

Dr. sc. Esad Delibašić

KULTURNA BAŠTINA U TURISTIČKOM OKRUŽENJU

Sažetak

Tradiconalno poimanje kulture kao potrošača budžetskih sredstava uzdrmano je u trenutku kada su budžetska sredstva smanjena, a radnici u kulturi prinuđeni za svoje projekte potražiti nove izvore finansiranja. Interakcija kulture i turizma stvara obostranu korist. Ta interakcija se iz pozicije turizma poima kao šansa za dopunu turističkog sadržaja, a iz pozicije kulture kao prilika za osiguranje dodatnih novčanih sredstava. Kultura se u interakciji sa turizmom ne reducira na identitetsku dimenziju, niti se svodi isključivo na zaštitu kulturne baštine, ona se poima u najširem smislu kao upoznavanje načina života stanovništva određenog područja. Posebno mjesto u turističkoj ponudi ima kulturna baština. Uključivanje kulturne baštine u turistički kontekst omogućava dodatna finansijska sredstva za očuvanje i prezentaciju kulturnih dobara.

Ključne riječi: kulturna baština, tržišna valorizacija kulture, kulturni turizam

Kriza budžetskog finansiranja kulture

Jedan od najznačajnijih instrumenata kulturne politike kojim raspolaže država je njezin budžet. Kultura je tokom većeg dijela XX vijeka u evropskim zemljama dominantno bila finansirana iz budžeta, neovisno o tome da li se radilo o socijalističkim ili kapitalističkim sistemima. Podrazumijevalo se da kultura ne može u cijelosti biti prepuštena tržištu, te ju je bilo nužno dominantno finansirati iz budžetskih sredstava kako bi bilo moguće očuvati njezin kvalitet i autonomiju u odnosu na tržište. Međutim, jačanjem konzervativne politike i neoliberalne ekonomije u drugoj polovini XX i početkom XXI vijeka smanjuju se budžetska sredstva i ukidaju budžetski transferi za marginalne grupe, socijalne subvencije, obrazovanje, nauku, zdravstvo i kulturu. Sektor kulture se u mnogim državama našao u nezahvalnoj poziciji značajnih smanjenja finansijskih sredstava iz budžeta u odnosu na prethodni period.

Smanjenje izdvajanja sredstava iz budžeta za kulturu za posljedicu je imalo niz nepovoljnih okolnosti: kulturni proizvodi prepušteni tržištu su se počeli tretirati isključivo kao roba, biblioteke su postajale muzeji knjiga jer bibliotečki fondovi se nisu obnavljali, izdavačke kuće bivale su prinuđene podrediti se dominantno ukusu tržišta, kulturnim životom je počinjao dominirati koncept manifestne kulture, kulturno-historijski spomenici propadali su zbog nedostatka sredstava za zaštitu itd. Simon Mundy ističe da se kultura počela nisko rangira u profesionalnoj hijerarhiji i ljestvici prioriteta kod izrade budžeta: „*Status koji ima kultura kod vlasti karakteriziran je ogromnim jazom koji postoji između podrške na riječima i podrške u novcu. Kada bi kultura bila tako važna kao što izgleda u mnogim govorima vladinih službenika, ona bi imala budžet usporediv s budžetom za socijalnu skrb ili odbranu*“ (Mundy, 2002:11).

Zbog svega navedenog kreatori kulturnih politika su već u drugoj polovici XX vijeka shvatili da je postojeći model finansiranja kulture prevaziđen. Počinju se propitivati drugi mogući modeli finansiranja kulture, počev od donacija, poreza na proizvode, sponzorstva, mecenstva, tržišne utakmice itd. Polemike su se vodile između dvije krajnosti, uvjerenja da se kultura mora finansirati isključivo iz budžeta i stava da kulturu u potpunosti treba prepustiti

tržištu. Između ovih oprečnih mišljenja formira se pluralni model koji počiva na uvjerenju da sektor kulture treba biti financiran iz što većeg broja izvora. Tako Vjeran Zuppa ističe da „*što je šira i raznovrsnija participacija u 'cijeni' kulture, to i kultura postaje slobodnija od državnog utjecaja i 'uplitanja', ali ujedno potrebitija posebnog sustava vrednovanja. (...) u 'cijenu koštanja' kulture, kada je riječ o europskim zemljama razvijene demokracije, ulaze sredstva iz proračuna središnje, regionalne i lokalne vlasti. Unutarnje su proporcije ovih izdvajanja vrlo različite, od zemlje do zemlje. U tu cijenu ulaze i sredstva iz drugih izvora: mecenatstva, privatnih fondova i inicijativa, poreza na proizvode same kulturne industrije (npr. audio-video), sponzorstva ohrabrenog poreznim olakšicama i sl.*“ (Zuppa, 2001:77). Uvođenje pluralnog modela finansiranja kulture treba biti urađeno s mjerom. Naime, preveliko vezivanje kulture za budžet može dovesti do instrumentalizacije i zloupotrebe kulture u političke i ideološke svrhe, dok, s druge strane, apsolutno prepuštanje umjetnosti i kulture tržištu može dovesti do komercijalizacije i trivijalizacije umjetnosti i kulture.

Jačanje svijesti o neminovnosti kraja modela finansiranja kulture koji se svodi na apsolutno finansiranje sektora kulture iz budžeta je dovelo kreatore kulturnih politika i radnike u kulturi u situaciju da iznalaze nove modele finansiranja. Ekonomika kulture, kulturne industrije i kulturni turizam prave iskorak u tom pravcu te iniciraju demokratizaciju kulture, odnosno ukidanje elitne kulture, upućenost na tržište, dinamičnost, odmak od budžetskog finansiranja, savremenost i produktivnost. Tada dolazi do pozitivne interakcije između kulture i turizma i nastanka *kulturnog turizma*.

Interakcija kulture i turizma

Značaj turizma za razvoj pojedinih zemalja je nemjerljiv. Taj značaj se ogleda u činjenici da turizam predstavlja snažaj faktor koji pokreće privredni razvoj, zapošljavanje, jačanje saobraćajne infrastrukture, ugostiteljstvo, posredno i sve druge sektore. Turizam je multidimenzionalan društveni fenomen unutar koga se prepliću privredni, socijalni, kulturološki, ekološki, obrazovni i drugi aspekti života.

Turizam se razvijao od masovnog turizma do turizma *specijalnih interesa*. Polovinom XX vijeka usljed naglog razvoja međunarodnog saobraćaja, veće zarade stanovnika bogatih zemalja i povećanja slobodnog vremena dolazi do procvata masovnog turizma. Masovni turizam donosi nagli privredni razvoj, zapošljavanje, razvoj infrastrukture i pratećih privrednih grana. *Novi turizam* ili turizam *specijalnih interesa* tj *selektivni turizam* javlja se u 80-tim godinama XX vijeka. Naime, zbog društvenih, političkih i tehnoloških promjena dolazi i do promjena i u samom turizmu. Jedna od ključnih promjena je u raznovrsnosti turističke potražnje, a time i u raznovrsnosti turističke ponude. Dakle, turisti prilikom posjete određenoj destinaciji se više ne zadovoljavaju pukim smještajem i odmorom na plaži, oni dolazak uslovljavaju dodatnim sadržajima (sportski tereni, kulinarski tečajevi, posjeta koncertima i likovnim izložbama, igraonicama za djecu itd.). Tako dolazi do nastanka posebnih vrsta turizma: seoskog turizma, sportskog turizma, vjerskog turizma, ekoturizma, zdravstvenog turizma, kongresnog turizma, kulturnog turizma itd. Naglasak se kod selektivnog turizma stavlja na interes turista, a ne toliko na lokaciju gdje se ljetuje.

Jedna od novih vrsta turizma je i *kulturni turizam*. On se u početku smatrao dopunom sadržaja masovnog turizma na način da su turisti tokom odmora, između ostalog, odlazili na koncerte, posjećivali muzeje, interesovali se za obilazak kulturno-historijskih spomenika,

posjećivali likovne izložbe itd., kasnije je turistička posjeta jednog broja turista bila motivirana isključivo dolaskom radi kulturnog sadržaja – filmskog festivala, značajne izložbe, koncerta, sajma knjiga.

Ne postoji jedinstvena definicija kulturnog turizma, ali većina definicija utvrđuje da se ovaj pojam odnosi na putovanja koja obuhvataju dodir/komunikaciju sa kulturnim sadržajima sredine koju posjećujemo. Jedna od definicija određuje kulturni turizam kao “*posjete osoba izvan mjesta njihovog stalnog boravka motivirane u cjelosti ili djelimično interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili stil života lokaliteta, regije, zemlje*“ (Jelinčić, 2008:51).

Spoj kulture i turizma u okviru *kulturnog turizma* je pretpostavljao razumijevanje i definiranje kulture u najširem smislu, i to kao načina života zajednice. Dakle, *kulturnom turizmu* nisu bliske elitističke definicije kulture, nego definicije koje kulturu razumijevaju na način da je ne reduciraju samo na umjetnost, kulturnu baštinu i estetske sudove nego u nju uključuju životne stilove, navike, svakodnevne životne običaje, vrijednosti običnih ljudi. Takva široka definicija kulture u okviru *kulturnog turizma* omogućava da skoro svaki turistički posjet obuhvati neki segment interkulturalne komunikacije (strani jezik, način oblačenja, nacionalnu gastronomiju, arhitekturu, običaje itd.).

Značaj saradnje i simbioze sektora kulture sa turizmom u okviru *kulturnog turizma* za sektor kulture je višestruko koristan: od promocije i afirmacije kulture do osiguranje dodatnih finansijskih sredstava koje se mogu usmjeriti na zaštitu spomenika, ulaganja u arhive, obnovu bibliotekog fonda, zaštitu muzejskih zbirki, školovanje umjetnika, ulaganja u kulturne manifestacije i ustanove kulture. Turizam, također, ima višestruke koristi od saradnje sa kulturom: od bogatije sadržajne ponude, zadovoljavanja specifičnih potreba turista, do dugotrajnijeg vezivanja turista za turističku destinaciju.

Kulturna baština i turizam

Pojam baštine se na osnovu različitih kriterija dijeli na niz vrsta i podvrsta, pa tako se danas u literaturi upotrebljavaju pojmovi: prirodna baština, materijalna i nematerijalna baština, nacionalna i svjetska baština, gastronomska baština, povijesna baština, filmska baština, muzička baština, industrijska baština, pokretna i nepokretna baština, humanistička baština, virtualna baština itd. Po mnogima najznačajniji dio baštine jeste kulturna baština. David Throsby ističe da dodavanjem pridjeva kulturno baštinu reduciramo na naslijeđene stvari koje imaju određeni kulturni značaj (Throsby, 2012:106). Kulturnu baštinu možemo odrediti kao sumu identificiranih i od prethodnih generacija naslijeđenih vrijednosti koju čine materijalna i nematerijalna dobra od kulturnog, naučnog i povijesnog značaja, a koja tvori temelj kulturnog identiteta neke društvene grupe. Ono što je značajno za sve forme baštine, neovisno ko je nositelj, to je da baština (pre)nosi neku vrijednost, odnosno simbolički značaj od prošlih generacija za sadašnje i buduće generacije. Briga o čuvanju, proučavanju, istraživanju i prezentaciji kulturne baštine spada u okvir djelatnosti baštinskih, naučnih i obrazovnih ustanova. Dugotrajnost sadržaja kulturne baštine zavisi od kvaliteta dokumenta na kojem je on zabilježen. Sadržaj kulturne baštine može biti zabilježen u formi knjige, slike, gramofonske ploče, filmske trake, CD-a, DVD-a itd. Značajno je ukazati i na distinkciju pojmova unutar sintagmi kulturne baštine i kulturnog dobra. Kulturno dobro je pojedinačni predmet u okviru

kulturne baštine. Kulturnu baštinu proučavamo kao cjelovit fenomen, a konkretna istraživanja su uvijek usmjerena prema konkretnim kulturnim dobrima.

U knjizi *Kultura u izlogu* Danijela Angelina Jelinčić ističe da se postojeća stručna literatura koja se bavi kulturnom baštinom i kulturnim dobrima pretežno fokusira na teme njihove konzervacije, sanacije, restauracije čime se kulturna dobra reduciraju na objekte kojima je potrebna zaštita, da bi se tek sa početkom XXI vijeka pojavila literatura koja propituje druge aspekte istraživanja kulturne baštine (Jelinčić, 2010 : 9). Danas su još uvijek dominantni tradicionalni stavovi u poimanju kulturne baštine. Na osnovu tih stavova se kulturna baština svodi na kulturna dobra (arheološki ostaci, kulturno-historijski spomenici), čija je jedina funkcija da svjedoče o prošlosti neke zajednice ili da budu potvrda nekog identiteta. Ovaj koncept ne uspeva dovesti u vezu kulturna dobra sa trenutnim društvenim kontekstom i uspostaviti jedinstvo i kontinuitet prošlosti i sadašnjosti. Vjeruje se da kulturna baština predstavlja apsolutno odvojenu sferu od realnog života zajednice.

Značajan obrat u poimanju kulturne baštine je donio spoj turizma i kulture. *Kulturni turizam* je omogućio kompleksnije razumijevanje kulturne baštine i transformirao njezin odnos prema tržištu i tržišnoj valorizaciji kulture. Pod ovim uticajima mijenja se i poimanje kulturne baštine: *“Iako izraz nasleđe može da prizove slike daleke prošlosti, nasleđene stvari mogu da budu i skorašnjeg datuma; tako je, na primjer, zgrada opera u Sidneju, koja se vodi kao deo Svetske kulturne baštine, završena tek 1973. godine”* (Throsby, 2012:107). Pojavom kulturnog turizma stvorene su pretpostavke za razvoj kulturne baštine. Tako će značajna finansijska sredstva osigurana turističkim posjetama biti usmjerena u sanaciju i očuvanje kulturne baštine, ta sredstva vjerovatno ne bi bilo moguće osigurati iz državnih budžeta. Sa turističkim posjetama i prilivom finansijskih sredstava se povećava i identifikacija lokalnog stanovništva sa kulturnim dobrom, čime se na najbolji način realizira ideja o integraciji kulturnog dobra u život zajednice.

Međutim, turističke posjete lokalitetima na kojima se nalaze dobra kulturne baštine dovode i do određenih negativnih posljedica. Naime, pojedine turističke destinacije i lokaliteti su ugroženi prevelikom turističkom posjetom. Veliki broj turista koji prevazilazi kapacitete lokaliteta i mogućnosti prijema od strane lokalnog stanovništva stvara nepotrebne gužve, nervozu i često dovodi i do fizičkih oštećenja dobara kulturne baštine, najbolji primjeri su Venecija i Dubrovnik. Kulturni turizam i turizam baštine donosi sa sobom i opasnost od prevelike komercijalizacije kulture. *„Komercijalizacija kulture u turizmu označava pretjeranu upotrebu kulture u turističke svrhe, čime ona gubi na vrijednosti kako za samu lokalnu zajednicu koja je baštini tako i za posjetitelja“* (Jelinčić, 2010:40-41) Dakle, komercijalizacija transformira kulturna dobra u robu. Proizvodnja i prodaja kulturnog dobra isključivo radi profita negira njenu tradicijsku i stvarnu vrijednost.

Da bismo izbjegli negativne posljedice turističkih posjeta nužno je racionalno i sistemski upravljati kulturnom baštinom. Proces upravljanja podrazumijeva aktivnosti za očuvanje kulturne vrijednosti kulturnih dobara za sadašnje i buduće generacije. Upravljanje baštinom obuhvata identifikaciju dobra kulturne baštine (za šta je potrebno znanje iz temeljnih znanstvenih disciplina: arheologije, etnologije, povijesti umjetnosti, povijesti itd.), interpretaciju (što pretpostavlja i kontekstualno tumačenje), održavanje i zaštitu značajnih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara. Bez identifikacije kulturnog dobra nije moguće ništa započeti, a kada se izvrši identifikacija prvo što se mora uraditi je zaštititi i očuvati

kulturno dobro. Međutim, dosta dugo se smatralo da su zaštita i očuvanje jedini i ključni zadatak pri upravljanju kulturnom baštinom. Kulturna baština je uvijek namijenjena publici, ona nije vrijednost po sebi i zato je zadatak savremenih koncepata kulturne baštine posredovati između vrijednosti prošlosti i publike našeg doba.

Rezimirajući možemo konstatovati, da je nužno da se kulturna baština i kulturna dobra integriraju u život zajednice čime bi se uspostavilo jedinstvo i kontinuitet prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Jedan od načina integracije i preživljavanja kulturne baštine u zajednici jeste njezino povezivanje sa turizmom i njezina tržišna valorizacija. U budžetima je sve manje finansijskih sredstava za očuvanje kulturne baštine, nužno je omogućiti sticanje dodatnih sredstava u okviru turističke ponude. Kada lokalno stanovništvo uvidi da kulturna baština u simbiozi sa turizmom donosi prihode i svijest o potrebi očuvanja kulturne baštine će se povećati. Naravno, konstantno treba voditi računa o mogućim negativnim učincima dovođenja kulturnih dobara u turistički i tržišni kontekst.

Literatura

1. Antolović, Jadran (2009) *Menadžment u kulturi*. Zagreb: Hadrian d.o.o.
2. Antolović, Jadran (2008) *Očuvajmo kulturnu baštinu*. Zagreb: Hadrian d.o.o.
3. Antolović, Jadran (2010) *Organizacija i kultura*. Zagreb: Hadrian d.o.o.
4. Jelinčić, Danijela-Angelina-Deana Gulišija-Janko Bekić (2010) *Kultura, turizam, interkulturalizam*. Zagreb: Institut za međunarodne odnose MEANDARMEDIA.
5. Jelinčić, Danijela-Angelina (2010) *Kultura u izlogu*. Zagreb: MEANDARMEDIA.
6. Jelinčić, Danijela-Angelina (2008) *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: MEANDARMEDIA.
7. Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine (1972). Preuzeto s <http://whc.unesco.org/arhive/convention-en.pdf> (30.08.2013.)
8. Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine (2003); Preuzeto s <http://whc.unesco.org/arhive/convention-en.pdf> (30.08.2013.)
9. Konvencija o zaštiti i promoviranju različitosti kulturnih izraza (2005) Preuzeto s <http://whc.unesco.org/arhive/convention-en.pdf> (30.08.2013.)
10. Kujundžić, Enes (2011) *Humanistička baština, institucije memorije i digitalno doba*. Tuzla: Hamidović d.o.o.
11. Maroević, Ivo (2004) *Baštinom u svijet*. Petrinja: Matica hrvatska, Ogranak.
12. Mundy, Symon (2002) *Kulturna politika: kratki vodič*, Novi Sad: Vega Media.
13. Prnjat, Branko (2006) *Uvod u kulturnu politiku*. Novi Sad: Stylos.
14. Šola, Tomislav (2003) *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji-prema kibernetičkom muzeju*. Zagreb: Hrvatski nacionalni komitet ICOM.
15. Trozbi, Dejvid (2012) *Ekonomika kulturne politike*. Beograd: Clio.

CULTURAL HERITAGE IN TOURIST ENVIRONMENT

Abstract

Traditional role of culture as a consumer of budget assets was shaken in the time of the budget cuts and workers in the culture area are forced to look for new sources of funding for their projects.

Interaction between the culture and the tourism aims at mutual benefits. This interaction, from the tourism viewpoint is perceived as a chance for additional touristic content and from the viewpoint of culture, it is perceived as an opportunity for securing additional financial assets. Interaction between the culture and the tourism is neither reduced to the dimension of its identity, nor to the protection of the cultural heritage. However, it is understood, in its broadest sense, as a familiarization with the way of life of the population in a specific area. The cultural heritage occupies the particular position in the touristic offer. Participation of the cultural heritage in touristic context secures additional financial assets required for preservation and presentation of cultural resources.

Keywords: *cultural heritage, market evaluation of culture, culture tourism*