

"Hrvatska Ibiza" u borbi protiv kulturne baštine: kulturna politika na Zrću

Renić, Sofia

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:033230>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Sofia Renić

“Hrvatska Ibiza” u borbi protiv kulturne baštine:

Kulturna politika na Zrću

(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2022.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kulturalne studije

Sofia Renić

Matični broj: 21872

“Hrvatska Ibiza” u borbi protiv kulturne
baštine: Kulturna politika na Zrću

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: doc. dr. sc. Vjeran Pavlaković

Rijeka, 5. rujna 2022.

SADRŽAJ

SAŽETAK	4
1. UVOD	5
2. KULTURNA POLITIKA.....	6
2.1. Modeli kulturne politike	7
3. KULTURNA BAŠTINA.....	8
3.1. Kulturna baština na Pagu.....	9
4. MENADŽMENT	11
4.1. Menadžment u kulturi.....	12
4.1.1. Temeljne funkcije menadžmenta u kulturi.....	13
4.1.2. Posebne funkcije menadžmenta u kulturi.....	14
5. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA GRADA PAGA	14
5.1. Kulturna politika na Pagu	15
5.1. Clubbing turizam	16
5.2. Kulturni turizam	18
5.2.1. Festivali	19
6. REZULTATI ANKETE.....	21
7. ZAKLJUČAK.....	26
LITERATURA I IZVORI.....	26
Literatura	26
Internetski izvori.....	27
Popis grafikona	29

SAŽETAK

U završnom radu riječ je o plaži Zrće, koja svake godine privlači sve veći broj ljudi iz cijeloga svijeta na otok Pag, i kulturnoj baštini otoka. Naime, glavno pitanje koje se proteže kroz cijeli rad je je li kulturna politika koja se provodi na Zrću doprinjela očuvanju kulturne baštine te potpomogla cjelokupnom razvoju kulturnog života na Pagu ili je preuzela sav fokus te se Novalja pretvorila u glavno odredište za mlade ljude koje ne zanima ništa osim partyjanja. Kako bismo mogli primjeniti teorije kulturnih politika na studiju, slučaj Zrća, bilo je potrebno definirati i navesti kulturne politike. Nadalje, rad sadrži detaljan opis kulturne baštine same po sebi te paralelni opis iste za slučaj otoka Paga. Obzirom na popularnost Zrća, pogotovo tijekom ljetne sezone, nerijetko mediji vrve naslovima vezanim za tu temu. Upravo iz tog razloga rad sadrži poglavlje posvećeno menadžmentu u kulturi, kao i primjenu pojmova clubbing turizam, kulturni turizam te objašnjenje festivala kao suvremenog oblika difuzije kulture. Kako bi lakše došla do zaključka provedena je kratka anketa od svega nekoliko pitanja među mladima u rasponu 22 - 25 godina gdje je okvirno provjereno njihovo mišljenje o ovoj popularnoj plaži i njihovim iskustvima tamo. Dakle, zaključak rada temelji se na teorijskom istraživanju, izvorima iz medija te kratkoj anketi. Doneseni zaključak je da Zrće sa sobom donosi neke nove oblike kulture iako se na prvi pogled tako ne čini. Bez obzira na ubrzani život otoka tijekom sezone, kulturna baština ovog otoka ne pati. Iako se čini da mladi ljudi imaju jedan jedini cilj posjeta bilo kojem mjestu, a to je isključivo zabava, anketa pokazuje da mladi ipak vole posjetiti važne spomenike, građevine, osjetiti kulturu mjesta uz pomoć nečeg autohtonog... Drugim riječima, mladi također velikim djelom sudjeluju u očuvanju kulturne baštine, ali isto tako doprinose razvoju nekih novih oblika difuzije kulture.

KLJUČNE RIJEČI: kulturne politike, menadžment u kulturi, kulturna baština, Zrće, clubbing turizam

1. UVOD

Posljednjih je godina party turizam sve učestaliji na Jadranskoj obali. Štoviše, kada se spomene otok Pag, mnogim ljudima je prva asocijacija plaža Zrće, klubovi na njoj i neprestani partyji koji se tamo događaju. Razvoj ove vrste turizma posljedica je potreba i želja mladih za izlascima i zabavom. Klubovi na plaži čine se kao primjerena zabava u vrućim ljetnim noćima, osobito zbog toga što su to klubovi s bazenima pa se mladi mogu rashladiti plešući. Ipak, otok Pag poznat je po raznim kulturnim dobrima, spomenicima i slično koje otočani čuvaju i njeguju. Ovaj rad donijet će saznanja o kulturnoj baštini otoka Paga, s naglaskom na grad Novalju te razmišljanja o utjecaju menadžmenta klubova na Zrću na kulturnu baštinu otoka. Također, bit će objašnjen pojam kulturne politike koji će se primjeniti na slučaj Zrća.

Zrće se naziva “hrvatskom Ibizom” iz razloga što možemo pronaći mnoge sličnosti ovih dvaju destinacija. Prvenstveno, u oba slučaja turisti zabavu traže na otoku koji sam po sebi asocira na opuštanje i odmor. Na Ibizi se već 1970 - ih godina otvaraju klubovi koji privlače veliki broj ljudi željnih zabave, a svoj pravi uspon doživljava 90.-ih i 2000.-ih. Obje destinacije krenule su pomalo nespremljene ne očekivajući toliki uspon, pa su zanemarili sve odgovornosti koje clubbing turizam sa sobom nosi, poput potreba za osiguravanjem velikog broja smještaja, problemi s bukom i velikom količinom smeća na otoku, infrastruktura, ulaganja itd. Kroz godine Ibiza je stala na noge te danas osigurava jednu od najboljih zabava u svijetu, dok ju Zrće pomno prati. Isto kao što je Ibiza bila Zrću svojevrsan uzor u razvijanju clubbing turizma, tako i drugi otoci u Hrvatskoj sada nastoje napraviti svoje Zrće. Najbolji primjer za to je otvaranje kluba “Diamond” na otoku Krku čiji vlasnik tvrdi da će od Malinske napraviti Novalju na sjevernom Jadranu.

Koristeći se stručnom literaturom, medijskim izvorima i rezultatima provedene ankete rad će donijeti odgovor na pitanje je li kulturna politika koja se provodi na Zrću doprinjela očuvanju i razvoju kulturne baštine ili je to mjesto gdje nema mjesta za išta vezano uz kulturu kakva je nekada bila. Kroz rad se stalno isprepleće traženje balansa između clubbing turizma, odnosno suvremenih oblika difuzije kulture, i održavanja kulturne baštine onakvom kakva je bila.

2. KULTURNA POLITIKA

Jaka Primorac u svom tekstu za web centar hrvatske kulture izdvaja definiciju Toby Millera i Georga Yudicea (2002:1) koji navode da se kulturna politika odnosi na institucionalne potpore koje usmjeravaju s jedne strane estetsku kreativnost, a s druge sveukupni način života - kulturna politika je most između ova dva registra. Definicija kulturne politike na stranici enciklopedija.hr glasi “državna i javna, rjeđe nedržavna i privatna politika u području kulture, kojom se posebnim zakonima, mjerama i financijskim sredstvima štiti kulturna baština, održava i potiče proizvodnja kulturnih dobara (kulturna industrija), uključujući umjetnička djela, obrazovanje za kulturu i umjetnost te sva ostala kulturna znanja, proizvode i usluge od javnog interesa.” Dakle, jednostavnim riječnikom iz ovih dviju definicija zaključujemo da je cilj kulturne politike dati poticaj (većinom financijski) kulturnim sadržajima i razvijanju kulturne svijesti.

Dragičević - Šešić, Stojković (2013) definiraju suvremenu kulturnu politiku kao svjesno reguliranje javnog interesa u području kulture te također ima dužnost odlučivanja o svim pitanjima važnim za kulturni razvitak određenog društva. Usmjerava se na tri osnovna zadatka, a to su očuvanje kulturne baštine i kulturnog identiteta, razvoj suvremenog umjetničkog stvaralaštva te poticanje dostupnosti kulturnih dobara i učešća stanovništva u kulturnom životu.

S obzirom da je u ovom radu riječ o Zrću, važno je naglasiti da ključnu funkciju za definiranje kulturne politike ima država, ali u novije doba kulturna politika nastaje kao rezultat dijaloga između odjela koji svaki posebno novi svoj dio koji je odgovoran za njen razvoj. Ti odjeli ili sektori su; javni sektor koji je na nacionalnim i gradskim razinama te nosi najveću odgovornost za očuvanje nacionalne kulturne baštine i kulturnih institucija; privatni sektor, dio koji je okrenut budućnosti, eksperimentu te nosi sa sobom spremnost na rizik; civilni sektor koji je zadužen za rad s publikom i ne - publikom. Dakle, kulturna politika nastaje tek kada je država spremna osigurati dovoljan utjecaj sva tri sektora. Je li velikim napretkom Zrća javni sektor zakazao u očuvanju nacionalne kulturne baštine ili je pak Zrće doprinjelo razvoju istog?

2.1. Modeli kulturne politike

Dragičević Šešić, Stojković (2013) nas uvode u šest osnovnih modela kulturne politike, izvedenih na temelju uočenih sličnosti u kulturnoj politici niza zemalja različite privredne razvijenosti, političkog sustava i kulturne tradicije. Osnovna odlika prvog modela, odnosno liberalnog modela kulturne politike je “neutralnost” države u domeni kulture, odnosno inzistiranje na privatnom vlasništvu nad sredstvima stvaranja i širenja kulturnih dobara. Središnju ulogu nosi kulturna industrija. Ona stvara tipizirane kulturne proizvode koji su namijenjeni većini društva, odnosno publici masovne kulture. Drugi, paradržavni model kulturne politike, prenosi svoju odgovornost u domeni kulture na stručno tijelo koje ono imenuje, ali njime ne upravlja. Unutar ovog modela nastoji se uspostaviti ravnopravnost sva tri sektora u kulturnom životu, a država služi kao “pokrovitelj”. U državnom birkratsko - prosvjetiteljskom modelu kulturne politike država drži prevlast. Naime, ona preko svog ideološkog i pravno - političkog aparata kontrolira cjelokupno područje kulture. Državni prestižno - prosvjetiteljski model kulturne politike doživljava kulturu kao ključni čimbenik nacionalnog identiteta, kao i nositelja imidža te prestiži zemlje u svijetu. U ovom modelu težište kulturnog razvoja prebačeno je na javni sektor. Nastoji se pobudjeti interes građana za pitanje kulture te također umjetnicima stvoriti vrhunske uvjete za rad. Peti, nacionalno - emancipatorski model kulturne politike je najprisutniji u zemljama koje se žele odvojiti od prethodno nametnute kulture. Osnove ovog petog modela su razvoj i potvrđivanje autohtone kulturne tradicije koja je bila zanemarena za vrijeme kolonijalne prevlasti te širenje elementarne kulture, npr. opismenjavanje. Eric Hobsbawm takvu kulturnu politiku naziva “izmišljanjem tradicije”. Posljednji model kulturne politike je regionalno/jezički/etnički definiran model. Njegova glavna odlika je raznolikost na više razina unutar jedne države. Kao primjer Dragičević - Šešić i Stojković (2013) navode Belgiju u kojoj postoje tri ministarstva kulture: Flamansko ministarstvo kulture, Frankofono ministarstvo kulture i Ministarstvo kulture njemačke zajednice. S obzirom na takvu situaciju, umjetnici moraju birati unutar kojeg ministarstva kulture žele djelovati.

Iako su nabrojani modeli kulturne politike usredotočeni na naciju, kulturna politika provodi se i u okvirima općina i gradova. Također, pojedine kulturne djelatnosti ili ustanove mogu provoditi određenu kulturnu politiku. U daljnjem radu vidjet ćemo kakva kulturna politika se provodi u gradu Novalji te na poznatoj party destinaciji Zrće.

3. KULTURNA BAŠTINA

Jelinčić u svojoj knjizi “Kultura u izlogu” povezuje kulturnu baštinu s Francuskom revolucijom. Naime, ona je bila prekretnica između kulturne baštine koja je prije bila “nasljedno dobro koje se prenosi s roditelja na djecu” (Jelinčić, 2010: 17) i kulturne baštine koja postaje nacionalno dobro.

Kulturna se baština općenito definira kao „ukupnost vrednota određene sredine koju tvore materijalna dobra od kulturnoga, znanstvenog i povijesnoga značenja, te nematerijalizirani oblici čovjekova stvaralaštva u prošlosti.“ (Antolović, 2009: 131) Smatra se kako postoje tri vrste kulturnih dobara, tj. nepokretna, pokretna i nematerijalna kulturna dobra. Ona imaju dvojak karakter odnosno “predstavljaju povijesnu činjenicu i dio su kulturne baštine naroda na određenom području te kao takva služe za zadovoljenje ljudske potrebe za vlastitim identitetom te predstavljaju stvarnu baštinu koja doživljava materijalne i duhovne promjene.” (Antolović, 2009: 133)

Kada govorimo o nepokretnim kulturnim dobrima, najveći dio čini graditeljska baština. Antolović (2009) navodi da u svrhu Konvencije, pojam “graditeljska baština” obuhvaća sljedeća trajna dobra:

1. spomenike: sve građevine i strukture od izrazitog povijesnoga, arheološkoga, umjetničkoga, znanstvenoga, društvenoga ili tehničkoga značaja, uključujući njihove instalacije i opremu;
2. grupe građevina: homogene grupe urbanih ili ruralnih građevina od izrazitoga povijesnoga, arheološkoga, umjetničkoga, znanstvenoga, društvenoga ili tehničkoga značaja, koja su dovoljno jedinstvena i čine topografski prepoznatljivu cjelinu;
3. lokaliteti: zajednička djela čovjeka i prirode, odnosno područja koja su djelomično izgrađena te dovoljno osobita i jedinstvena da se mogu topografski označiti i koja su od izrazitoga povijesnoga, arheološkoga, umjetničkoga, znanstvenoga, društvenoga ili tehničkoga značaja.

U pokretnu kulturnu baštinu spadaju pokretne stvari koje su od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkoga i znanstvenoga značenja. To mogu biti filmovi, arheološki nalazi, arhivska građa, zbirke predmeta u mnogim ustanovama, kazališni rekviziti, itd.

Nematerijalna kulturna baština pak označava vještine, izvedbe, izričaje, znanja, umijeća, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i u nekim slučajevima, pojedinci prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine. Manifestira se usmenom predajom ili izričajima, izvedbenom umjetnošću, običajima, obredima, svečanostima, tradicijskim obrtima itd.

Osim kulturne baštine, radi usporedbe bilo bi dobro spomenuti i prirodnu baštinu koja je također velikim djelom zaslužna za turistički aspekt bilo kojeg mjesta. "Prirodna baština čini relevantan dio kulture, obuhvaćajući krajolik i prirodni okoliš, biljni i životinjski svijet." (Jelinčić, 2010: 22)

3.1. Kulturna baština na Pagu

Otok Pag odiše kulturnom i prirodnom baštinom. Pag je peti najveći otok u našem moru te se smatra najrazvedenijim otokom naše obale. Često ga se naziva Mjesečevim otokom, što se povezuje s manjkom vegetacije. Točnije, vegetaciju otoka Paga čini krš, a ponegdje rastu aromatične biljke ili malo zelenila. Navedeno je posljedica česte bure. Prirodna baština otoka Paga nudi nekoliko prirodnih lokacija koje se svakako preporučuju za posjetu turista. To su: Paški trokut, Lokunja, Sveti Vid, petnaesti meridijan i suhozidi. Paški trokut čini otisak u kamenjaru na brdu Tusto čelo. Naime, kamenje koje se nalazi unutar trokuta svijetlije je boje od kamenja oko trokuta. Osim toga, kamenje unutar trokuta isijava crvenu boju nakon izlaganja suncu ili ultraljubičastom zračenju, što je vrlo zanimljiv fenomen. Mjesto Lokunja prirodno je lječilište s ljekovitim blatom koje pomaže kod raznih zdravstvenih problema (npr. reume) te potiče metabolizam i cirkulaciju. Sveti Vid je najviša točka otoka Paga s koje se pruža prekrasan pogled na otok Pag, druge otoke te more. Nalazi se odmah iznad Paškog zaljeva, a ime je dobio po crkvi svetog Vida čiji se ostatci mogu vidjeti na vrhu. Poznato je kako se otok Pag nalazi na petnaestom meridijanu istočne geografske dužine, prema kojemu se računa srednjoeuropsko vrijeme. Kako bi se navedeno obilježilo, otok Pag izgradio je mramorni spomenik s obilježenim petnaestim meridijanom. Pag je također poznat po suhozidima koji najčešće čine ograde na otoku. Suhozidi pripadaju u autohtono graditeljstvo te pred-

stavljaju svojevrsan spomenik života na otoku. Od 2013. godine suhozidi su zakonom zaštićeni te pripadaju u nematerijalna kulturna dobra.

Pokretnim kulturnim dobrom smatra se zasigurno najpoznatiji dio kulturne baštine ovoga otoka, paška čipka. Vjeruje se kako nastaje još u 15. stoljeću zbog izrade crkvenog te ženskog ruha. Vremenom je paška čipka postala dekoracija u domovima otočana. Može ju se pronaći kao ukras na namještaju ili odjeći, u funkciji stolnjaka i slično. Pašku čipku moguće je vidjeti u Galeriji paške čipke u Kneževoj palači gdje se čuvaju i skupljaju razni uzorci već zadnjih 150 godina. Koliko je paška čipka posebna i važna, govori nam i činjenica da ju je UNESCO 2009. godine uvrstio na listu nematerijalne i kulturne baštine. Osim po čipki, otok Pag poznat je i po soli. Skladišta soli pod nazivom Magazin soli nastaju još u 17. stoljeću, a moguće je pogledati izložbu solarstva. Ova skladišta, osim što su kulturna baština, pripadaju i u spomenike industrijske arhitekture.

Stari grad Pag naziv je za svetište i arheološko nalazište u kojemu se nalazi crkva svete Marije. Navedena je crkva poznata po kipu Djevice Marije, a koji se svake godine na blagdan Velike Gospe (15.8.) iznosi iz crkve te odlazi na hodočašće od Starog Grada do grada Paga. Ova tradicija nastala je još 1885. godine. U kulturu baštinu Paga pripadaju i Kula Skripanat iz 15. stoljeća te Paška flota. U kuli se danas održavaju razne manifestacije, a Paška flota potaknula je razvoj ronilačkog turizma na ovom otoku. Otok je poznat i po prvom hrvatskom papirnatom novcu. Danas taj novac predstavlja kulturno-povijesnu-materijalnu baštinu otoka Paga.

Grad sadrži i razne spomenike kulturne baštine. U središtu grada nalazi se crkva svete Katarine koja datira iz 1908. godine i crkva Majke Božje od Ružarija koja se sagrađena u 17. stoljeću. Osim toga, Novalja ima i svoj gradski muzej najpoznatiji po Talijanovoj buži, tj. antičkom podzemnom vodovodu. U muzeju se također nalaze etnografske zbirke te izložbe hrvatskih umjetnika. Izložbe se ponekad odvijaju i u Galeriji Era koja postoji zadnjih tridesetak godina. Kulturnoj baštini Novalje pripadaju i novaljski relikvijari – drvena škrinja sa staklenom urnom i srebrnom eliptičnom posudom te poligonalni relikvijar. Godine 2004. na dnu mora pronađene su amfore koje su služile za prijevoz raznih proizvoda (npr. ulja, vina), a za koje se utvrdilo da datiraju iz 1. stoljeća prije Krista. Ovo je nalazište dostupno svim ronici-

ma. Uvala Caska također se smatra kulturnim dobrom Novalje jer se na njezinom dnu nalazi potopljeni grad čiji se ostatci mogu vidjeti prilikom ronjenja.

Antolović (2009) navodi osnovna načela zaštite i očuvanja kulturne baštine, a ona uključuju: načelo zakonitosti i/ili tradicije, načelo prepoznavanja baštine, načelo dokumentiranosti, načelo multidisciplinarnog pristupa, načelo očuvanja spomeničke vrijednosti, načelo granične koristi, načelo ekonomskog vrednovanja i načelo dobrog gospodarenja. Prvo načelo, načelo zakonitosti i/ili tradicije odnosi se na zaštitu kulturnih dobara koja su dio tradicije. Načelo prepoznavanja baštine ističe važnost poznavanja kulturnih dobara koja čine kulturnu baštinu, a s ciljem očuvanja te baštine. Kulturna se baština ne može zaštititi i očuvati ukoliko nije identificirana. Također je važno da je kulturna baština dokumentirana, tj. da postoji određena dokumentacija koja utvrđuje da određena dobra pripadaju kulturnoj baštini. Načelo očuvanja spomeničke vrijednosti odnosi se na određivanje nadzora nad zaštićenim kulturnim dobrima, dok se načelo granične koristi odnosi na razumno ponašanje prema dobrima. Potrebno je očuvati i ekonomsku vrijednost baštine, kao i dobro gospodariti određenim kulturnim dobrima.

4. MENADŽMENT

Menadžment se općenito definira kao „donošenje odluka o onome što treba biti učinjeno radom i naporima drugih ljudi kako bi se postigli planirani ciljevi“. (Antolović, 2009: 15) Menadžment ove plaže bazira se najviše na e-marketingu, tj. oglašavanju putem društvenih mreža, portala i slično. Vrlo je bitno da mediji izvještavaju o raznim događajima i prije održavanja (najava događaja), kao i nakon održavanja. Međutim, Zrće se u medijima u većini slučajeva ističe negativnim vijestima. Pojedini su naslovi na portalima sljedeći: „Bečanke tvrde da su ih na Zrću pretukli zaštitari, organizator odbacuje sve optužbe“, „Na Zrću ubio mladića: Britanac dobio 25 godina kazne zatvora“, „Golotinja, alkohol, seks, 'šore': Što sve nećemo vidjeti na Zrću“... Iako se Zrće poprilično često u medijima spominje s negativnim konotacijama, kao središte alkohola, droge i slično, još uvijek je iznimno popularno odredište za mlade željne zabave. Za promidžbu turizma, kako Zrća, tako i kulturne baštine, vrlo je važno odabrati dobre menadžmentske i marketinške trikove. Jasno je da je cilj menadžmenta u okviru Zrća povećati broj dolazaka ljudi te samim time povećati zaradu. Razni klubovi na Zrću, kao što su Aquarius, Papaya, Kalypso i slično, promoviraju se putem web stranica te društve-

nih mreža koje svakodnevno izvještavaju o raznim festivalima, nastupima i slično. Zanimljivo je da su sve web stranice na engleskom jeziku, prema čemu se zaključuje kako je Zrće orijentirano na strane posjetitelje. Razlog toga leži u činjenici da stranci imaju više novca ili su voljni potrošiti više novca na ovakav oblik turizma te ih je zbog toga potrebno privući u Hrvatsku pa je logično da web stranice budu na engleskom jeziku te dostupne i razumljive svima.

Navedeni su klubovi poznati po techno, house, hip-hop ili r'n'b glazbi te brojnim plesačima i plesačicama. Gotovo svako ljeto moguće je prisustvovati nastupima poznatih DJ-a, kao što su Armin van Buuren, Swedish House Mafia, DJ Tiesto... Klubovi su moderno uređeni, s bazenima, postoljima za ples i barovima unutar samih bazena. U okviru *clubbing* turizma razvio se i destinacijski menadžment koji se bavi poslovima najma smještaja, organizacijom transfera, organizacijom partyja, dovođenjem izvođača i slično. Glavni je cilj ove vrste menadžmenta osigurati kvalitetnu uslugu na određenoj destinaciji. Vidljivo je da je ova vrsta menadžmenta zastupljena i na Zrću. Na web stranicama Zrća moguće je kupiti ulaznice za festivale, osigurati si smještaj, vidjeti razne reklame za restorane, festivale, sportsku rekreaciju i slično. Zanimljivo je da se na web stranicama može praviti i prijenos uživo s raznih mjesta u Novalji, tako da turisti mogu prije dolaska vidjeti kako izgleda Novalja i Zrće. Razni menadžerski i marketinški postupci koriste se u promoviranju plaže Zrće, ali i u promoviranju posjeta kulturnim dobrima. Menadžment koji zagovara posjetu kulturnim dobrima naziva se kulturnim menadžmentom.

4.1. Menadžment u kulturi

„Kulturni menadžment, kao dio kulturologije, ali i suvremenog menadžmenta, polazi od gledišta da je kultura sustav unutar kojeg se svjesnim ljudskim djelovanjem može oblikovati, obrazovati, uređivati, upravljati, usmjeravati razvoj, riječju, unutar kojeg se mogu organizirati uvjeti kulturnog i, posebno, umjetničkog stvaralaštva, oblici njegova plasmana i prijema u najširoj javnosti.“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2013: 13) Jedan od njegovih osnovnih zadataka je planiranje i poticanje razvoja kulturnih aktivnosti i programa. Antolović (2009) navodi primjer odnosa menadžmenta i kulture spominjujući festival što lako možemo poveza-

ti sa Zrcem. Naime, radi se o Salcburškom festivalu koji je osnovan početkom dvadesetih godina prošlog stoljeća. Na samom početku nisu očekivali puno, pogotovo jer ideju pokreću za vrijeme velike ekonomske krize, pri čemu su naišli i na veliko nezadovoljstvo građana koji su smatrali da će dolazak gostiju na festival ugroziti njihove zalihe hrane koje je i ovako i onako bilo malo. No, organizatori su bili uporni te se festival održavao iz godine u godinu te nakon Drugog svjetskog rata doživio svoj veliki uspon. “Danas posjetitelj ovoga Festivala doputuje na tjedan dana u Salzburg i to će ga zadovoljstvo stajati najmanje dvije tisuće eura, a ako poželi skuplje karte ili bolji smještaj njegovi troškovi vrtoglavo će narasti.” Tako danas, umjetnici koji sudjeluju na ovom festivalu shvaćaju njegovu kulturnu i poslovnu važnost. Antolović (2009) navodi da postoje temeljne i posebne funkcije menadžmenta u kulturi.

4.1.1. Temeljne funkcije menadžmenta u kulturi

Prije prve faze, planiranja, potrebno je proći kroz nekoliko koraka kako bi realno procijenili moguće ciljeve. Prvi korak je utvrđivanje ciljeva koji moraju biti što jasnije određeni, zatim pretpostavke planiranja, računanje na mogućnosti drugačijih pravaca akcije, vrednovanje istih, izbor najboljeg pravca akcije, utvrđivanje izvedbenih planova te na kraju, utvrđivanje budžeta potrebnog za izvedbu planiranog. Nakon prolaska kroz “nulti korak” slijedi planiranje koje “uključuje odabiranje zadataka i ciljeva, te akcija kojima bi se oni postigli.” (Antolović, 2009: 31) U toj prvoj fazi najčešće se provodi SWOT analiza, anketno istraživanje i slično. Analizira se svaki korak kako bi bili spremni na sve mogućnosti te došli do najboljeg mogućeg ishoda. Druga faza je organiziranje. U ovoj fazi uspostavlja se struktura uloga, odnosno spajaju se ciljevi s ljudima koji ih mogu na najbolji i najefikasniji način ispuniti. Organizacija u kulturi nosi sa sobom podjelu na dva moguća ishoda, a to su organiziranje unutar ustanove (institucije) i samostalno organiziranje kulturnih programa. Treća faza je upravljanje ljudskim potencijalima. To je jedna od najzahtjevnijih zadaća za svakog menadžera. Dakle, riječ je o biranju tima koji će najbolje doći do cilja a pritom moraju biti motivirani te obrazovani i stručni. Četvrta faza je vođenje odnosno “utjecanje na ljude kako bi pridonijeli organizaciji i ostvarenju skupnih ciljeva.” (Antolović, 2009: 42) Najvažnija stavka ove faze je jasna komunikacija. Peta i posljednja faza je kontrola kojoj je cilj pomoći u ostvarenju rezultata, prilagodba na promjene, sprječavanje negativnih učinaka te minimiziranje troškova.

4.1.2. Posebne funkcije menadžmenta u kulturi

Prva funkcija je doprinos kulturi. Za razliku od menadžmenta u gospodarstvu, menadžmentu u kulturi nije glavni cilj ostvarenje dobiti, već se programima i projektima korisnicima želi dati "novi doživljaj". (Antolović, 2009) Druga funkcija je poticanje kreativnosti i stvaralaštva što je jedan od najbitnijih pokretača svih procesa u kulturi. Dakle, menadžeri moraju shvatiti da je jako bitno otkrivati kreativnost i stvaralaštvo kako bi se ostvario što veći doprinos u kulturi. Treća funkcija je odnos prema publici. Nema galerije bez posjetitelja, kazališta bez gledatelja, glazbenog festivala bez slušatelja... Nužno je zainteresirati građane za program te uvijek biti iskreni prema svojoj publici jer se ona stvara i valja čuvati. Posljednja posebna funkcija menadžmenta u kulturi je obrazovni karakter. U interakciji između djela i publike ostvaruje se edukativni proces koji obilježava programe i projekte u kulturi.

5. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA GRADA PAGA

Dragičević - Šešić i Stojković (2013) navode dva tipa istraživanja neophodna za izradu strateškog plana. Prvi tip istraživanja je u području kulturnog menadžmenta i kulturne politike te drugi istraživanje publike i ne - publike. Strategija razvoja jednog područja mora uzeti u obzir cijelo socio - kulturno područje određenog sustava kulture. "Uporaba svih raspoloživih podataka iz široko zasnovanih marketinških istraživanja, neophodna je u stvaranju programske i poslovne politike kulturne institucije da bi ona bila konkurentna u odnosu na ostatak kulturne ponude." (Dragičević - Šešić, Stojković, 2013: 80) Nakon definiranja misije i izvršavanja strateške analize treba donjeti dugoročne strateške ciljeve, godišnje ciljeve, predvidjeti strategije i metode realiziranja plana, precizirati budžet te konačno sve realizirati i evaulirati kako bi se moglo nastaviti s pokretanjima novih misija.

Tijekom proteklih godina donesen je Strateški plan razvoja turizma grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godine. Cilj ovog plana bio je povećati kvalitetu života stanovništva otoka Paga, očuvati prirodnu i kulturnu baštinu te razvijati turizam. Podatci su pokazali da je turistička ponuda Paga ocijenjena ispodprosječnom ocjenom (3,1), što je dovelo do razvijanja navedenog plana s ciljem povećanja te ocjene. Uvidjelo se i kako je kulturna i povijesna baština nedovoljno iskorištena, a cilj je iskoristiti sve potencijale otoka. „Lokalna kultura života

i rada, okrunjena i UNESCO zaštitom, podizanje konkurentne sposobnosti cijelog turističkog sektora te njegova povezanost i uklopljenost u diversificiranu gospodarsku strukturu kao i inovativnost i kreativnost ponude te korištenje 'zelenih' tehnologija izdvajaju se pri tome kao ključna usmjerenja razvoja turizma. Ključne odrednice željenog imidža kao i najvažnije atrakcije grada Paga dionici povezuju s etno baštinom odnosno nacionalno i regionalno prepoznatljivim brendovima Paga (čipka, sir, sol, janjetina), reljefom te kulturnom baštinom.“ (Telišman-Košuta i sur., 2015: 54) Autori ovog strateškog plana navode kako je potrebno provesti određene programe do 2020. godine kako bi se ostvarili svi postavljeni ciljevi. Neki od programa uključivali su: uređenje Muzeja paške čipke, uređenje Magazina soli, uspostavu interpretacijskog centra paške soli kao jedinstvene institucije za prezentaciju tradicije solarstva Paga te interpretacijskog centra paške ovce i sira kao jedinstvene institucije za prezentaciju tradicije uzgoja ovaca i proizvodnje sira na Pagu, uređenje Starog grada Paga, promicanje raznih manifestacija (Paški festival hrane i vina), povećanje dostupnosti informacija o Pagu i sadržajima otoka, uređivanje plaža i šetnica, izgradnju vidikovaca...

5.1. Kulturna politika na Pagu

Na službenim stranicama otoka Paga mogu se naći mnogi dokumenti koji nam mogu pomoći pri boljem shvaćanju kulturne politike koja se provodi na otoku. Naime, gradonačelnik grada Paga, Ante Fabijanić, sastavio je Vodič za građane za 2022. godinu u kojem predstavlja planove i aktivnosti gradske vlasti vezane za korištenje javnih sredstava. Naime, proračunski korisnici Grada Paga su Dječji vrtić “Paški mališani” Pag, Gradska knjižnica Pag i Javna vatrogasna postrojba Pag. Jedini ovlašten predlagatelj Proračuna je gradonačelnik. On je odgovoran za zakonito planiranje i izvršavanje proračuna te za ekonomično raspolaganje proračunskim sredstvima, a proračun donosi Gradsko vijeće prije početka proračunske godine koja se u ovom slučaju poklapa s kalendarskom te traje od 01.siječnja do 31.prosinca. Planirana ulaganja sadrže ulaganje u održavanje i poboljšanje postojeće infrastrukture, održavanje parkova i zelenih površina, uređenje plaža, šetnica, groblja, dječjih, teniskih i nogometnih igrališta, nerazvrstanih cesta, javne rasvjete itd. Ulaže se u obrazovanje tako da je suizdvojena sredstva za isplatu stipendija studentima, sufinanciranje nabave školskih knjiga te trošak javnog prijevoza u školu. Gradonačelnik naglašava svoj stav da su mladi i obrazovani ljudi temelj društva te im se iz tog razloga pruža pomoć i motivira ih se na ovakav način. Iz tog

razloga, na službenim stranicama Paga može se naći anketa za mlade kojom se želi saznati mišljenje mladih o pojedinostima koje bi istaknuli kao pozitivne, mišljenje o tome kako bi poboljšali život mladih na ovom prostoru, ispituje se zadovoljstvo trenutnim stanjem itd. Za 2018. i 2019. godinu su objavljeni i programi rada Savjeta mladih. Istraživanje i zaštita kulturne baštine također pronalazi svoje mjesto u proračunu pa je tako za zaštitni znak i zaštitu paške čipke planirano 4.000,00 kuna financirano od općih prihoda i primitaka za nematerijalnu imovinu. Za nematerijalnu proizvedenu imovinu planira se 30.000,00 kuna za arheološka istraživanja te za rad kapelnika Gradske glazbe Pag planirano je 95.000,00 kuna.

Prije početka godine razglašen je Javni poziv za financiranje javnih potreba Grada Paga pri čemu su dodijeljena financijska sredstva za javne potrebe u kulturi i sportu. Naime, ulaganje u kulturu 2022. godine na ovakav način je pripalo Umjetničkoj organizaciji Lovro&Nina, Gradskoj glazbi Pag, Karnevalskoj udruzi Markova kumpanija, Ogranku Matice hrvatske u Pagu, Društvo paških čipkarica Frane Budak te Gradskoj knjižnici Pag.

5.1. Clubbing turizam

Unatoč svim nabrojanim kulturnim dobrima, u medijima se ipak više spominje Zrće kao smjernica za povećanje turističkih posjeta. Jelinčić (2010) navodi modernizaciju kao pojam koji ima snažan utjecaj na “zaborav” kulturne baštine. Navodi gradnju hotela na mjestima gdje su nekada bile tradicijske građevine kako bi se razvio turizam. Kožul (2018) nas u svom diplomskom radu “Utjecaj clubbing turizma na transformaciju Grada Novalje” uvodi u kratku povijest “hrvatske Ibize”. Naime, 1987. godine otvara se maleni beach bar na jednoj od tada ne toliko poznatoj plaži u Novalji. Riječ je o današnjem Kalypsu koji radi “punom parom” te privlači ljude iz cijeloga svijeta na što njegov osnivač kaže da najviše utjecalo investiranje u programe i privlačenje svjetski poznatih DJ-eva. Nakon 15 godina otvara se još dva kluba, a potom tijekom godina do danas još četiri, što znači da Zrće danas broji sedam klubova.

Činjenica je da je Novalja postala poznata turistička destinacija tek 2000-ih godina zahvaljujući upravo Zrću, tj. klubovima koji se otvaraju na ovoj plaži. Statistički podatci pokazuju da je od tada broj turističkih posjeta u porastu u odnosu na prijašnje godine. Kožul (2018) je u srpnju i kolovozu 2018. godine proveo istraživanje kojim je želio saznati primarnu

motivaciju dolazaka turista u Novalju. Čak 48 % ispitanika navelo je kako je u Novalju došlo zbog klubova i plaže Zrće. Postotci ostalih ispitanika podjednako su podijeljeni te uglavnom dolaze u Novalju zbog posjeta obitelji i prijateljima, preporuka poznanika, ljepote krajolika i slično.

Navedeni podatci potvrđuju činjenicu da je Novalja poznatija po *clubbing* turizmu i Zrću nego po kulturnoj baštini. Plaža Zrće naziva se još i hrvatskom Ibizom te se naglašava kako je zabava zagarantirana 24 sata na dan. Ovakva vrsta turizma naziva se *clubbing* turizmom te bi se mogla definirati kao „boravak u destinacijama u kojima je osnovna motivacija posjet, boravak i provod u noćnim klubovima, barovima ili pubovima“. (Kožul, 2018: 7) Smatra se kako je ova vrsta turizma nastala 1980-ih na Ibizi pa je shvatljivo zašto se Zrće naziva hrvatskom Ibizom. Kožul (2018) navodi kako je Novalja doživjela velike promjene zbog utjecaja ove vrste turizma te da je predvodnik *clubbing* turizma u Republici Hrvatskoj. *Clubbing* turizam u Novalji je nastao spontano, tj. barovi na plaži toliko su se sviđjeli mladima da je s godinama Zrće postalo nezaobilazna party destinacija. Kada je riječ o *clubbing* turizmu Kožul (2018) upozorava na preklapanje pojmova *clubbing* i festivalskog turizma. Naime, posjetitelje je teško svrstati u jedan od ta dva oblika turizma, s obzirom da su usko povezani. Glazbeni festivali većinom asociraju na otvorenom prostoru uz pozornicu i eventualno pokoji šank, no na Zrću se upravo festivali nerijetko odvijaju u samim klubovima.

O popularnosti ove destinacije govori i činjenica da su pojedini klubovi Zrća uvršteni na popis najboljih klubova na svijetu, s time da klub *Papaya* drži visoko 6. mjesto. Ipak, mnogi se lokalni stanovnici Novalje žale na Zrće i posljedice *clubbing* turizma (mladi u alkoholiziranom stanju, mnoštvo smeća po ulicama, buka...). Međutim, gotovo svi stanovnici ipak imaju koristi od Zrća i dolaska mnoštva turista, npr. puni restorani i barovi, popunjeni kapaciteti smještaja i slično. Vidljivo je da je manje turista u Novalji u danima kada se na Zrću ne odvijaju nikakvi festivali. Budući da je 2020. godina donijela pandemiju COVID-19 te razne zabrane i ograničenja kretanja, Novalja je te godine imala znatno manji broj turista, osobito onih koji su došli zbog Zrća. Mediji su izvještavali o širenju zaraze COVID-19 u klubovima na Zrću, što nije bila dobra reklama za ovu plažu. Zbog toga se počela razvijati i nova vrsta turizma, *outdoor* turizam koji se očituje u vožnji biciklom, planinarenju i sličnim aktivnostima u prirodi na zraku. Iako ovaj oblik turizma postaje sve popularniji, čini se da nikada neće „izgurati“ *clubbing* turizam s prvog mjesta, barem što se tiče Novalje i Zrća. Razlog toga

može se pronaći u činjenici da mladi koji dolaze na Zrću ne pokazuju zanimanje za bilo kakve druge aktivnosti osim partyjanja. „Budući da se turistička ponuda na Zrću i oko njega bazira isključivo na klupskom turizmu, ostali oblici turizma, iako imaju potencijal za razvijanje, ne dolaze do izražaja i u pravilu su zanemareni. Razlog za to je moguće pronaći u dobro poznatoj činjenici da je klupski turizam zapravo turizam za specifičnu grupu mladih ljudi, koji osim klubova ne pokazuju pretjerani interes za ostalim oblicima aktivnog ili pasivnog odmora.“ (Lozovina, 2021: 19)

Može se primijetiti kako ponekad ljudi izbjegavaju Novalju kao destinaciju za ljetovanje ukoliko žele mirno provesti odmor. Lokalni stanovnici Novalje nisu zadovoljni *clubbing* turizmom. Kožul (2018) navodi kako je istraživanje iz 2013. godine donijelo podatke kako stanovnici Novalje žele kvalitetnije goste. Manji broj stanovnika smatra da se treba ulagati u *clubbing* turizam te ga i dalje promovirati. Ipak, veći broj stanovnika želi se okrenuti obiteljskom turizmu koji je svakako mirniji od *clubbing* turizma. Većina se posjetitelja Novalje, tj. ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, njih 67 %, slaže s činjenicom da je *clubbing* turizam kao posljedicu imao prepoznatljivost Novalje kao turističke destinacije. Jasno je da treba uskladiti sve vrste turizma u Novalji, pa tako i kulturnu baštinu s *clubbing* turizmom na Zrću. Zbog toga će se provesti istraživanje s ciljem utvrđivanja je li napredak party turizma na Zrću utjecao pozitivno ili negativno na cjelokupni turizam i poznavanje kulturne baštine Novalje i otoka Paga.

Iako je možda pretpostavka da je kulturna baština zanemarena razvojem *clubbing* turizma, kulturne manifestacije se održavaju i na Zrću putem glazbenih festivala unutar samih klubova. Objasniti ću pojam i glavne odlike festivala u nastavku kako bi lakše shvatili kako jedna plaža u Novalji koja se toliko negativno prikazuje ima i svoj kulturni aspekt.

5.2. Kulturni turizam

“O kulturnome se turizmu često govori i piše kao o veoma važnom i brzo rastućem u globalnim razmjerima.” (Cetinski, Šugar i Perić, 2012: 108) Autori navode mnoge definicije kulturnog turizma jer svaka organizacija koja se bavi tim dvama usko povezanim područjima ima svoju definiciju. Definicija Svjetske turističke organizacije - WTO-a glasi da su to “puto-

vanja motivirana prije svega kulturom, poput studijskih putovanja, posjeta kulturnim manifestacijama, festivalima i drugim kulturnim događajima, posjeti spomenicima.” (Cetinski, Šugar i Perić, 2012: 108) Hrvatska *Strategija razvoja kulturnog turizma* razlikuje tri vrste “kulturnih turista”: oni koji su privučeni kulturnim događajima te vole da ih se tretira kao posebne goste, oni koji su tek površno zainteresirani za kulturu jer su izbirljivi oko toga na što troše svoj novac te vole biti zadovoljni onime što plate i oni koji su privučeni kulturom, odnosno tek tijekom boravka na određenoj destinaciji se odlučuju posjetiti neke od kulturnih atrakcija koje mjesto nudi.

Dragičević - Šešić i Stojković (2013) kada govore o kulturnom turizmu razdvajaju turistička putovanja na povijesna, geografska i ona koja nas zanimaju, a to su kulturološka. Naime, spominju festivalski turizam koji se razvija paralelno s novijim festivalima diljem svijeta. Autori kao jedan od primjera navode Exit festival u Novom Sadu koji privlači velik broj mladih ljudi iz cijele Europe. Exit festival bi se mogao usporediti s festivalima koji se održavaju na Zrću svake godine.

Turizam donosi razne koristi, ali i štetu turističkim destinacijama. Svakako se ističe ekonomska korist, tj. rast dohotka, zapošljavanja, porast javnih prihoda, lokalni rast i razvoj i slično. Turizam podiže kvalitetu i standard života lokalnog stanovništva. Turisti, nažalost, sa sobom donose i određene štete, kao npr. buku, onečišćenje okoliša, prenapučenost, gužve i slično. Cilj je poticati održivi turistični razvoj, koji se definira „kao razvoj koji poštuje i sociokulturnu izvornost (autentičnost) domaćina, čuva izgrađeno i životno kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti te doprinosi interkulturalnom razumijevanju i toleranciji“. (Švarčan, 2021: 14) Kao temeljna svrha održivog turističkog razvoja ističe se očuvanje prirodne i kulturne baštine, zaštita tradicije i raznovrsnosti. Zbog toga se održavaju razne manifestacije, npr. Fešta od maja, Uskrсни doručak, Festival pisme na kanat...

5.2.1. Festivali

“Svojim svečanim karakterom festival je privlačan i najširoj publici, te sam po sebi postaje izuzetan animacijski čimbenik.” (Dragičević - Šešić i Stojković, 2013)

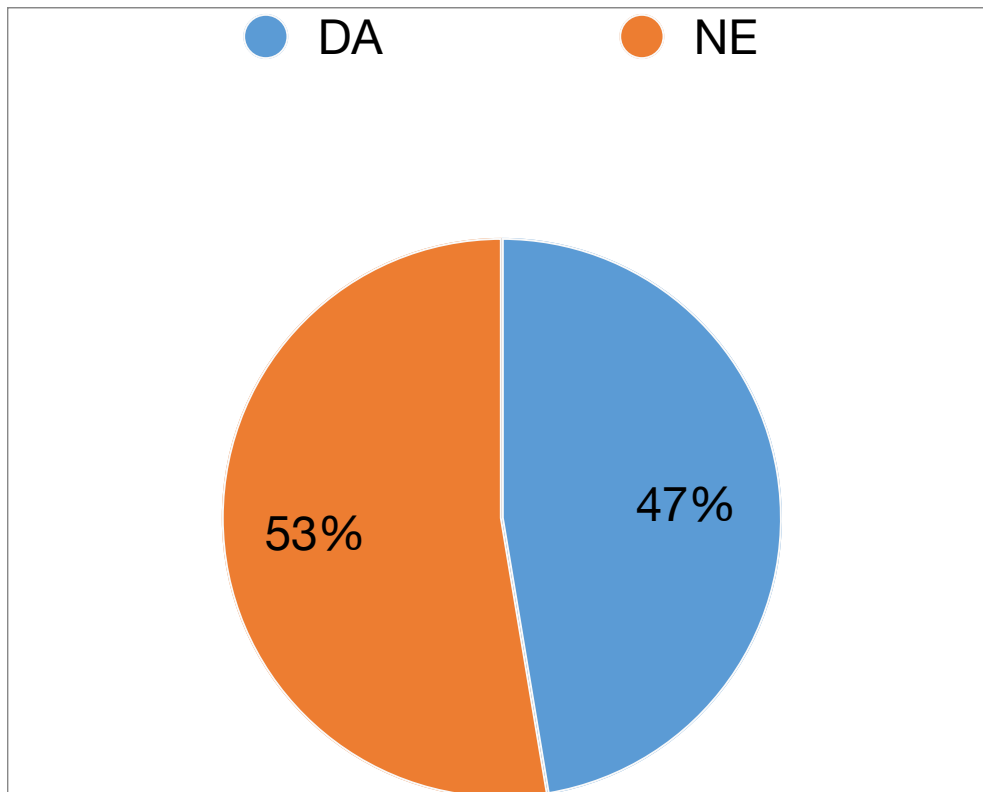
Dragičević - Šešić i Stojković (2013) nas uvode u sedam faza menadžmenta festivala. Prva faza je izrada koncepcije odnosno briga o vremenu održavanja, geopolitički karakter i sadržaji. Zatim slijedi izrada organizacijskog modela festivala koja uključuje utvrđivanje upravne strukture, utvrđivanje glavnih i sprednih programa, trajanje itd. te izradu akcijskog plana, odnosno potreban budžet, tim zadužen za ostvarenje cilja festivala... Treća faza uključuje odabir programa, usvajanje odabira, razradu koncepcije marketinga i PR-a. Nakon toga slijedi ugovaranje uvjeta sudjelovanja na festivalu te oblikovanje istog po danima i satima. Peta faza je jedna od najvažnijih u današnje vrijeme a to je marketinška akcija, odnosno oglašavanje, pozivi za sudjelovanje novinarima, gostima i ostalim sudionicima. Zatim slijedi samo odvijanje festivala koje sa sobom nosi ne samo brigu o svemu na samom festivalu, već i doček gostiju, smještaj i prijevoz sudionika i slično. Posljednja faza je analiza i vrednovanje koja je potrebna kako bi se vidjelo pri čemu se griješilo, što treba poboljšati u daljnjem radu, jesu li organizatori zadovoljni ishodom, profitom, odazivom, isplati li se ulagati dalje u isti oblik festivala itd.

Glazbeni festivali su među najpoznatijim i najposjećenijim festivalima u svijetu. To nam potvrđuje činjenica da potražnja često uvelike prevladava ponudu, odnosno ponekad zahtjevi za kupovinom ulaznica za određeni festival nadmaše kapacitet koji festival može podnijeti. Razlozi za utemeljenje i održavanje glazbenih festivala su nastojanje da se prevlada zativorenost kulturnih institucija, povoljniji troškovi organiziranja festivala u usporedbi s djelovanjem glazbenih kuća i činjenica da zakonska regulativa određuje uvjete angažiranja osoblja kulturnih institucija, ali se to ne odnosi na festivale.

Danas u Republici Hrvatskoj djeluje mreža Clubture koja nastoji povezati razne kulturne i umjetničke sadržaje i zajednički kreirati programe i projekte. „Ovaj program uključuje najrazličitije oblike: performanse, audio i video instalacije, kazališne i plesne predstave, filmske projekcije, predavanja, izložbe, radionice itd. Na taj se način široj javnosti predstavljaju raznovrsni oblici urbane i suvremene kulture i umjetnosti, kulture mladih, aktivistički i socijalno angažirani programi itd.“ (Vidović, 2007: 49) U ovu bi mrežu bilo korisno uključiti i otok Pag te samim time ponuditi više kulturnih sadržaja turistima.

6. REZULTATI ANKETE

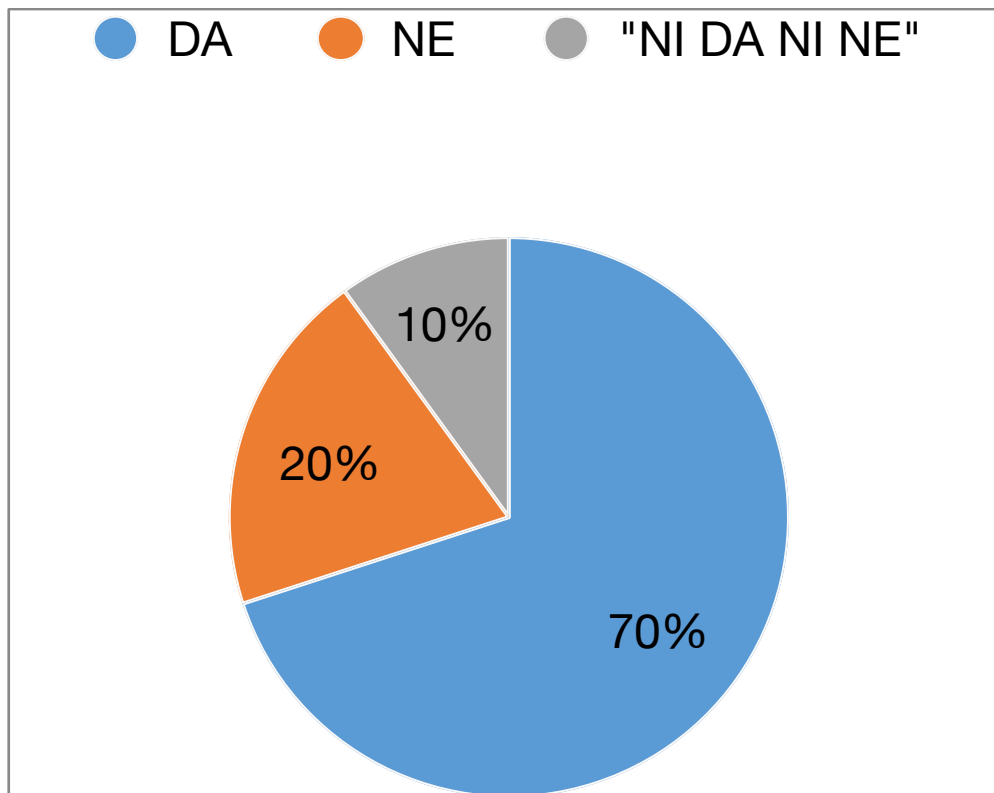
Ova kratka anketa provedena je među 19 mladih ljudi iz Hrvatske u dobi 22 - 25 godina u kojoj su pitanja koncipirana na način da prate ovaj završni rad. Naime, prvo pitanje bilo je jednostavno, a to je jesu li posjetili Zrće. 47% ispitanika, odnosno 9 ispitanika, posjetilo je Zrće, dok 53%, odnosno 10 ispitanika, nije nikada bilo na Zrću.



Grafikon 1. "Jeste li posjetili Zrće?" (N=19)

Izvor: Vlastita anketa, kolovoz 2022.

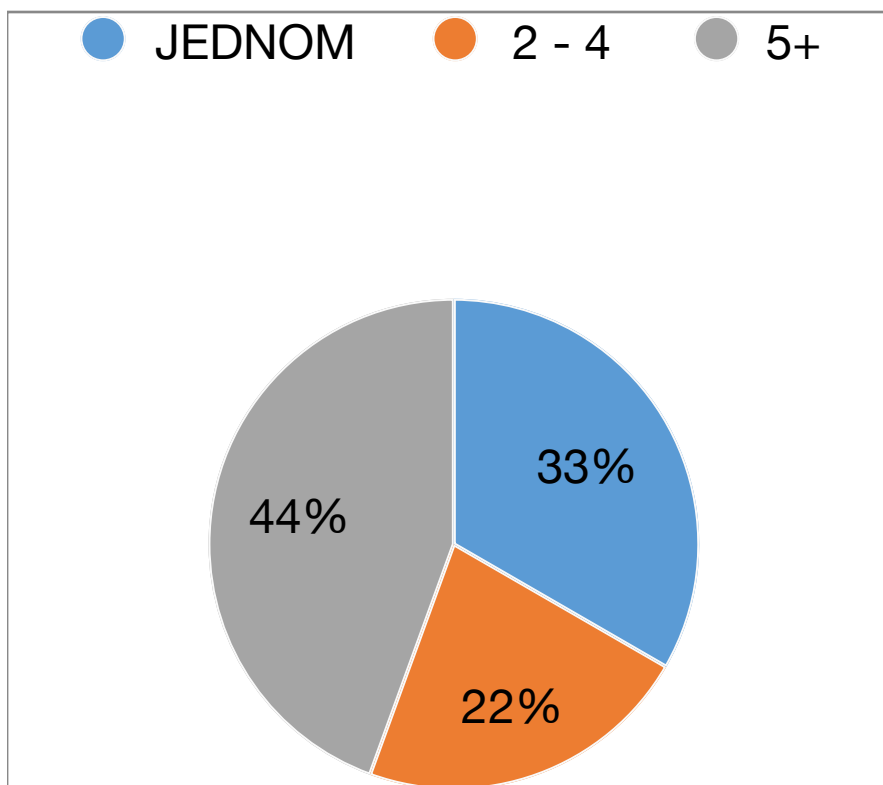
Nakon pomalo iznenađujućih postotaka, oni koji su odgovorili s "ne" trebali su odgovoriti bi li voljeli otići, te zašto da ili zašto ne. Sedam ispitanika, odnosno 70% odgovorilo je s "da", a odgovori na pitanje zašto bili su uglavnom radi iskustva i doživljaja, izvođača, festivala, dobre zabave i atmosfere te je jedan od odgovora glasio "Da vidim iz prve ruke je li uistinu tako dobro ili loše s obzirom da su mišljenja ljudi koji su bili tamo dosta podijeljena... a i kada ću ako ne sad." (ispitanica 1) Dvoje ispitanika odgovorili su da ne bi otišli jer im se ne sviđa i ne privlači ih Zrće, a jedan ispitanik je bio neutralan te je odgovorio jednostavno s "ni da ni ne" (ispitanik 2)



Grafikon 2. "Biste li voljeli posjetiti Zrće?" (N=10)

Izvor: Vlastita anketa, kolovoz 2022.

Nakon provjere što je kod Zrća privlačno ili odbojno onima koji nikada nisu bili tamo, okrećemo se iskustvima ispitanika koji su bili na Zrću barem jednom. Na pitanje "Koliko puta ste posjetili Zrće" ponuđeni odgovori su bili "jednom", "dva - četiri puta", "više od puta". Troje ispitanika posjetilo je jednom Zrće od čega bi dvoje ponovilo svoj odlazak, dok jedna ispitanica nije zainteresirana za ponovni odlazak zbog toga što ju se nije pretjerano dojmilo te je rekla da je htjela samo jednom u životu to iskusiti, no da nije "njezin đir" (ispitanica 3). Dvoje ispitanika bilo je na Zrću 2 - 5 puta, a četvero ispitanika posjetilo je Zrće više od pet puta.

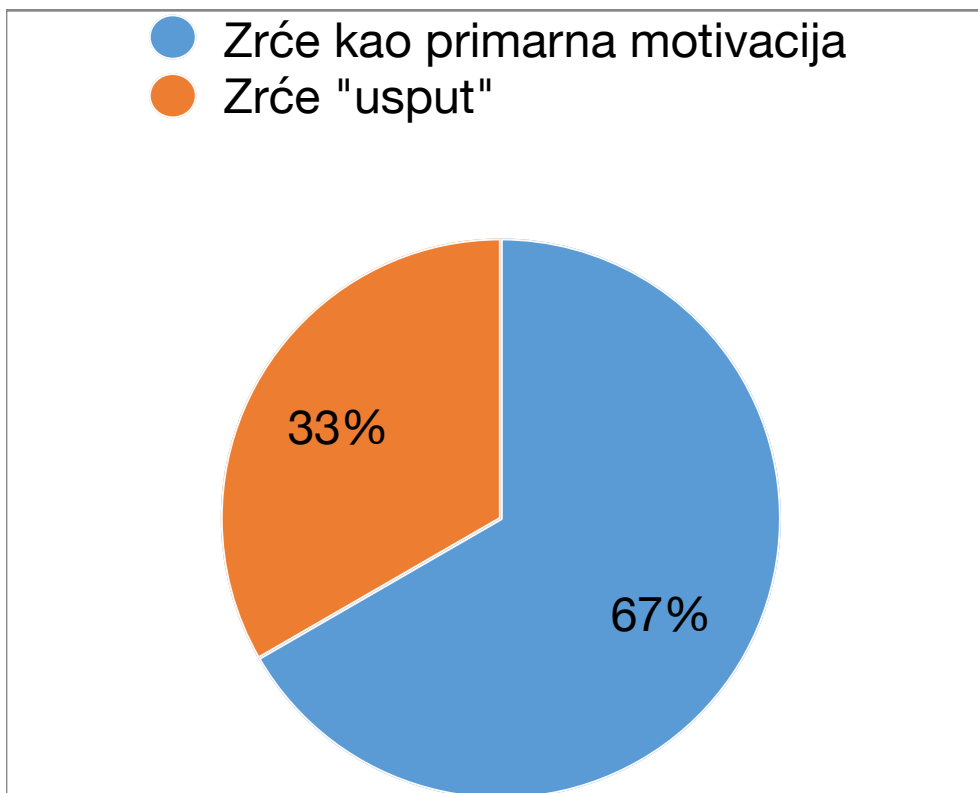


Grafikon 3. “Koliko puta ste posjetili Zrće?” (N=9)

Izvor: Vlastita anketa, kolovoz 2022.

Iako na Zrću zabava traje 24 sata dnevno, festivali su ono o čemu se uvijek najviše priča te privlači najveći broj ljudi. Jedna moja ispitanica bila je na Zrću samo za vrijeme festivala, troje ispitanika bilo je dok se nisu odvijali nikakvi festivali, a četvero ispitanika posjetilo je Zrće u oba slučaja te su se svi složili da je bolje na Zrću kada se u klubovima odvijaju festivali iz razloga što privuče veći broj ljudi, bolja je atmosfera te većinom nastupaju jako poznati izvođači.

Kožulovo (2018) istraživanje prikazuje nam visoki postotak od 48% ljudi kojima je primarna motivacija dolaska u Novalju bilo Zrće. U ovoj kratkoj anketi šestero ispitanika, odnosno 67% došli su u Novalju primarno radi Zrća, dok je samo troje ispitanika, odnosno 33% posjetilo Zrće “usput”.



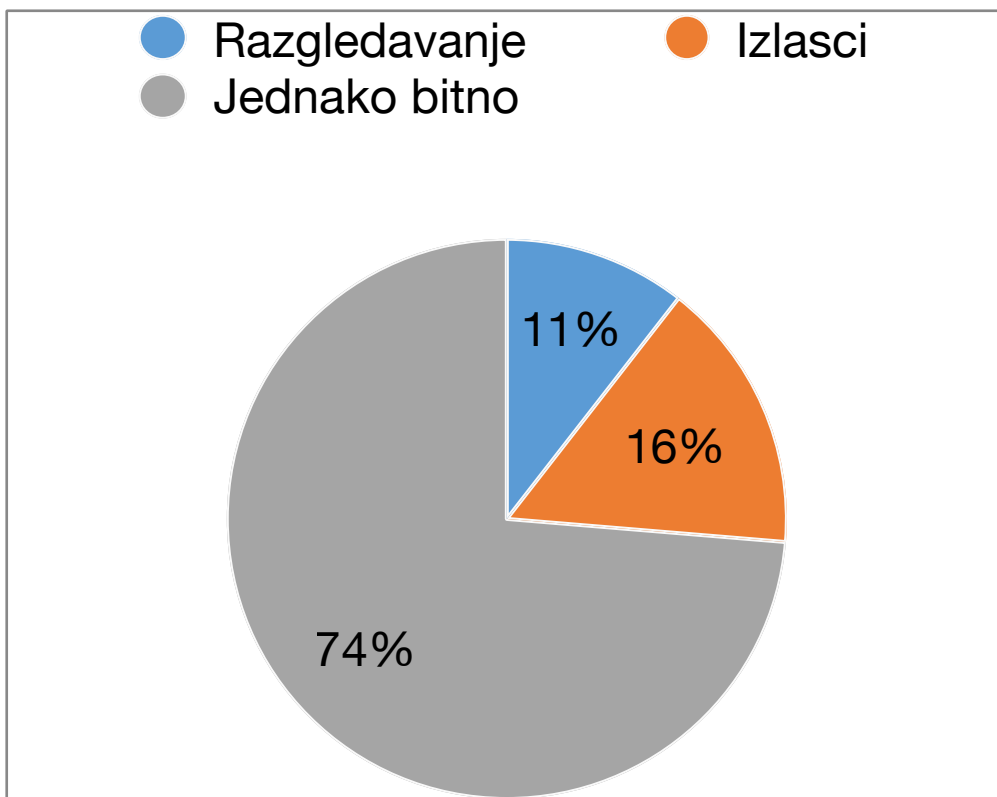
Grafikon 4. Primarna motivacija dolaska u Novalju (N=9)

Izvor: Vlastita anketa, kolovoz 2022.

Od devet ispitanika koji su posjetili Zrće samo jedna ispitanica bila je s partnerom dok je osam ispitanika posjetilo Zrće s prijateljima. Nadovezujući se na to pitanje, radi puno negativnih konotacija i nazivanja Zrća "Sodoma i Gomora" putem medija sljedeće pitanje je glasilo "Jeste li imali negativna iskustva na Zrću?" na što su tri ispitanice iskusile isto, a to je bilo nabacivanje i neugodni komentari od strane muške populacije te je jedna ispitanica nadodala "hrpa injekcija po plaži". (ispitanica 4) Što se tiče potrebnog budžeta koji je bio potreban svojim ispitanicima za jednu noć na Zrću svi odgovori su bili 200 - 500 kn.

Zadnja dva pitanja odnosila su se na sve ispitanike kako bih dobila uvid u njihovo razmišljanje o hipotezama iz ovog završnog rada. Na pitanje "Mislite li da je popularnost Zrća doprinjela cjelokupnom razvoju Novalje i otoka Paga?" svih devetnaest ispitanika složilo se i odgovorilo s "čvrstim da" na postavljeno pitanje.

Kako bi se donekle provjerilo doprinose li mladi samo *clubbing* turizmu ili su dio cjelokupnog kulturnog turizma zadnje pitanje glasilo je "Pri posjetu nekom drugom gradu je li vam bitnije razgledavati grad i osjetiti kulturu nekog mjesta ili izlaziti u klubove i na festivale?" Dvije ispitanice odgovorile su da im je bitnije razgledavati, troje ispitanika složilo se da više uživaju u izlascima, dok je ostatak ispitanika, odnosno četrnaest, odgovorilo da su im te dvije komponente jednako bitne.



Grafikon 5. ““Pri posjetu nekom drugom gradu je li bitnije razgledavati ili izlaziti?” (N=19)

Izvor: Vlastita anketa, kolovoz 2022.

7. ZAKLJUČAK

Može se zaključiti kako otok Pag posjećuju i ljudi željni partyjanja, ali jednako tako i oni kojima je prvenstveni cilj vidjeti kulturnu baštinu koju ovaj otok nudi. Mladi su željni *clubbinga*, dok stariji odmor žele provesti obilazeći prirodnu i kulturnu baštinu, ali nerijetko “svi žele vidjeti sve”, odnosno bespotrebno je toliko razdvajati Zrće i kulturnu baštinu. Kroz ovaj rad vidimo da popularnost ove plaže u mnogim segmentima doprinosi očuvanju kulturne baštine na otoku Pagu te kulturni i turistički razvoj u gotovo svakom segmentu, a istovremeno donosi sa sobom suvremene oblike difuzije kulture, razvijaju se novi oblici turizma u Hrvatskoj te svakako donosi “svjetsku zabavu”.

Iako stanovnici Novalje nisu u potpunosti zadovoljni s provedbom ovakvog oblika kulturne politike, ne mogu poreći da nije doprinjela cjelokupnom razvoju grada, kao i otoka. Iz dokumenata ponuđenim na službenim stranicama otoka Paga vidimo da se ulaže u cjelokupni razvoj otoka te što se tiče kulture, Zrće se ne stavlja na prvo mjesto, već se ulaže u očuvanje kulturne baštine, očuvanje i gradnju ustanova za mlade, potiče se na sport, druženje i učenje. Obzirom da su mladi sadašnjem gradonačelniku na prvom mjestu, osim motivacije za učenjem i napretkom, jasno je da mladima treba i zabave što im Zrće omogućava.

Iz ovog rada zaključujemo da kulturna politika na otoku Pagu uspijeva pronaći balans između očuvanja kulturne baštine i razvitka novijeg oblika turizma u Hrvatskoj, a to je *clubbing* turizam.

LITERATURA I IZVORI

Literatura

- Antolović, J. *Menadžment u kulturi*, Zagreb, 2009.
- Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. *Menadžment institucija i destinacija kulture*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.

- Dragičević Šešić, M., Stojković, B. *Kultura/menadžment/animacija/marketing*, Zagreb, 2013.
- Jelinčić, D., A. *Kultura u izlogu*, Zagreb, 2010.
- Kožul, D. *Utjecaj clubbing turizma na transformaciju Grada Novalje*, 2018., diplomski rad (dostupno na: <https://core.ac.uk/download/pdf/162616104.pdf>)
- Lozovina, D. *Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga*, 2021., diplomski rad (dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unizd:5409/datastream/PDF/view>)
- Livančić, N. *Utjecaj kulturne politike na razvoj obrazovnih institucija u kulturi*, 2019., diplomski rad (dostupno na: <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object/aukos%3A359/datastream/PDF/view>)
- Renić, S. *Analiza kulturne politike u gradu*, 2020., seminarski rad
- Švarčan, A. *Utjecaj turizma na kvalitetu življenja lokalnog stanovništva na primjeru grada Novalje*, 2021., završni rad (dostupno na: <https://repozitorij.vuka.hr/islandora/object/vuka%3A1931/datastream/PDF/view>)
- Telišman-Košuta, N., Ivadić, N., Marković, I. *Strateški plan razvoja turizma grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godine*, Institut za turizam, Zagreb, 2015. (dostupno na: https://www.pag.hr/images/2017/Strateski_plan_razvoja_turizma_Grada_Paga_2016_-2020__Javna_rasprava_25042017.pdf)
- Vidović, D. *Clubture: Kultura kao proces razmjene, 2002.–2007.*, Zagreb, 2007.

Internetski izvori

- Bećanke tvrde da su ih na Zrću pretukli zaštitari, organizator odbacuje sve optužbe, <https://www.24sata.hr/news/becanke-tvrde-da-su-ih-na-zrcu-pretukli-zastitari-organizator-obdacuje-sve-optuzbe-776663> (20.5.2022.)
- Boris Šuljić, od prvog bara na Zrću do visoke gastronomije i novog Boškinca s pet zvjezdica, , <https://plavakamenica.hr/2017/08/09/boris-suljic-zrce-kalypso-boskinac/> (20.5.2022.)

- Golotinja, alkohol, seks, 'šore': Što sve nećemo vidjeti na Zrću, <https://www.24sata.hr/show/golotinja-alkohol-seks-sore-sto-sve-necemo-vidjeti-na-zrcu-692736> (20.5.2022.)
- INTERVJU: Adnan Mehmetović otkriva sve o industriji party turizma na Zrću, <https://poslovnipuls.com/2015/02/26/intervju-adnan-mehmedovic-otkriva-sve-o-industriji-party-turizma-na-zrcu/> (20.5.2022.)
- Kultura - Grad Pag, <https://www.pag.hr/index.php/gradska-uprava/povjest-paga/kultura-grad-paga> (19.5.2022.)
- Kulturna politika, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34571> (27.8.2022.)
- Na Zrću ubio mladića: Britanac dobio 25 godina kazne zatvora
- Novalja - oaza seksa, droge i alkohola, <http://arhiva.nacional.hr/clanak/13924/novalja-oaza-seksa-droge-i-alkohola> (22.5.2022.)
- Pag, <https://hr.wikipedia.org/wiki/Pag> (19.5.2022.)
- Papaya na Zrću proglašena šestim najboljim klubom na svijetu po DJ-magu, <http://hr-turizam.hr/papaya-na-zrcu-proglasena-sestim-najboljim-klubom-na-svijetupo-dj-magu/> (20.5.2022.)
- Paška čipka: 10 najzanimljivijih činjenica o hrvatskom bijelom zlatu, <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/paska-cipka-10-najzanimljivijih-cinjenica-o-hrvatskom-bijelom-zlatu---540934.html> (20.5.2022.)
- Pokretna kulturna baština, https://hr.wikipedia.org/wiki/Pokretna_kulturna_bastina (27.8.2022.)
- PRIRODNA I KULTURNA BAŠTINA OTOKA PAGA, <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/prirodna-i-kulturna-bastina-otoka-paga> (19.5.2022.)
- Proračunski vodič za građane, <https://www.proracun.hr/Home/Proracuni?id=7f777a9e-6a78-4c6e-ac05-c09fb56dd989&godina=2022> (11.9.2022.)

- Odluka o dodjeli financijskih potpora za financiranje javnih potreba za 2022. godinu, https://www.pag.hr/images/2022/Odluka_o_dodjeli_financijskih_potpora_za_financiranje_javnih_potreba_za_2022.pdf (11.9.2022.)
- Otac industrije zabave: Kako sam prije trideset godina sasvim slučajno stvorio - Zrće, http://www.novilist.hr/Vijesti/Regija/Otoci/OTAC-INDUSTRIJE-ZABAVE-Kakosam-prije-trideset-godina-sasvim-slucajno-stvorio-Zrce?meta_refresh=true (21.5.2022.)
- Turistička zajednica Grada Paga, <https://tzgpag.hr/hr/> (19.5.2022.)
- Zanimljivosti s otoka Paga, <http://www.vilamarija-pag.com/zanimivosti.html> (19.5.2022.)
- Zašto na Zrću ne vole turiste? “Bio sam na Ibizi, tamo razularene Engleze drže ograđene žicom”, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/mjestani-bi-novce-ali-ne-bituriste-razularene-engleze-na-ibizi-drze-ogradjene-zicom-a-ja-sam-ihsmirio/981155.aspx> (21.5.2022.)
- Zrće Beach - Novalja, <https://zrce.com> (20.5.2022.)

Popis grafikona

- Grafikon 1. “Jeste li posjetili Zrće?”
- Grafikon 2. “Biste li voljeli posjetiti Zrće?”
- Grafikon 3. “Koliko puta ste posjetili Zrće?”
- Grafikon 4. Primarna motivacija dolaska u Novalju
- Grafikon 5. “Pri posjetu nekom drugom gradu je li bitnije razgledavati ili izlaziti?”