

Muzejski kvart u Koprivnici i turistički razvoj

MARIJAN ŠPOLJAR

U razvoju turizma posljednjih se godina traže novi sadržaji koji će proširiti širinu i kvalitetu turizma izvan postojećih oblika tzv. masovnog turizma. Kulturni turizam jedan je od najvažnijih područja, a uloga muzeja, osobito dinamičnih, otvorenih i suvremenih u sadržajima i konceptu djelovanja, u tom je nastojanju izrazito velika. Ideja tzv. Muzejskog kvarta u Koprivnici, zajedno s idejom Baštinskog centra u Hlebinama, Tematskog parka hrane u Koprivnici i Muzeja Drave mogla bi – u slučaju realizacije – napraviti ogromni pomak u lokalnom turizmu. Muzeji i kulturni sadržaji u širem smislu postali bi generatori razvoja turizma, pa time i cjelokupnog razvoja. Ideja Muzejskog kvarta sadrži suvremenu koncepciju muzejskog djelovanja u kojoj muzej, kao simbolički nositelj identitetskih svojstava mjesta i kraja, postaje interaktivan, zajednici okrenut i širokoj publici prilagođen sadržaj u koji se dolazi učiti, ali i zabavljati, pamtiti, ali i uživati. Ideja Muzejskog kvarta pokreće i regeneraciju najstarije gradske jezgre, obuhvaća obnovu i proširenje Muzeja grada Koprivnice, obnovu kuće Malančec iz 1907. godine, stvaranje Muzejskog i Franjevačkog trga, a u širem smislu uključuje i turističku valorizaciju gradskih bedema i ulaznih vrata zemljane protuturske utvrde, barokne franjevačke crkve i Crkve sv. Nikole.

Ključne riječi: kulturni turizam, Muzej grada Koprivnice, Muzejski kvart, suvremena koncepcija

1. Uvod

U razvoju turističke industrije posljednjih se godina traže novi sadržaji i planiraju ponude koje bi proširile postojeće, često konvencionalne, godinama primjenjivane oblike tzv. masovnog turizma. Mada se najveći postotak prihoda od turizma ostvaruje unutar tih, na klimatsko-zemljopisnim prednostima baziranih vrijednosti, sve više se pojačava orijentacija na sadržaje koji nisu vezani samo uz sunce i more ili snijeg i planine. Postotak onih turista koje pasivni, dokoličarski odmor ne zadovoljava nego traže vrijednosti specifičnih sadržaja, sve je veći. Tako je, prema nekim podacima čak 40% međunarodnih turističkih putovanja

na neki način, kao cilj ili usputni motiv, vezano uz destinaciju koja se temelji na kulturi ili kulturnoj baštini.

Unutar procesa turističke ponude prostor za kulturni turizam postaje, dakle, sve prisutniji, većim dijelom kroz poboljšanje kvalitete ukupne turističke ponude, ali i kao posebni segment, gdje kulturna ponuda postaje središnji razlog boravka turista. Iako je takav oblik turizma prvenstveno baziran na ponudi kulturnih i umjetničkih sadržaja, on se ne može optimalno ostvarivati ako nije dio visoko organizirane turističke ponude u koju su uključeni mnogi segmenti te industrije, a svakako mora biti razvijana i upravljana tako da se u svaki projekt ugradi i iskustvo o potrošljivosti

resursa. Jer, svi segmenti kulturnog turizma mogu dugoročno opstati samo ako im je immanentna svijest o održivom razvoju i ako je u „trošenje“ kulturnih supstanci uvijek ugrađena i potreba za „čuvanjem“ i regeneriranjem. Održivi kulturni turizam u tom smislu znači pažljiv, neagresivan odnos prema baštini i njezino čuvanje i održavanje, podjednako od „korisnika“ – turista i turističke industrije – kao i od „vlasnika“ – zajednice i njezinih institucija.

Ako je kultura, na ovaj ili onaj način, uvijek prisutna, onda je važno pitanje kako iz nje napraviti zanimljiv i dostupan turistički proizvod. Dakako, neke zemlje ili regije imaju veću koncentraciju takvih sadržaja, atraktivnije kulturno-povijesne objekte, zanimljiviju povijest ili izgrađenu turističku infrastrukturu. Hrvatska je sigurno među tim zemljama, zanimljiva posebno po raznolikosti, isprepletenosti i koncentraciji baštinskih i srodnih vrijednosti: ono što joj nedostaje slabija je organizacijska i marketinška potpora, očuvanost i zaštita nepokretne kulturne baštine te labave, nesinkronizirane veze između pojedinih dijelova toga složenoga sistema. Hrvatska nema „svjetska čuda“, ali ima visoku, sinergijsku vezu između prirodnih, društvenih, povijesnih i umjetničkih resursa, gotovo organsku povezanost materijalnih, duhovnih i prirodnih vrijednosti. Kao mala zemlja, ima jedinstvenu prednost da se na uskom geografskom području izmjenjuju i koncentriraju prirodne i kulturne atrakcije i da postoji dobar balans između tradicionalnih i suvremenih sadržaja, između autohtonih i „importiranih“ vrijednosti, između ruralnog i urbanog i, kao ne manje važno, između „istoka“ i „zapada“, „sjevera“ i „juga“, gdje su se stoljećima ukrštavale različite kulture, stilovi, tendencije i načini života.

Sve što vrijedi za Hrvatsku u nekom specifičnom smislu vrijedi i za njezin sjeverozapadni dio, pa i za najuži prostor Koprivnice i Podravine. Zbog malih relacija i relativno dobre infrastrukture, danas je potencijalna dostupnost dobrog i zanimljivog kulturno-turističkog proizvoda velika. Taj proizvod, međutim, treba otkriti, oblikovati, nuditi i koristiti.

2. Muzeji i kulturni turizam

Jedan od nedovoljno iskorištenih, a potencijalno vrlo jakih sadržaja čine i objekti, lo-

kacije i destinacije muzejskog tipa.¹ Ne treba posebno isticati koliko su mnogobrojni primjeri iz svijeta indikativni i kako upućuju na presudnu ulogu djelovanja muzeja u kulturnom, turističkom, ekonomskom i općedruštvenom smislu. S druge strane, pored nekih novijih, vrlo pozitivnih iskustava, rezultati u Hrvatskoj nisu zadovoljavajući, posebno u povezivanju, umrežavanju i suradnji različitih dionika oko zaštite i prezentacije nepokretne kulturne baštine i muzejskih zbirki.

Ako se na prvi pogled čini da ovakve postavke upućuju na praksu instrumentalizacije kulture i na to da jezik ekonomije, turizma i marketinga može usmjeriti temu na pitanja tržišta, brojki, organizacije i investicije, recimo da i ovdje polazimo od temeljne ideje muzeja. Drugo je pitanje, dakako, što se koncept muzeja, njegovo djelovanje i značaj posljednjih nekoliko desetljeća duboko promijenio. Strukturalnu promjenu nisu, možda, trebali samo veliki nacionalni muzeji bazirani na bogatoj, desetljećima prikupljanoj građi, s nizom umjetničkih remek-djela, prirodoslovnih rariteta i ekskluzivne povijesne građe i etnološkog materijala dalekih kultura. No, i one su u tehnološkom, muzeografskom, funkcionalnom, pa i idejnom smislu morale učiniti iskorake da bi zadovoljile zahtjeve višestruko uvećanog broja posjetitelja i potrebe pojačane zaštite muzejskih zbirki. Sve ostale muzejske ili muzejima bliske ustanove doživjele su važne promjene ili o tim promjenama razmišljaju; alternativa je vegetiranje u okvirima tradicionalne, trome, neinventivne i samozaovoljne institucije, bez vizije, bez sposobnosti da se slijede društvene promjene, a kamoli da se preveniraju negativni razvojni procesi.

Muzeji se, dakle, ne mijenjaju kako bi zadovoljile formu nego da bi mogli sudjelovati u procesima društvenih preobrazbi, unutar onih zadataka i poslova koji su im imanentni, unutar poslova zaštite i prezentacije baštine. Zadatak muzeja u tom smislu nije neka opća

¹ „Unutar pojma kulturnog turizma muzejima pripada posebno mjesto zahvaljujući njihovu statusu medijatora kulture u najširem smislu riječi, a u skladu s velikim rasponom muzejskih zbirki koje čuvaju i prezentiraju. Muzeji sa svojim zbirkama u sebi nose nezamjenjiv kreativni i informativni potencijal koji privlači posjetitelje ukoliko je prezentiran na stručan i privlačan način i u skladu s očekivanjima suvremenog društva“, *Muzeji i turizam: Djelovanje muzeja kao dionika kulturnog turizma*. Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti, 2011., 4.



Sl. 1. Idejno rješenje novog muzeja prema koprivničkom arhitektu Zdravku Sarapi iz 2012. godine (Muzej grada Koprivnice).

briga o baštini, čuvanje kulturno-povijesne građe za neke buduće generacije nego djelovanje u recentnom vremenu. I, dakako, hvatanje u koštac sa svim problemima koje suvremeni društveni razvoj proizvodi, a posebno u obrani identiteta neke (veće ili manje) zajednice i u naporima da se ostvari održivi razvoj te zajednice. Stoga bi muzeji trebali biti, ne samo normativni, nego i korektivni dionici društvenih procesa, institucije koje bi morale dijeliti i primjenjivati najšira iskustva, a ne ustrajavati na ekskluzivnosti ili posebno sti svoga djelovanja.

Kada su tako orijentirane, kada ne djeluju za sebe nego za društvo i kada su njihovi postavi i izložbe tako postavljene da zadovolje interese najšireg kruga posjetitelja i korisnika – od lokalne zajednice do turista, od laika do stručnjaka, od djeteta do odraslog posjetitelja – muzeji mogu aktivno participirati u društvu, pa i održavati same sebe, a ne samo zavisiti od često pragmatične volje svojih osnivača.

Zatvorenost i neutralnost, institucionalni odnos i distanciranje od svakodnevnih, jednostavnih činjenica muzeje čini rubnim društvenim fenomenima. Naprotiv, otvorenost, involviranje u sve pore složenih društvenih

tokova, preveniranje negativnih vrijednosti i angažirani odnos prema aktualnim procesima suvremene muzeje čini jednim od najvažnijih i najdinamičnijih institucija. Ako se muzeji svedu samo na pasivne čuvar baštine, ako ne djeluju kao pokretači i komunikatori, njihova će misija nužno završiti na pola puta. Stoga je važno da muzeji ne (p)ostanu samozadovoljne, izolirane kulturne jedinice nego da, u skladu sa svojom temeljnom ulogom, aktivno grade odnos s društvom i njegovim institucijama.

3. Muzej grada Koprivnice u projektu *Regija digitalnih muzeja*

Prostor sjeverozapadne Hrvatske posjeduje potencijal za kulturno-turistički razvoj, a zbog malih relacija i dobre infrastrukture velika je dostupnost njegovih zanimljivih kulturno-turističkih proizvoda. Naravno, uz uvjet bolje organizacije i jačeg umrežavanja kapaciteta, sinergijskih odnosa i definiranja, pa onda i praćenja (financijskog, organizacijskog, marketinškog) najjačih potencijala. Ako govorimo o kulturnom turizmu, onda je potrebno spomenuti nekoliko objekata i destinacija koji su (dijelom, ali ne do kraja) pokazali

da se i u ovome segmentu mogu postići rezultati: Muzej krapinskih neandertalaca, Muzeji Hrvatskog Zagorja, Gradski muzej u Varaždinu i možda još neki.

Početakom 2012. godine nekoliko institucija i Grad Zagreb pokrenuli su, a Ministarstvo *regionalnog razvoja i europskih integracija* podržalo inicijativu za organizaciju i izradu projekta *Regije digitalnih muzeja*.² Taj se projekt, osim nužnih infrastrukturnih zahvata na devet različitih lokacija na sjeverozapadu Hrvatske i u Zagrebu, koncentrirao i na stvaranje osnovnih preduvjeta za održivost atraktivnosti regije u kulturno-turističkom kontekstu. U prijedlogu se predviđalo da će Stari grad Čakovec, Stari grad Đurđevac, Kalnik, Muzej grada Koprivnice, Muzej krapinskih neandertalaca, Veliki Tabor, Šćitarjevo, Varaždinske Toplice i Muzej osjeta u Zagrebu biti lokaliteti koji će tvoriti novu kulturno-turističku cjelinu temeljenu na regionalnoj povezanosti, s jedne strane i upotrebu novih tehnologija u prezentaciji kulturne baštine, s druge strane. U projektu se razmišljalo i o edukaciji ciljanih skupina koje bi bile ključni element u upravljanju svakog pojedinačnog lokaliteta, naglašavajući pritom iznova njihovu kulturnu, turističku i edukativnu dimenziju.

Premda je rad na projektu *Regije digitalnih muzeja* zaustavljen, on je rezultirao nizom izravnih ili neizravnih, pozitivnih posljedica. Svi uključeni muzeji i kulturni objekti, kao i nositelji njihove razvojne politike, ohrabreni su u svojim inicijativama, a o odnosu muzeja i turizma počelo se razmišljati dugoročno i sistematično.

Za Muzej grada Koprivnice projekt je predstavljao odskočnu dasku za razradu i početak implementacije ideje o tzv. *Muzejskom kvartu/Muzejskom trgu* kojom se integralno sagledavaju muzejski, kulturni, turistički, urbanistički i drugi resursi koprivničke kulturne institucije.

Muzej grada Koprivnice objedinjuje rad nekoliko izdvojenih organizacijskih jedinica i prostornih entiteta, a njihovo nabranje (Muzej, Galerija naivne umjetnosti u Hlebina, Galerija Koprivnica, Memorijalno područje Danica) vršimo kako bismo upozorili na kompleksnost ustanove i nužnost komple-

mentarnog (organizacijskog, investicijskog, programskog) postupka u slučaju provedbe projekta, dakle, adaptacije objekata i njihovih novih funkcionalnih određenja.

Muzej grada Koprivnice nalazi se u zgradi nekadašnjeg magistrata, na spoju spomeničkog kompleksa s posljednjim ostatcima zemljane protuturske utvrde renesansnog tipa i današnjega gradskog centra čije formiranje i funkcionalna organizacija započinje gubljenjem vojnoga karaktera utvrde. Objekt od 2.000 m² jednokatna je građevina iz 18. stoljeća, s dijelovima iz druge polovice 17. stoljeća te dogradnjama i razgradnjama iz 19. i početka 20. stoljeća. Iz svih tih razloga obnova i uređenje te zgrade predstavljala bi, ne samo obnovu najstarije koprivničke građevine, nego i veliki prilog rehabilitaciji čitavog povijesnog ambijenta Koprivnice. Potonja vrijednost posebno bi bila vidljiva u slučaju da se projekt definira u nešto širim gabaritima, odnosno da kao polazište postoji ideja o tzv. *Muzejskom kvartu*. Riječ je o cjelovitoj ideji regeneracije najstarije gradske jezgre, a obuhvaća obnovu i proširenje Muzeja grada Koprivnice, obnovu kuće Malančec, stvaranje *Muzejskog trga* i *Franjevačkog trga* te uređenje Esterove ulice. U širem smislu, projekt uključuje i regeneraciju gradskih bedema i ulaznih vrata, franjevačke crkve i Crkve Sv. Nikole, kao i izgradnju objekta javne namjene (gradska knjižnica?) na jednoj slobodnoj lokaciji u toj zoni.

Projekt *Muzejskog kvarta* dugoročni je, etapni i međusobno usklađeni muzejsko-turistički razvojni koncept temeljen na obnovi i reafirmaciji najstarijega dijela Koprivnice. Njegova je namjera implementirati vrijednosti lokalne povijesne, kulturne i arhitektonske baštine u suvremene društvene tijekove, odnosno ponovno koristiti zanemarene urbane vrijednosti kao kulturne, gospodarske i turističke resurse.

Činjenica da projekt spaja vremenski, prostorno, sadržajno i vrijednosno odvojene lokalitete pokazuje vjerovanje u koncept dinamičnog prožimanja različitih povijesnih, stilskih i vrijednosnih slojeva i uvjerenje da oni mogu rezultirati multiplicirajućim razvojnim posljedicama.

2 *Regija digitalnih muzeja Sjeverozapadne Hrvatske, studija predizvodljivosti analizom troškova i koristi*. Zagreb: Grad Zagreb, 2013., 7.

4. Novi muzej kao kulturno-turistička Meka

Ideja *Muzejskog kvarta*, u užem smislu, predviđa adaptaciju zgrade magistrata te dogradnju novoga dijela, formiranje suvremenog postava upotrebom multimedije, radnih prostora i čuvaonica te sadržaja za posjetitelje. Sadašnja zgrada Muzeja bit će, dakle, promijenjena u tlocrtnom i prostornom rasporedu, u funkcionalnom smislu te u tehničko-sigurnosnom smislu. Uz uklanjanje građevinskih zahvata s kraja 19. i početka 20. stoljeća, predviđena je izgradnja dvoetažne građevine s podrumskim prostorima te izgradnja višenamjenskog objekta na dijelu današnje građevine na istočnoj strani parcele i na slobodnom prostoru na južnom dijelu muzejske parcele. Ulaz u Muzej stoga će se otvoriti na zapadnoj strani, gdje će se formirati i veliki ulazno-prijemni prostor te dvorište s višestrukim namjenama. Cilj glavnog dijela muzeološkog projekta je organiziranje stalnog postava koji će se temeljiti na pričama/sudbinama poznatih i nepoznatih stanovnika kroz stoljeća, s namjerom da se prikupi, zabilježi, sačuva, sistematizira i prezentira totalna istina o gradu i kraju. Sintagma „Muzej o svima, muzej za sve“ označava da je Muzej u službi lokalne zajednice i u interakciji s njom. Dakako, upotrijebit će se sve interpretativne prakse kako bi se ostvarila što objektivnija, istinitija, uvjerljivija i atraktivnija priča. Pri tome će dominirati predmet i njegov kontekst, ali i multimedija koja će prakticirati maksimalnu komunikaciju i interakciju s posjetiteljima te ostvarivati komplementaran odnos s drugim formama interpretacije.

U osnovi, bit će koncipirana dva, djelom odvojena muzeološka programa. Prostori u zgradi nekadašnjeg magistrata pričat će jednu „klasičniju“ priču o gradu, izmjenama ambijentalne rekonstrukcije i pojedinačnih muzealija, simulacija i originala. Dakle, upotrijebit će se sve interpretativne prakse kako bi se ostvarila što objektivnija, istinitija, uvjerljivija i atraktivnija priča. Pri tome će predmet i njegov kontekst uvijek biti u središtu, a povijest će se sagledavati iz raznih vizura, ponekad se približavajući predmetu do mikroskopske razine, a ponekad će biti promatran iz udaljene panoramske perspektive.

Takav postav s dominacijom tematskih blokova, s interaktivnim „zaranjanjem“ u prošlost i konvergencijom sadašnjosti i prošlosti te pričama i komuniciranjem ideja zacijelo će, bez obzira na „lokalnost“ tema i ambijenata, biti podjednako atraktivan za lokalno stanovništvo, kao i za širu publiku. Štoviše, muzeološka ideja toga „novoga muzeja“ implicira zaključak da će Muzej grada Koprivnice svojim stalnim postavom, povremenim izložbama, prostornom organizacijom, arhitekturom, sadržajima, ambijentom i urbanističkim kontekstom biti „hit“ i među stručnjacima i među posjetiteljima, bez obzira jesu li domicilnog ili internacionalnog karaktera.

Nužna pretpostavka za takav optimistički scenarij je i suvremeni, otvoreni i „agresivni“ organizacijski i marketinški pristup: nova kulturno-turistička destinacija neće profunkcionirati ako se čitav niz komplementarnih aktivnosti ne stavi pod jedan jedini zadatak: radikalno povećanje broja posjetitelja.

Jer, muzej postoji zbog korisnika. On nije šlag na propagandnoj torti neke zajednice niti forma koja bi trebala zadovoljiti apetite lokalne ili šire političke nomenklature, a ponajmanje ekskluzivna vrijednost za društvenu elitu. Sadržaj muzeja postoji zbog posjetitelja, a on u sebi nosi čitavu skalnu potreba koje nisu samo obrazovnog karaktera u užem smislu nego od muzeja traže da bude i strateški partner za spašavanje, promjenu i razvoj suvremene civilizacije. Muzeji to rade, dakako, preko veze s prošlošću, crpeći iz te prošlosti vitalne sokove za sadašnjost i budućnost. „*Poruka muzeja jest dokazivanje da nismo s prošlošću povezani samo preko mitova i sjećanja – prošlost je tlo iz kojeg izrasta identitet. Ona jednako tako pokazuje da je svijest o prošlosti po sebi oblik afirmacije identiteta, pa stoga i oblik modela preživljavanja. Dominantno obilježje poslanja muzeja jest obrana identiteta, odnosno njegova kontinuiteta. Ako se muzej bavi jedino prošlošću, ne povezujući je sa sadašnjošću, onda mu posve dobro pristaje pogrdno ime „mrtvačnica“. Muzeji prošlosti koji sadrže samo nijeme predmete ne služe svrsi života već smrti.*“³

3 ŠOLA, Tomislav: *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji: prema kibernetičkom muzeju*. Zagreb: Hrvatski nacionalni komitet ICOM, 2003., 26.

5. Muzej kao zamašnjak

Najveći broj naših muzeja tek su blagi potencijali za kulturni turizam. Bez obzira što neki od njih čuvaju vrlo vrijedne zbirke, što posjeduju reprezentativne zgrade i zapošljavaju priznate kustose i istraživače, teško da će izaći iz svojih, već godinama prakticiranih i uhodanih, relacija. Neinventivni i za širu publiku dosadni postavi, činovnička stereotipija, neprilagođenost korisnicima, nespremnost na nove forme djelovanja u organizacijskom, financijskom i marketinškom smislu sprječavaju muzeje da se pozicioniraju kao aktivni i otvoreni baštinski centri. Muzej, sam po sebi, čak i u slučaju iznimne zanimljivosti svojih zbirki neće privući veću pažnju ako nije dobro predstavljen u javnosti, ako te zbirke nisu atraktivno i čitko prezentirane, ako s ostalim dionicima ne djeluju u barem nekim integrativnim procesima. No, za dostizanje atraktivnosti podrazumijeva se da se muzeji klone svakog oblika voluntarizma, a u integraciji s turističkim djelatnostima da inzistiraju na održivom kulturnom turizmu, dakle, na pažljivom odnosu prema kulturnoj baštini i na integriranom pristupu nekoj destinaciji. Tek tako će se postići ravnomjernost, odnosno stanje u kome čak ni bauk privatizacije (kakav kod nas, na žalost, uvjerljivo postoji) kulture neće imati negativne učinke po temeljni supstrat kulture.

Može li muzej biti središnji zamašnjak kulturnog turizma u Koprivnici i Podravini? Uvjereni smo da itekako može, a da su uvjeti za to u prihvaćanju teze kako su muzeji simbolički nositelji identitetskih temelja nekog mjesta ili kraja. Što bi turiste moglo zanimati? „*Ukratko, sve što neku turističku destinaciju razlikuje od onoga što imaju kod kuće. Privlači ih raznolikost i raznovrsnost. Privlači ih identitet mjesta, stanovnika, regije... Zato u muzejima svako opravdanje ima isticanje upravo toga – lokalnog identiteta. Ono što je nama važno i kako mi sebe vidimo, ako u tome nema provincijalne samohvale, vjerojatno će biti zanimljivo i turistima. Posjetitelje zanima povijest umjetnosti, arheologija, etnologija, kao i arheološki lokaliteti i muzeji koji prikazuju život davno prošlih stanovnika, zanimaju ih originalni narodni običaji koji i danas žive. Muzeji nisu izolirane sociokulturne ustanove – oni su važan fak-*

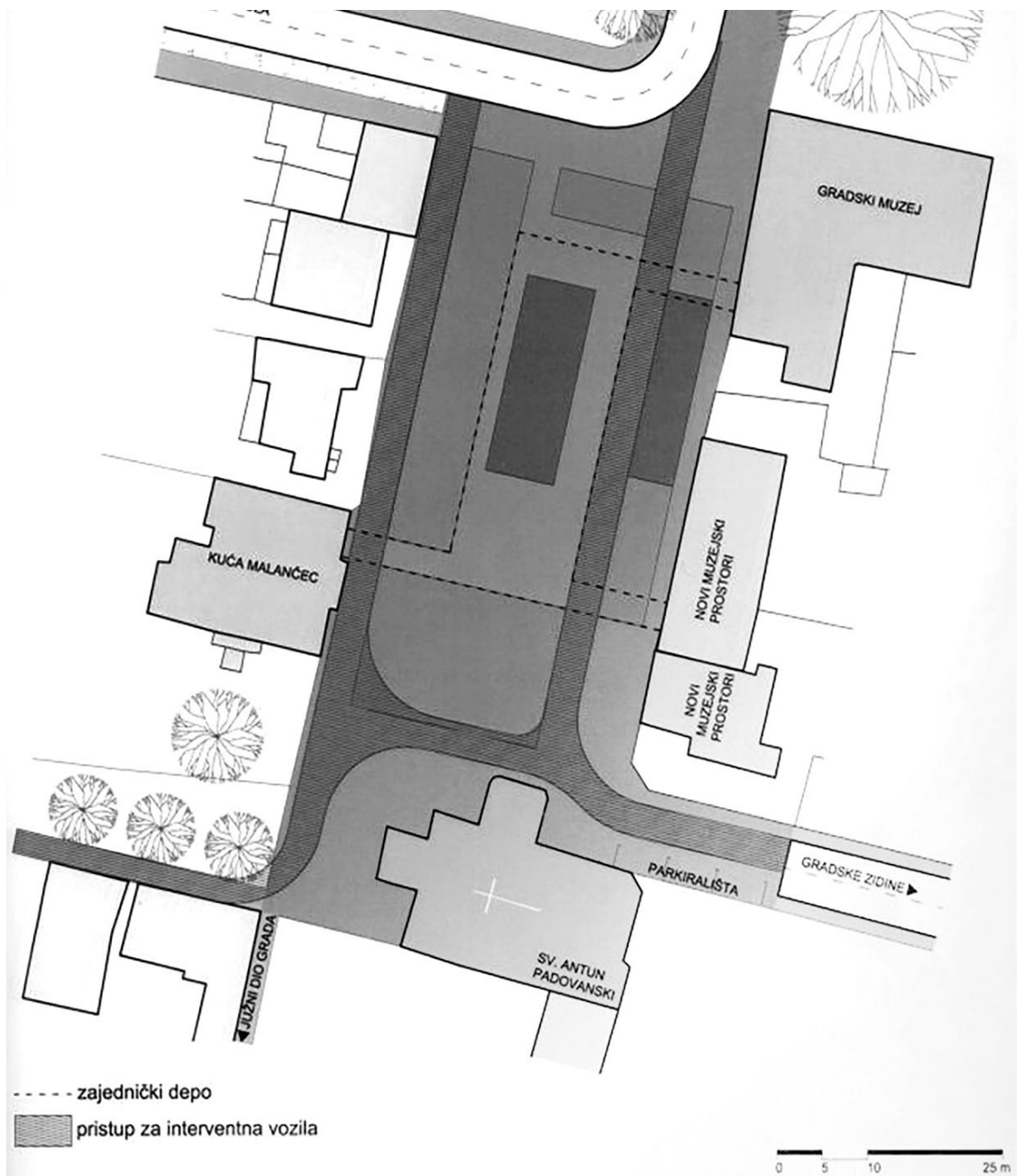
tor unutar kulturne matrice“.⁴

No, da bi tu komprimiranu identitetsku osnovu mogli pokazati na način koji će za posjetitelje i turiste biti zanimljiv potrebno je te institucije postaviti tako da djeluju atraktivno i dinamično, da su zanimljive i „zabavne“, da pružaju prostornu, intelektualnu i emocionalnu privlačnost i da imaju „ono nešto“ po čemu će biti posebni i vrijedni dolaska. „Novi Muzej“ i posebno cjelina tzv. *Muzejskog kvarta* može svojom atraktivnošću, suvremenošću i specifičnošću „povući“ razvoj kulturnog turizma. Tu ulogu zamašnjaka još više će učvrstiti vrijednosti koje će ponuditi tri komplementarna lokalna projekta: Baštinski centar Hlebine, tematski park *Hrana u Koprivnici* i Muzej Drave na mostu kod Botova. Sve tri ideje bazirane su na čvrstim temeljima i na identitetskim zasadama, na onome što lokalna zajednica i svijet prepoznaju kao osobiti sklop i temeljni vrijednosni okvir. S jedne strane, to je naiva, *Hlebinska škola* kao umjetnički, kulturni i socijalni vrijednosni sustav, s druge strane, hrana, odnosno *Podravka*, kao proizvodni, ekonomski i socijalni sustav, a s treće, ideja jedinstvenog muzeja-mosta na mjestu milenijskih križanja civilizacija. Sve tri destinacije ili resursa, pak, uklopljena su u filozofiju i praksu održivog razvoja kao nužnog okvira.

Baštinski centar Hlebine pretpostavlja integraciju proširenog, adaptiranog i funkcionalnog prostora Galerije naivne umjetnosti s eko/etno muzejom na otvorenom i turističkim centrom/agencijom, s osnovnom namjerom formiranja institucija koja će biti, kako i definicija suvremene muzeologije kaže, u službi društva i njezina razvoja. Ukratko, da se transformira u moderni, dinamični, kulturno produktivni i financijski rentabilan centar baštinske kulture, odnosno da se iz državne i budžetske institucije pretvori u novi, decentralizirani, dijelom čak i privatizirani i k tržištu otvoreni centar, a da pri tome ne zapostavi svoju temeljnu kulturnu vrijednost i misiju.

Tematski park o hrani u Koprivnici ili Obiteljski zabavni centar projekt je koji je inicirala francuska firma *BM&Partners*, odnosno Branko Mamula, jedan od europskih eksperata za tematske parkove i direktor nekoliko vrlo uspješnih tehnoloških centara u Francuskoj. U nacrtu studije koja projekt ambiciozno

⁴ *Muzeji i turizam, Nav dj., 22.*



Sl. 2. Idejno rješenje Muzejskog trga prema projektu tvrtke Prima pars d.o.o. Zagreb s velikim podzemnim muzejskim spremištem (Muzej grada Koprivnice).

predstavlja kao europski centar prehrambenih iskustava predviđa se izgradnja tehnološki, konceptijski i sadržajno zanimljivog centra koji bi govorio (najviše preko iskustva *Podravke*) o povijesti hrane, o suvremenoj proizvodnji i preradi, a svakako i o rezultatima koji se postižu u održivom razvoju regije. Svojom veličinom, atraktivnošću, tehnološkom inovativnošću i otvorenošću taj bi centar sigurno

postao „Meka“ za desetine tisuća učenika, grupa i turista.

Muzej rijeke Drave bit će uspostavljen na željezničkom mostu preko rijeke Drave, na mostu koji će, zbog nove pružne veze s Mađarskom, ostati izvan funkcije. Muzej Drave će na suvremeni muzeološki način, u raritetnim prostornim okolnostima, tvoriti okvir za priču o povijesnim, kulturnim, zemljopi-

snim, ekološkim, antropološkim i gospodarskim vrijednostima vezanih uz rijeku Dravu i njezin okoliš, s naglaskom na uže geografsko područje, ali s obuhvatom cjeline teritorija kojim, od izvora do ušća, teče. U muzeološkom smislu, bit će to interdisciplinarnan, na zanimljiv, informativan i interaktivan način organizirani postav, institucija koja će istovremeno biti i lokalna i globalna, informativna i doživljajna, muzej i interpretacijski centar, tematski park i most, institucija koja će, stvarnim ili virtualnim, realnim ili simboličkim, pipcima dosezati uži i širi okoliš.

Ta četiri megaprojekta u kulturi i kulturnom turizmu Koprivnice i Podravine postali bi izuzetno atraktivne destinacije koje bi broj turista sigurno udeseterostručile. Četiri različita sadržaja, koncepta i muzeološke ideje stvorile bi takav magnet kome bi se teško moglo, dakako, uz adekvatne komplementarne postupke, odoljeti. Ako je danas posjećenost svih objekata Muzeja grada Koprivnice skromnih 13.000 osoba (učenika, odraslih, grupa), a godišnji broj noćenja u Koprivnici oko 6.300 (od čega 80% otpada na noćenja poslovnih gostiju), onda bi privlačnost destinacije te brojke sigurno višestruko podigla.

Porast broja turista ne bi nosio samo trenutne učinke: turizam je neusporedivi generator ukupnog razvoja. Direktni učinci vidljivi bi bili u porastu BDP-a, u kreiranju novih radnih mjesta i u diversifikaciji lokalnog gospodarstva, a „indirektni“ u rješavanju niza pitanja i problema s kojima se zajednica i pojedinac u njoj susreću, od egzistencijalnih do identitetskih.

Summary

The Museum quart in Koprivnica and the touristic development

In the development of tourism during the past few years people are trying to find new contents which would broaden the extent and the quality of tourism beyond the existing form of the so called mass tourism. Cultural tourism is one of the most important areas and the role of museums, especially the ones which are dynamic, open and contemporary in their contents and their concept of performance, is extremely large. The idea of the so called Museum quart in Koprivnica, along with the idea of The Heritage Centre in

Hlebine, Koprivnica's Food theme park and the Drava Museum might, in event of their realisation, could make a huge offset of the local tourism. In that scenario the museums and cultural manifestations would become the generators for the development of tourism, and therewith for the overall development of the community.

The idea of the Museum quart contains a contemporary concept of the museum's performance in which the museum, as a symbolic bearer of the identity features of the city and the region, becomes an interactive, community turned and adapted content in which one comes to learn have fun, memorise and enjoy. The idea of the Museum quart also sets to motion the reconstruction of the city's oldest town core, it encompasses the renovation and the extension of the Koprivnica's City Museum, the restoration of the House of Malančec from 1907, the creation of the Museum and the Franciscan square, and in the wider sense, it also includes the touristic valorisation of the city bulwarks and the entrance gates of anti

Ottoman clay fortifications, Baroque Franciscan church and the Church of St. Nikola.

Literatura

- *Muzeji i turizam, Djelovanje muzeja kao dionika kulturnog turizma*. Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti, 2011.
- *Regija digitalnih muzeja Sjeverozapadne Hrvatske, studija predizvodljivosti s analizom troškova i koristi*. Zagreb: Grad Zagreb, 2013.
- ŠOLA, Tomislav: *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji: prema kibernetičkom muzeju*. Zagreb: Hrvatski nacionalni komitet ICOM, 2003.