općina Tučepi i Turistička zajednica Tučepi, taj je vodič primjer dobre suradnje kulturnih ustanova i turističkih središta.

Takve bi publikacije trebalo prevoditi na strane jezike, kao što je to već učinjeno s *Hrvatskim turističkim vodičem* Leksikografskog zavoda "Miroslav Krleža" ili *Vodičem kroz Srednju Dalmaciju* (Guide book of the Middle Dalmatia - The county of Split- Dalmatia. Split : Logos, 1997.).

Podupiranje izdavanja knjiga-suvenira.

U turističkoj promidžbi Makarske dobro bi došle knjige o, primjerice, biokovskom bilju. Djelo fra Jure Radića, zasigurno jednog od najvećih suvremenih europskih botaničara, moglo bi biti izvor i poticaj za cio niz izdanja o biokovskim endemima i lukovicama. Podaci o prebogatom biljnom i životinjskom svijetu Biokova, o flori i fauni modrih jadranskih dubina morali bi se naći i na stranicama interneta.

Koristan bi izdavački pothvat bile i likovne monografije umjetnika poput Ante Gojka, Josipa Botterija Dinija, Igora Dragičevića, Jakše Leška, Petra Andrijaševića, Iris Skender-Matvikov, te čitava niza vrlo kvalitetnih slikara-amatera. Oni bi, isto tako, mogli ilustrirati izdanja prijevoda pjesnika koji su vezani uz Makarsku i Primorje, primjerice, Kačića, Ujevića, Anđelinovića.

Nije mi poznato da se itko sjetio izdati knjigu prijevoda pjesama dalmatinskih klapa, s tonskim zapisom na CD-u ili kaseti.

Organiziranje izložbi knjiga, skulptura, slika i dr.

S obzirom na bogati fond starih knjiga, u Gradskoj bi se knjižnici mogla postaviti stalna izložba. Za to je potrebno osigurati samo odgovarajuće izložbene ormare i panoe, koji bi se uklopili u ambijent stare školske zgrade u kojoj je, uz Galeriju "Antun Gojak" i Osnovnu glazbenu školu, Knjižnica smještena.

Narodne knjižnice kao informativni punktovi i servisi za turiste.

Na panoima ispred knjižnice mogle bi se izložiti fotografije rijetkih riba, životinja, školjki, obavijesti o otrovnim zmijama i ribama, opasnim životinjama, napose insektima, čiji ugriz ili ubod može izazvati alergijske reakcije ili slične neugodnosti. Posebno bi trebalo predstaviti zaštićenu floru i faunu, kao i zaštićena arheološka nalazišta na kopnu i u moru i sl.

Goste je potrebno obavijestiti i o našim običajima, specifičnim zakonskim propisima i odlukama lokalne uprave i samouprave, kao što su propisi o javnom redu i miru, odluke o javnom redu u lukama, na plažama, o loženju vatre na otvorenom prostoru itd., čime bi se izbjegli mnogi nesporazumi i neugodnosti.

Na primjer, talijanske turiste-lovce osim lova, zanima i to gdje mogu pustiti svoje pse, a da im se ne dogodi nezgodan susret s lovočuvarom ili nadobudnim domaćim lovcem sa sačmaricom u ruci koji će bez upozorenja ustrijeliti psa zatečena u lovištu. Poznat mi je i slučaj talijanskog lovca koji je ustrijelio muflona ocijenjena kao nacionalno bogatstvo. Gost-lovac morao se pomiriti s kopijom roga, čiji je original pohranjen u Lovačkome muzeju u Zagrebu. Sličan primjer može biti i češki turist sa štapom u ruci i ulovljenim ribama veličine manje od zakonom dopuštene.

Nabava knjiga i druge literature na stranim jezicima.

Turisti, osobito u predsezoni i podsezoni, često znaju "zalutati" u Gradsku knjižnicu. Jedino što im tom prigodom možemo ponuditi poklonjeni su primjerci popularnih romana u džepnom izdanju ili pak knjige koje su nam darovale članice Kluba "Prijatelji Makarske rivijere", mahom strankinje koje su ovamo došle na odmor, a ostale cijeli život.

Knjige na stranim jezicima mogu se privremeno dislocirati u hotele ili druge smještajne objekte.

Takav primjer suradnje imali smo 1997. i 1998. godine kada smo posuđivali (na revers) knjige Turističkoj agenciji Atlas za njihove goste na otoku Mljetu.

Izgled i unutrašnje uređenje knjižnica.

Ne možemo biti zadovoljni izgledom i unutrašnjim uređenjem naših knjižnica, koji znatno odudara od izgleda luksuznih predvorja hotela, restorana i "kafića". Premalo ili nimalo pozornosti polažemo na okoliš, cvijeće na balkonima ili prozorima. Stubišta su zapuštena, često neuredna i puna sitnog smeća, što nam posebno zamjeraju naši turisti. U tom smislu knjižnica dijeli sudbinu svih javnih prostora, kao što su kolodvori, čekaonice u domovima zdravlja, parkovi itd.

Knjižnice treba osloboditi i od socrealističkog imidža i nemaštovita namještaja metalno-sive boje, te unijeti živost i život među njene zidove. Jednostavno rečeno, prema knjižnici bi se morali odnositi kao prema dnevnom boravku u našim stanovima. One, naime, jesu dnevni boravak naših gradova i naselja.

Turizam 21. stoljeća moramo promatrati u odnosu na kulturu jer bez razvitka svih kulturnih djelatnosti nije moguće zamisliti razvitak turizma. Pri tome je neizostavno mjesto i uloga knjižnice, osobito u turističkim središtima. Stvarajući kulturne sadržaje i potičući razne druge aktivnosti, knjižnica sudjeluje u ukupnoj turističkoj ponudi gradova kao što je Makarska, koja je svoju prvu gradsku knjižnicu, prema popu Kaeru,³ imala prije više od 250 godina.

³ Kaer, Petar. Makarska i Primorje. Rijeka : Tiskarski umjetnički zavod "Miriam", 1914. Str. 88.

PRILOG 5

DONACIJE I SPONZORSTVA ZAGREBAČKE BANKE U FUNKCIJI PROMICANJA KULTURNE BAŠTINE

Miho Pitarević
Zagrebačka banka, Zagreb

Općenito

Promičući trajne vrijednosti i želeći doprinijeti boljitku cjelokupna okruženja u kojem djeluje, Zagrebačka banka već niz godina pomaže organizacijama, udrugama, društvima i pojedincima opsežnim programom donacija.

Već dvije godine donacije se dodjeljuju raspisivanjem javnog natječaja, i to za sljedećih šest kategorija: zaštita okoliša, zaštita zdravlja, kulturna baština, umjetnost, djeca i mladi te sport.

Tablica 1. Rezultati natječaja za dodjelu donacija 1999. i 2000. godine

1999.			
kategorija	broj zamolbi	odobreno donacija	iznos
kulturna baština i okoliš	257	14	586.000,00
sport	630	17	563.000,00
zaštita zdravlja	141	15	573.000,00
umjetnost	620	32	554.920,00
djeca i mladi	460	36	548.800,00
Ukupno	2088	114	2,824.000,00

2000.			
kategorija	broj zamolbi	odobreno donacija	iznos
zaštita okoliša	294	24	499.729,00
kulturna baština	397	25	560.300,00
sport	248	39	553.920,00
zaštita zdravlja	228	33	563.800,00
umjetnost	620	32	554.920,00
djeca i mladi	460	47	566.000,00
Ukupno	2109	217	3,323.749,00

Objektivnost i nepristranost u dodjeli donacija Banka je osigurala izborom kompetentnih, nezavisnih komisija za svaku kategoriju, koje čine društveno priznati članovi iz područja koje ubuhvaća pojedina kategorija.

Osnovni su kriteriji za pristupanje natječaju djelovanje na poboljšanje kvalitete života, doprinos općoj društvenoj korist i ljubav prema stvaranju dobrog i plemenitog. Na natječaj se mogu prijaviti svi koji ispunjavaju sljedeće uvjete:

- Sudionici natječaja moraju imati sjedište u Republici Hrvatskoj.
- Udruge, društva i organizacije koje se natječu moraju postojati barem godinu dana.
- Prijaviti se može u samo jednoj kategoriji.
- Prijava mora sadržavati detaljan naziv, opis i namjenu projekta, ciljeve projekta (donacije), faze razvoja projekta, dinamiku provođenja projekta, broj osoba-sudionika u projektu, izvore financiranja, detaljan opis svih (dosadašnjih i predstojećih) troškova.
- Završenim se projektima ne dodjeljuju donacije.
- Donacije se ne dodjeljuju onima koji su donaciju primili prethodne godine.
- Sudionik natječaja ne može biti zaposlenik Banke.
- Prijavi treba priložiti popratne materijale.
- O rezultatima natječaja svi se sudionici obavještavaju pismeno, u medijima i na web-stranici Banke: <http://www.zaba.hr>.

Doniranje kulturne baštine

Očuvanje kulturne baštine dugoročno je opredjeljenje Zagrebačke banke. Stoga je kulturnoj bašini, koja je 1999. godine bila u zajedničkoj kategoriji sa zaštitom okoliša, podijeljeno 14 donacija, a 2000., kao samostalnoj kategoriji, 25 donacija u ukupnom iznosu od 560.000,00 kuna (Tablica 1). Osnovni su kriteriji bili: obnova i zaštita graditeljske baštine, zaštita pokretne kulturne baštine, njegovanje tradicijske kulture, muzejska djelatnost i izdavaštvo, edukacija šire javnosti o kulturnoj baštini (Tablica 2).

Tablica 2. Dobitnici donacija u kategoriji kulturna baština za 2000. godinu

MUZEJSKE USTANOVE

ETNOGRAFSKI MUZEJ, SPLIT	25.000,00
GRADSKI MUZEJ - ETNOLOŠKI ODJEL, NOVA GRADIŠKA	12.000,00
GRADSKI MUZEJ, VINKOVCI	20.000,00
ZAKLADA "DR. CVITO FISKović", OREBIĆ	20.000,00
ARHEOLOŠKI MUZEJ, SPLIT	10.000,00
KULturna USTANOVA "ARS HALEUTICA", KOMIŽA	40.000,00
Ukupno (22,4% ukupnog iznosa)	127.000,00

ARHIVSKE USTANOVE I ORGANIZACIJE

HRVATSKI DRŽAVNI ARHIV, ZAGREB	40.000,00
ARHIVISTIČKO DRUŠTVO, DUBROVNIK	10.000,00
Ukupno (9,5% ukupnog iznosa)	50.000,00

IZDAVAČKA DJELATNOST

ZAVOD ZA POVIJESNE ZNANOSTI HAZU, DUBROVNIK (knjiga)	20.000,00
HRVATSKO ARHEOLOŠKO DRUŠTVO, ZAGREB (web-stranica)	5.000,00
INICIJATIVNI ODBOR ZA OČUVANJE KULTURNE BAŠTINE BOKE KOTORSKE, ZAGREB (CD)	20.000,00
Ukupno (8,4% ukupnog iznosa)	45.000,00

Uz redovan sustav donacija, u Zagrebačkoj je banci razvijen i sustav sponzorstava, a postoji i mogućnost izvanrednih donacija manjih iznosa. Pri dodjeli donacija i prihvaćanju sponzorstva Banka se pridržava propisanih postupaka. Donacije i sponzorstva dio su godišnjeg plana Bančinih aktivnosti koje organizira i provodi specijalizirana služba u Direkciji marketinga. Sve o tim aktivnostima može se saznati na adresi:

- <http://www.zaba.hr> ili na
- telefonima: **0800-00-24** (besplatna usluga)
01/377-3333 (Informacijski centar)

PRILOG 6

**MREŽNE STRANICE U PROMICANJU
KULTURNOG TURIZMA**

Davorka Pšenica

Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb

Virtualna stvarnost

Implementacijom i eksploatacijom novih tehnologija, uz niz poboljšanja i novih mogućnosti djelovanja, otvaraju se i brojna pitanja i problemi glede njihove odgovarajuće uporabe. To je slučaj i s internetom. Internetski sadržaji postali su rutina i dio svakodnevnih aktivnosti u gotovo svim područjima ljudskog djelovanja. Elektroničko trgovanje, daljinsko bankarstvo, rezervacijski sustavi, predstavljanje i marketing proizvoda i usluga, samo su neki od primjera.

Više nije upitno rabe li se mogućnosti interneta, čiji broj korisnika rapidno raste iz dana u dan i već je premašio brojku od 150 milijuna, već kako ih što bolje iskoristiti. Otežavajuću okolnost pri tome čine dobro poznati nedostaci interneta: njegova neregularnost i nekontrolirani rast. Za ilustraciju, u veljači 1999. godine pretraživi internet brojao je oko 800 milijuna web-stranica (ukupno 15 TB informacija), od čega je samo 60% bilo indeksirano, a u siječnju 2000. broj se web-stranica povećao na više od milijardu, a svega ih je 40% bilo opremljeno metapodacima. Riječ je o strukturiranim podacima za opis mrežnih izvora informacija koji omogućavaju povećanje kvalitete web-informacija, odnosno pospješuju njihovo automatizirano pretraživanje i pronalaženje na internetu.

Navedeni podaci ukazuju na važnost osmišljavanja web-stranica, od odabira sadržaja i načina njihova predstavljanja te mogućnosti interakcije do njihova osuvremenjivanja i obrade metapodacima.

Virtualni turizam

Ono što je za nas posebno zanimljivo jest kako se i koliko koriste mogućnosti interneta u promidžbi kulture kao bitne sastavnice turizma - propulzivne i najperspektivnije grane hrvatskoga gospodarstva.

Uočivši marketinšku važnost web-prostora, turističke su se tvrtke i agencije brzo prilagodile. Novi medij pružio je nove mogućnosti: od predstavljanja usluga do odabira i "kupnje" željena odredišta. Virtualni turizam postao je stvarnost. Turističke tvrtke, lokalne turističke zajednice, agencije i male privatne turističke tvrtke, sve više koriste interaktivne medije kao kanal za distribuciju propagandnih poruka, kojima se mogu dodati i fotografije,

govorne poruke, .html dokumenti i druga digitalna predstavljačka sredstva. Na taj način, korisnici turističkih usluga mogu virtualno istraživati turistički prostor, odabrati i rezervirati turistički aranžman elektroničkim putem, bez uključivanja posrednika.

Preko interneta potencijalni turist pri odabiru mjesta gdje će provesti odmor, postaje i konzument lokalne kulture. Njega zanima što može tamo vidjeti i doživjeti. Digitalizirane umjetničke slike, virtualna šetnja muzejskim zbirkama ili gradskim zidinama, zanimljiva priča (povijesna crtica i sl.) zasigurno povećavaju vrijednost turističkog mjesta i broj onih koji se u konačnici za njega odluče.

Kultura je turizam – turizam je kultura

Posljednjeg desetljeća u razvijenim europskim zemljama (i emitivnim i receptivnim) mijenja se sustav vrijednosti na svim razinama društva. Pojavljuju se novi životni stilovi koji određuju ponašanje ljudi u radno i slobodno vrijeme. Na sceni su “novi turisti” koji teže različitosti, zahtijevaju ujednačenu i višu kvalitetu turističke usluge ali, što je izuzetno važno naglasiti, i individualiziranu ponudu. Zapadnoeuropski turist danas zahtijeva osjećaje i iskustvo, ne samo jednostavne, standardizirane i tipizirane usluge. Drugim riječima, traži se oblikovanje stila života i individualizirana doživljajnost. U tom je kontekstu kultura idealna za ispunjavanje takvih “potrošačkih” želja. Ona nudi neki smisao života, pruža novu sadržajnost, daje nov smisao starom odredištu. U krajnjoj instanci, kultura je nadgradnja, ono što obogaćuje osobno iskustvo novim, specifičnim sadržajem.

Uloga kulture u turizmu postaje ključna jer je obično ona razlogom što posjetitelj ponovno dolazi u isti kraj, posebice ako se kultura široko definira. Stoga danas nije više moguće ozbiljnije govoriti o uspješnom turističkom poslovanju i razvoju turizma, ako se o turizmu ne promišlja s kulturnoga gledišta u širem i užem smislu.

Prepoznavši važnost i mogućnosti koje pružaju informacijske i komunikacijske tehnologije, većina europskih zemalja, pa tako i Hrvatska, poduzela je niz pothvata (u javnom i u privatnom sektoru) digitalizacije kulturne baštine. Digitalizacija znači stvaranje baza podataka koje sadrže slike, dokumente, podatke, zvuk (glazba, recital, priča) i činjenice bitne za opis predmeta kao predstavnika kulturne baštine. Slike, skulpture, arhitektura i graditeljstvo, stari rukopisi i vrijedne knjige, glazbala, povijesni namještaj, umjetnička fotografija itd., sve se to može digitalizirati i učiniti virtualno dostupnim milijunima potencijalnih korisnika. U kontekstu kulturnog turizma to znači otvaranje niza novih mogućnosti za povezivanje različitih subjekata u turizmu i kulturi (javni i privatni sektor) u kreiranju i stvaranju novih projekata koji će bogatstvo kulturne baštine učiniti prepoznatljivim na webu. Virtualno predloženi stari sadržaji dobivaju novo ruho, novu sadržajnost. Stoga su bitna pitanja kako ih pretočiti na web, odnosno kako ih ispričati pa da svojom izvornošću i atraktivnošću privuku pozornost posjetitelja.

U strategiji razvoja turizma ulaganje u kulturu i svrsishodno korištenje kulturnih resursa od ključne je važnosti, jer samo tako današnjeg putnika/turistu možemo učiniti istraživačem i otkrivačem kulture te, ujedno, ponajboljim ambasadorom hrvatskog turizma.

Smjernice za predstavljanje na web-stranicama

Pregledom hrvatskog web-prostora, odnosno stranica s kulturnim i turističkim sadržajima, i njihovom usporedbom sa stranim, pretežito europskim, web-stranicama, ustanovljeno je:

- da su turističke stranice i kulturne stranice međusobno nedovoljno povezane (nedostaju srodne i korisne veze),
- da nedostaje mogućnost interakcije (zbog statičnosti nekih web-stranica ograničena je komunikacija i kontakt),
- da stranice najčešće nisu indeksirane metapodacima,
- da se stranice razlikuju po svome dizajnu, atraktivnosti i zanimljivosti predstavljanja sadržaja, te
- da privatnu inicijativu odlikuje veća originalnost u pristupu i obradi sadržaja, te mogućnost komunikacije.

Suvremeni medijski prostor suočava se sa znakovitim promjenama u oblikovanju, vrednovanju i objavljivanju informacijskih sadržaja. Dosadašnji oblici predstavljanja sadržaja na klasičnim medijima ne odgovaraju novom medijskom prostoru u kojem se prikazivanje pojedinačnih sadržaja zamjenjuje interaktivnim, umreženim multimedijским sadržajima. Stoga nije dovoljno napraviti samo preslik postojećih sadržaja, već je nužno njihovo preoblikovanje i prilagodba tom novome mediju. Pritom je važno pridržavati se osnovnih načela.

1. Načela za izradu mrežnih stranica

- odabir sadržaja i/ili usluga
- odabir načina / najprikladnijeg formata za prikaz sadržaja
- suradnja informatičke i matične struke
- cijena izrade i održavanja
- osobna i prepoznatljiva web-adresa
- metapodaci kao sredstvo za formalnu i sadržajnu obradu stranica
- testiranje mrežnih stranica

U odabiru sadržaja i/ili usluga, gdje je to moguće, treba izbjegavati statične sadržaje (jer će ih korisnici posjetiti samo jednom!), odnosno razvijati sadržaje koji će zahtijevati aktivnu nadgradnju i razvoj. Time se potiče korisnika da češće svraća na stranicu kako bi saznao novine. Suradnja različitih struka bitna je u oba segmenta: pri grafičkom oblikovanju stranica i pri određivanju zakonitosti predstavljanja sadržaja.

2. Načela za prijavljivanje mrežnih stranica na domaće i svjetske pretraživače

- pravilno izabrati tematsku kategoriju
- pravodobno prijavljivati samostalne projekte unutar stranica
- odabir portala određene strukovne grupacije (ciljanje na određenu grupaciju korisnika vlastita proizvoda)

3. Marketinška načela

- pravodobno osuvremenjivanje sadržaja
- razvijanje povjerenja kod korisnika
- ako je financijski moguće, organizirati izravno sudjelovanje (nagradne igre, ankete, mailing liste, tematski forumi, tribine, kontakt-rubrike i dr.)

Za daljnja razmišljanja i analizu sadržaja na webu, te možebitne nove ideje i projekte, u sklopu radionice predstavljene su sljedeće web-stranice:

Footloose: <http://www.footloose.net>

Scala: <http://www.scala.firenze.it>

Gabriel: <http://www.kb.nl/gabriel>

Croatia.net: <http://www.croatia.net>

Dalmatia.net: <http://www.dalmatia.net>

Generalić: <http://www.generalic.net>

Strossmayerova galerija: <http://www.mdc.hr/strossmayer>

Art Museum Image Consortium: <http://www.amico.net>