

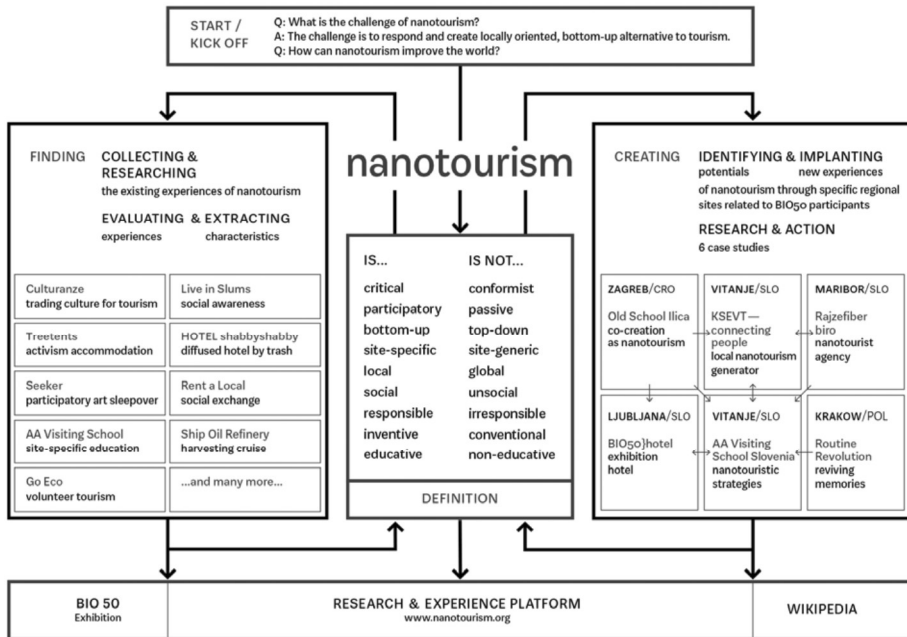
Turizam i hiperlokalizam

OBRT KAO ALTERNATIVNI OBLIK TURIZMA U GRADU

Nanoturizam je novokonstruirani pojam u kojem je sadržana kreativna kritika trenutnih okolišnih, socijalnih i ekonomskih negativnih strana konvencionalnog turizma kao participativne, lokalno orijentirane alternative odozdo prema gore. Pojam su skovali slovenski arhitekti Aljoša Dekleva i Tina Gregorič 2014. godine u okviru ljubljanskog Bijenala dizajna *BIO 50*, a dalje ga istražili timovi stručnjaka kroz nekoliko studija slučajeva. Jedna od studija slučaja, projekt Umjetničke organizacije *Oaza* (UO *Oaza*) iz Zagreba, bavi se alternativnim oblicima turizma u gradu kroz bolje razumijevanje lokalnog obrtništva i razmjenu znanja između dionika lokalne zajednice. Zbog trenutnih ograničenja u mobilnosti, uzrokovanih globalnom

pandemijom, pojačana je potražnja za lokalnim oblicima turizma i putovanja, a *nanoturizam* kao koncept aktualniji je nego ikad dosad.

IVANA BOROVNJAK Pandemija COVID-19 ovog je ljeta u zemljama čije se ekonomije temelje na turizmu, pa tako i u Hrvatskoj, dala naslutiti kakvo nas postturiističko društvo očekuje. Došao je trenutak za suočavanje s posljedicama konverzija turističkih središta u zabavne parkove, gdje su mjesta za život zamijenili tipski *Airbnb* apartmani, gdje restorani nude sve osim lokalne hrane, a jeftine atrakcije za putnike kruzera, koji su svratili na sat vremena kako bi iskricali svoje smeće i zauzvrat kupili jeftine kineske suvenire, pune dnevnu listu aktivnosti. Istovremeno lokalni stanovnici ne konzumiraju jeftine atrakcije, već se umjesto toga koriste infrastrukturom: lokalnim obrtima, trgovinama i proizvodnjom da se ošišaju, poprave cipele, jedu lokalnu ribu i kupuju povrće na tržnici. U sličnoj se situaciji rapidnog pada broja turista Hrvatska našla 90-ih, kad je kri-



ALJOŠA DEKLEVA, TINA GREGORIČ: NANOTURIZAM: DIJAGRAM PROCESA ISTRAŽIVANJA

za uzrokovana ratom usporila masovnu turističku industriju kroz izgradnju hotelskih kompleksa i odmarališta velikih kapaciteta. Taj *reset* mogao je hrvatski turizam odvesti u potpuno drugom smjeru, onom koji turizam promišlja na održiviji i humaniji način, a dizajn u tom kontekstu kao strateški¹ i razvojni alat, a ne samo alat u službi estetizacije i proizvodnje dodane vrijednosti, kako ga uostalom tematizira i trenutna Strategija turizma RH do 2020². Trebalo je svega nekoliko godina da se turizam vrati s još gorim posljedica-

ma u obliku neplanirane apartmanizacije i gentrifikacije. Lokalno stanovništvo, lokalni obrti i lokalna trgovina napustili su jezgre gradova na obali, a apartmani progutali morske pejzaže. Osveta sada dolazi u obliku ekonomske krize, ali i kao prilika za ponovno naseljavanje gradskih prostora po prihvatljivim cijenama, vraćanje malih obrta i usluga u svakodnevnicu i

ALJOŠA DEKLEVA, TINA GREGORIČ: NANOTURIZAM, PUBLIKACIJA ZA BIO 50, 24. BIJENALE DIZAJNA, LJUBLJANA, 2014.



1 Hill, Dan. 2015. *Dark Matter and Trojan Horses: A Strategic Design Vocabulary*. First edition. Strelka Press. Živimo u doba opakih problema, bilo da se radi o klimatskim promjenama ili propadanju socijalne države. Kako konvencionalna rješenja ne uspijevaju, potrebna je nova kultura odlučivanja. Strateški dizajn odnosi se na primjenu načela tradicionalnog dizajna na systemske izazove poput zdravlja, obrazovanja i klimatskih promjena. Takav dizajn redefinira pristup problemima i ima za cilj pružiti dugotrajnija rješenja.

2 *Strategija razvoja turizma RH do 2020*, spominje dizajn najčešće u kontekstu dizajna web stranica turističke zajednice, odnosno dizajna smještajnih kapaciteta, a manje kao strateški ili razvojni alat.



NAPUŠTENI PROSTORI U ILICI; FOTO: MARINA PAULENKA

života općenito u gradska središta. Dru-
gim riječima, prilika za turizam svedena
na najmanju moguću mjeru.

NANOTURIZAM KAO ALTERNATIVA KONVENCIONALNOM TURIZMU

Pojam *nanoturizam*³ 2014. godine sko-
vali su slovenski arhitekti Tina Gregorič i
Aljoša Dekleva kao kreativnu kritiku oko-
lišnim, socijalnim i ekonomskim aspekti-
ma konvencionalnog tu-
rizma. Predloženi novi
koncept turizma podra-
zumijeva participativnost,
orijentiranost na lokalnu
zajednicu i *bottom-up* pri-
stup. Sam je pojam kroz
postojeće primjere dobre
prakse i kreiranje novih
projekata, baziranih na
navedenim načelima, ra-

zvijan kroz nekoliko mjeseci unutar kro-
sdisciplinarnog tima stručnjaka za vrije-
me trajanja ljubljanskog Bijenala dizajna
BIO 50.

Prefiks *nano* u pojmu *nanoturizam* po-
drazumijeva već spomenute, golom oku
nevidljive *bottom-up* procese kao no-
ve operativne modele turizma koji se ti-
ču organizacijskog djelovanja u atom-
skom i molekularnom mjerilu. Za razliku

NAPUŠTENI PROSTORI U ILICI; FOTO: MARINA PAULENKA



³ *Nanotourism* definicija /<https://nanotourism.org/> (Gregorič, Tina i Dekleva, Aljoša).

od pejorativno upotrebljavanog pojma *turista*, koji je sinonim za površan interes za kulturu i kontekst orijentiran prema konzumiranju, *nanoturist* je sklon participativnosti i razmjeni, a *nanoturizam* kao socijalni alat potiče stimulaciju različitih tipova razmjene između raznih tipova sudionika. Drugim riječima, *nanoturizam* je evidentan ponajprije kroz stav kojim se poboljšava svakodnevni život u lokalnoj zajednici i potiče rast lokalne ekonomije. Ako *nanoturizam* promatramo kao alternativu konvencionalnom turizmu, onda obrt ili povratak lokalnoj proizvodnji možemo promatrati kao alternativu masovnoj, anonimnoj industrijskoj proizvodnji. Kako jednom zastarjeli način proizvodnje može postati radikalna čin?

OBRT KAO ALTERNATIVA INDUSTRIJSKOM DIZAJNU⁴

Projekt *Studija slučaja zagrebačke ulice Illica* Umjetničke organizacije *Oaza*, započeo 2013. godine, a razvija se unutar teme *nanoturizma* za vrijeme trajanja *BIO 50*, bavi se alternativnim oblicima turiz-

⁴ Ako primijenimo proširenu definiciju obrta (vidi fusnotu 9), onda je jasno da se ovakva tvrdnja ne može shvatiti doslovno (op.a.).

ZGRADA U KOJOJ DJELUJE UMJETNIČKA ORGANIZACIJA OAZA, ILICA 132; FOTO: MARINA PAULENKA



DOŠAO JE TRENTAK ZA SUOČAVANJE S POSLJEDICAMA KONVERZIJA TURISTIČKIH SREDIŠTA U ZABAVNE PARKOVE, GDJE SU MJESTA ZA ŽIVOT ZAMIJENILI TIPSKI AIRBNB APARTMANI

okvir, a on se ponajprije tiče definicije same dizajnerske profesije, a onda i njezina odnosa prema obrtništvu danas.

Naime, industrijskom dizajnu je od ranih početaka industrijalizacije i modernizacije bilo predodređeno da služi kao sredstvo u tržišnoj hiperprodukciji, onoj koja uostalom pogoni i masovni turizam. Ovom se temom u 19. stoljeću bavio William Morris, jedan od pokretača *Arts and Crafts Movementa*, koji kritizira tržišno natjecanje kada kaže: *Smatram da je stanje natjecanja među ljudima potpuno bestijalno, a stanje suradnje među ljudima*

ma u gradu kroz bolje razumijevanje lokalnog obrtništva i razmjenu znanja između dizajnera, lokalnog stanovništva i obrtnika. Za razumijevanje motiva rada na višegodišnjem projektu socijalnog dizajna⁵ tog tipa bitno je definirati formalni

čovječno.⁶ 70-ih godina prošlog stoljeća tržišni je aspekt dizajna kritizirao i Viktor Papanek, koji savršeno toč-

⁵ Valja imati na umu da je dimenzija socijalnog inherentna svakom dizajnerskom projektu, ali da se radi lakše kategorizacije i naglaska socijalnog aspekta projekta koristi terminom socijalnog dizajna, kako je uvriježeno u suvremenoj literaturi. (op.a.).

⁶ Morris, William. 2019. Umjetnost u doba plutokracije. *O umjetnosti i socijalizmu*. Tendencija. BLOK. Zagreb.

no sublimira problem u jednoj rečenici: *Malo je profesija štetnijih od industrijskog dizajna. Vjerojatno je samo jedna od njih pokvarenija. Propagandni dizajn kojim se ljudi nagovaraju da kupe stvari koje im ne trebaju s novcem kojega nemaju, samo zato da ostave dojam na druge, po svemu je sudeći danas najpokvarenija profesija.*⁷ Danas je hiperinflacija u službi kapitalizma eskalirala, pa se ova tvrdnja može rasteognuti na čitav niz dizajnerskih disciplina, od produkt-dizaj-



PROMOCIJA KNJIGE OLD SCHOOL ILICA, GALERIJA GRETA, 2016.; FOTO: NINA ĐURĐEVIĆ

na do vizualnih komunikacija, preko dizajna interakcija, iskustava, spekulativnog dizajna i tako redom... Dizajneri okupljeni oko nedavno objavljenog *Amsterdamskog manifesta* kažu: *Kad je svemu suđeno da se dizajnira, dizajn nestaje u svakodnevici. Jednostavno ga više ne vidimo, jer je svugdje. Ovo je nestajući čin dizajna, u kojem dizajn postaje suvišan. Naši proizvodi, okruženja i usluge sveobuhvatno su poboljšani. Sve je dizajnirano do savršenstva i pod stalnom je nado-*

⁷ Papanek, Viktor. 1973. *Dizajn za stvarni svijet*. Nakladni zavod Marko Marulić. Split.



ALENKA ANTOLIĆ-SOBAN, IZRADA I POPRAVAK POPLUNA; ILICA 96; FOTO: BOJAN MRĐENVIĆ

*gradnjom. Unutar takve paradigme dizajn je prožet kapitalističkom logikom reprodukcije... Društvo postaje sve svjesnije održivosti i upozorava na iscrpljivanje materijalnih resursa. Za ambicioznog dizajnera vrijeme je da učini sljedeći korak: osmisli budućnost kao kolektivni odnos prilagođen životu.*⁸

Jedan od odgovora na ovakvu vrstu krize sigurno je i povratak obrtničkom radu. Za razliku od dizajnera, koji u industriji često nemaju veze sa stvarnim procesom izrade predmeta, obrtnici utjelovljuju cjelokupni proces izrade. U većini slučajeva obrtnici tijekom godina proizvode isti proizvod ili njegove inačice, dok u slučaju dizajna tržište od-

⁸ Gerritzen, Mieke; Geert, Lovnik. 2019. *Made in China, Designed in California, Criticised in Europe: Design Manifesto*. The Image Society. *When everything is destined to be designed, design disappears into the everyday. We simply don't see it anymore because it's everywhere. This is the vanishing act of design. At this moment design registers its redundancy: our products, environments and services have been comprehensively improved. Everything has been designed to perfection and is under a permanent upgrade regime. Within such a paradigm, design is enmeshed with the capitalist logic of reproduction... Society is growing more aware of sustainability and alert to the depletion of this world. For the ambitious designer, it's time to take the next step: designing the future as a collective relation attuned to life.*

lučuje što će proizvesti. Drugim riječima, obrt nije tržišno usmjeren. Pritom obrtništvo treba promatrati u najširem smislu te riječi, onako kako ga definira sociolog Richard Sennett koji navodi da postoje tri osnovne sposobnosti koje su temeljne za obrt: *lokalizacija, propitivanja i otvorenost*. Zadovoljavanjem ovih zahtjeva Sennettova definicija *obrotnika* mnogo je općenitija i sveobuhvatnija od današnjeg suvremenog značenja. Za Sennetta *obrt je sposobnost dobrog rada za koji je sposoban svaki pojedinac. On je svojstven svim ljudima i prakticira se sve dok su odnosi, zajednica i zajednički rad i dalje mogući.*⁹

⁹ Richard Sennett, 2008. *The Craftsman*. Yale University Press. New Haven. *There are three basic abilities that are fundamental to craftsmanship: the ability to localize, to question, and to open up. By stating these requirements, Sennett's definition of a 'craftsman' is much more general and inclusive than today's contemporary meaning. Craftsmanship is the ability to do and produce good work, and it is something that each individual is capable of doing. It is inherent to humans and commonly practiced as long as relationship, community, and working together remains possible.*

STUDIJA SLUČAJA: PROJEKT ILICA POVEZIVANJE OBRTA, DIZAJNA I NANOTURIZMA

Postoji čitav niz razloga zbog kojih se mnogi umjetnici i dizajneri u posljednjim desetljećima okreću obrtu. Neki jer preferiraju veću kvalitetu obrtničkih predmeta za razliku od standardiziranih rezultata brze industrijske proizvodnje. Neki se primarno bave društvenim implikacijama proizvodnje i naglašavaju rad obrtnika koji se temelji na prešutnom znanju i vještinama naslijeđenim od prošlih generacija i uspoređuju ga s nehumanim radom industrijskih radnika. Neki su u nesavršenostima procesa izrade pronašli ljepotu predmeta. Međutim, većina je uslijed procesa seljenja proizvodnje na Daleki istok prigrllila tzv. poduzetničku ideologiju koja podrazumijeva istovremeno kontroliranje svih faza proizvodnog procesa, od ideacije do distribucije. Takvom procesu svjedočimo i u Hrvat-

FRIZER ZA MUŠKARCE IVICA, ILICA 146; FOTO: BOJAN MRĐENOVIĆ



DIJAGRAM PROCESA

**KAKO ALATIMA
DIZAJNA UTJECATI
NA SAMOODRŽIVOST
LOKALNE ZAJEDNICE,
USPOSTAVLJANJE
KONTINUITETA
LOKALNOG IDENTITETA
TE STVARANJE NOVIH
VRIJEDNOSTI?**

PROCESS DIAGRAM

HOW TO USE TOOLS OF DESIGN TO INFLUENCE THE SELF-SUSTAINABILITY, THE ESTABLISHING OF CONTINUITY OF A LOCAL IDENTITY AND CREATING NEW VALUES?

Faza / Phase



Analiza problema
Problem analyses

1. Velik broj lokala je iseljen zbog nerješениh vlasničkih odnosa.
2. Lokalnu proizvodnju i prodaju zamijenila je unificirana ponuda manje kvalitetnih i jeftinijih masovno proizvedenih predmeta popularnih svjetskih brendova.
3. Kroz procese digitalizacije kulture i pod utjecajem masovnog preseljenja proizvodnih kapaciteta u treće zemlje i razvoja globalnog tržišta, obrti nestaju iz urbanih sredina, a ne nalaze svoje mjesto u praksi, među novim generacijama.

1. Huge number of business premises is vacant due to unresolved ownership relations.
2. Local production and sale is replaced by a unified offer of lower quality and cheaper mass-produced popular global brand items.
3. Through digitalization of culture and influences of mass relocation of production capacities to third countries and the development of the global market, crafts are disappearing from the urban environment, and do not find their place in practice, among the new generations.

Faza / Phase

1

Istraživanje
Research

Faza / Phase

2

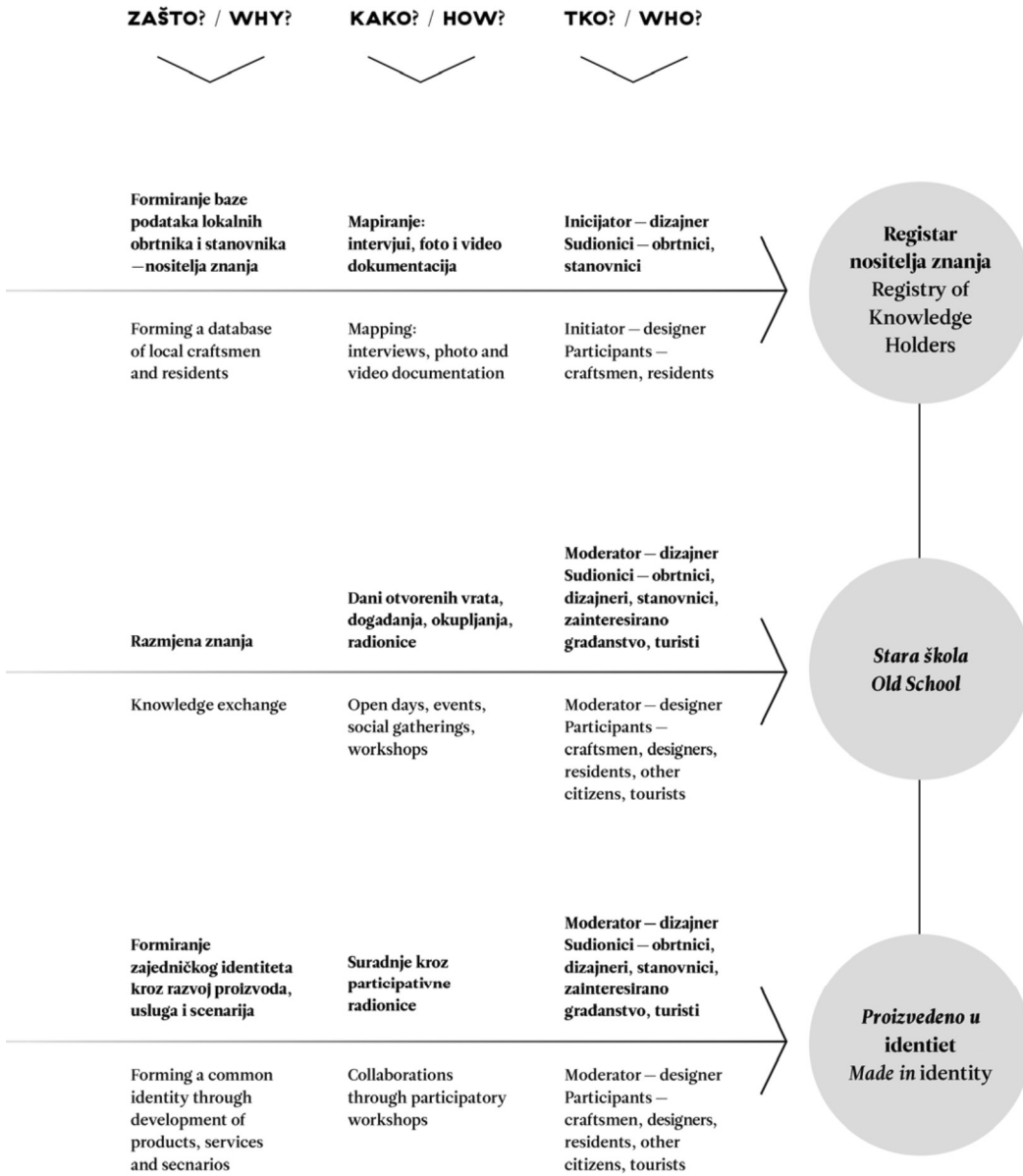
Umrežavanje
Networking

Faza / Phase

3

Ko-kreacija
Co-creation

ALATI DIZAJNA
DESIGN TOOLS



NANOTURIST JE SKLON PARTI-CIPATIVNOSTI I RAZMJENI, A NANOTURIZAM KAO SOCIJALNI ALAT POTIČE STIMULACIJU RAZLIČITIH TIPOVA RAZ-MJENE IZMEĐU RAZNIH TIPOVA SUDIONIKA

ma, a drugi su svoju priliku vidjeli u su-radnjama s preostalim malim obrtnicima. Možda je ovaj posljednji razlog bio oki-dač da Umjetnička organizacija *Oaza*¹⁰ započne komunikaciju s obrtnicima u ne-posrednoj blizini svog dizajnerskog stu-dija, u najduljoj zagrebačkoj ulici Ilici,

¹⁰ *Oaza*, zagrebački kolektiv osnovan 2013. godine, okuplja 6 dizajnerica (Nina Bačun, Ivana Borovnjak, Roberta Brato-vić, Tina Ivezić, Maja Kolar i Maša Poljanec). Kontinuiranim prisustvom na kulturnoj i dizajnerskoj sceni Umjetnička or-ganizacija *Oaza* ističe se autorskim projektima koji nastaju krosdisciplinarno u suradnji s većim brojem suradnika, slijedeći principe inkluzije i participativnosti te svojim an-gažiranim pristupom i istraživačkim radom djeluje na grani-cama polja dizajnerskog istraživanja, socijalnog i kritičkog dizajna te dizajna cjelovitih koncepata (www.o-a-z-a.com).

MADE IN: CRAFTS – DESIGN NARRATIVES, ARHIV ZNANJA I DOKUMENTACIJA SURADNJI, 2020.

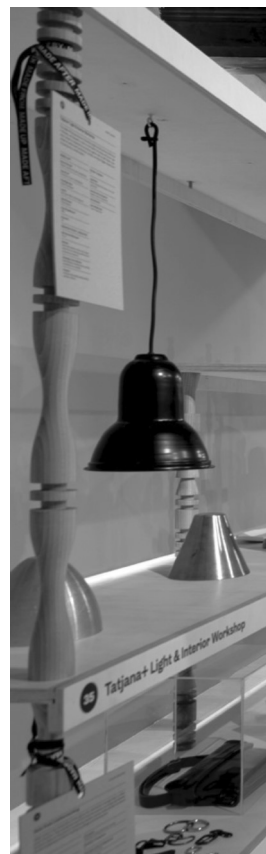


skoj. Tranzicijski uvjeti, u kojima je industrijska proizvodnja ugašena uslijed procesa privatizacije, ostavili su profesionalnim dizajnerima malo prostora za prakticiranje dizajna. Neki od njih okrenuli su se vlastitim malim proizvodnja-

ma, a drugi su svoju priliku vidjeli u su-radnjama s preostalim malim obrtnicima. koju je istovremeno pogodilo nekoliko procesa: 1. veliki broj obrtničkih lokala i malih trgovina iseljeno je zbog neriješenih vlasničkih odno-sa, 2. lokalnu proizvodnju i prodaju zamijenila je unificirana ponuda manje kvalitetnih i jeftinijih ma-sovno proizvedenih pred-meta popularnih svjetskih brendova, 3. kroz procese digitalizacije kulture i pod utjecajem masovnog preseljenja proizvodnih kapaciteta i razvoja glo-balnog tržišta obrti ne-staju iz urbanih sredina, a ne nalaze svoje mjesto u praksi, među novim ge-neracijama. Drugi impuls za razvoj projekta došao je kroz kolaborativni rad unutar već opisane plat-forme *nanoturizma*.

Ova dva osnovna impul-sa bila su poticaj za nekoliko aktivnosti kojima je UO *Oaza* unutar vremenskog

perioda od nekoliko godina posredno pokušala utjecati na procese koji su zahvatili Ilicu iz pozicije socijalnog dizajna. Prva takva akcija ticala se istraživanja, odnosno mapiranja njezinih potencijala: preostalih obrtnika, njihova skrivenog zna-nja i intelektualnog kapitala, materijalnih resursa, kapa-citeta i sredstava, proizvod-nih mreža i distribucijskih kanala. Intenzivno istraži-





ARHIV OBRTRNIKA, MADE IN IZLOŽBA, MUZEJ ZA ARHITEKTURU I DIZAJN U LJUBLJANI, 2020.; FOTO: LUKA KARLIN

vanje i uspostava dijaloga doveli su do promjene fokusa projekta, koji se sada tiče ne samo proizvodnje novih predmeta u suradnji s obrtnicima nego i razvoja novog edukativnog modela pod nazivom *Old School Illica*, u kojem sve strane, koje dijele geolokaciju i radnu i životnu situaciju, mogu imati koristi. U praksi je to značilo razvoj mreže odnosa bazirane na kolaboraciji i kokreaciji, koja koristi znanje kao valutu razmjene između obrtnika, dizajnera i lokalnog stanovništva kroz različite formate dana otvorenih vrata, radionica, predavanja i druženja. Na širem nivou mapiranje je označilo početak istraživanja utjecaja *bottom-up* strategija

na ekonomiju ulice Illice i posljedično na održivost njezina identiteta. Rezultat višegodišnjeg rada zabilježen je u publikaciji *Projekt Illica VOL 1: Registar nositelja znanja*. Osim što donosi svojevrsan arhiv iličkih obrtnika, *Registar* predlaže i model samoodrživog razvoja lokalne zajednice kroz elemente socijalnog dizajna. Lokalna inicijativa UO *Oaza, Old School Illica* i metodologija proizašla iz višegodišnjeg procesa rada stvorila je preduvjete za formiranje platforme na širem europskom nivou. Međunarodni projekt MADE IN (madein-platform.com) pokrenut je kao nastavak započetog istraživanja s ciljem arhiviranja obrtničkog znanja i poti-

AKO NANOTURIZAM PROMATRAMO KAO ALTERNATIVU KONVENCIONALNOM TURIZMU, ONDA OBRTO ILI POVRATAK LOKALNOJ PROIZVODNJI MOŽEMO PROMATRATI KAO ALTERNATIVU MASOVNOJ, ANONIMNOJ INDUSTRIJSKOJ PROIZVODNJI

canja razmjene znanja između obrtnika i dizajnera u 4 zemlje regije sa 6 partnerskih institucija¹¹ s namjerom da se pažnja javnosti i *policy-maker* usmjeri na utjecaj koji kulturne organizacije (muzeji i civilne organizacije u kulturi) i individualci (dizajneri, obrtnici i kustosi) mogu imati u propitivanju i formiranju pitanja nasljeđa i proizvodnje u današnjem društvu. Danas, uzimajući u obzir proizvodne uvjete koji vode prema klimatskoj katastrofi, ponovno se javlja potreba za postavljanjem pitanja o našem fizičkom i virtualnom prostoru: GDJE je nešto izrađeno? TKO je to izradio? OD ČEGA je izrađeno? OTKUD dolazi?

Projekt MADE IN, kao i njegove prethodne iteracije, zamišljen je kao mreža dijeljenja resursa, tj. znanja kao sredstva razmjene između dizajnera, obrtnika i lokalne zajednice u kojoj su svi istodobno sukreatori. Ovaj se hipotetički model ukratko temelji na vjerovanju u sposobnost društvenih odnosa i također reflektira osnovne postavke *nanoturizma* – hiperlokalizam, kritičnost, orijentiranost na lokalnu zajednicu i *bottom-up* pristup.

¹¹ U projekt je trenutno uključeno 6 organizacija iz 4 europske zemlje: Muzej za umjetnost i obrt i *Oaza* (Zagreb, Hrvatska), Muzej za arhitekturu i dizajn (Ljubljana, Slovenija), Nova Iskra i Mikser (Beograd, Srbija) i *Werkraum Bregenzerwald* (Austrija), s tendencijom da se mreža dalje proširuje.

KAKO IMPLEMENTIRATI TESTIRANE MODELE U PRAKSU?

U okolnostima u kojima ne postoji bažično razumijevanje dizajnerske prakse, teško je djelovati kao agens društvene promjene. Dosadašnja praksa pokazala je da inicijative odozgo, ponekad i u dobroj namjeri, projekte zajednice, koji imaju širi društveni potencijal, naprosto kooptiraju i parazitiraju na njihovim idejama ne generirajući nikakav stvarni učinak. Takva je sudbina snašla i *Projekt Ilica*, koji je kao projekt zajednice trebao okupljati različite male inicijative, uključujući i inicijativu UO *Oaza*, a sada pod krinkom društveno angažirane umjetnosti i okričjem Hrvatskog klastera kreativnih i kulturnih industrija postao instrument samopromotivnih aktivnosti pojedinaca. U tom smislu, da bi uopće došlo do povoljnih uvjeta za transformaciju konteksta, najprije je potrebno djelovati na razini podizanja svijesti građana o učincima koje na zajednicu mogu imati male umjetničke i dizajnerske inicijative, a zatim na okupljanju i okrupnivanju takvih akcija i kolektivnom djelovanju. Potrebno je također ova kva i slična terenska istraživanja uzeti u razmatranje, testirati i financijski poduprijeti njihovu implementaciju.

Istovremeno, trenutni period obilježen COVID-19 pandemijom poligon je za testiranje načela *nanoturizma* u stvarnom životu svakoga. Premda u nevjerojatno novim okolnostima i prijetnji za zdravlje i globalnu ekonomiju, ljudi su primorani vanjski svijet doživjeti izoštranim osjetilima, proizvoditi i putovati lokalno, djelovati solidarno, orijentirati se na mikrolokacije i mikrozajednice. Prihvatanje novih prioriteta kao građana, potrošača i radnika moglo bi nas dovesti do boljeg, održivijeg i humanijeg turizma nakon turizma.

SMJERNICE ZA AKCIJU, UMJESTO ZAKLJUČKA

1. Povoljne okolnosti su SADA!

Život se posljednjih mjeseci seli u javne prostore, na trgove i parkove, male lokalne zajednice u susjedstvima počinju komunicirati, organiziraju se kazališne predstave i događanja na otvorenom, kruzeri ne plove Jadranom, gužve na plažama su podnošljive... lista je otvorena za nadopunu.

2. Izgradnja zajednice

Potrebno je vratiti život u gradska središta i iznova započeti procese građenja zajednica nestalih uslijed masovnog turizma, globalizacije i hiperprodukcije. Jedan je od načina ponovnog građenja zajednice vraćanje proizvodnje u grad u obliku malih trgovina, obrtničkih radionica, uslužnih djelatnosti, tržnica, drugim riječima, infrastrukture koja omogućuje svakodnevni život lokalnom stanovništvu. Lokalni obrti, osim funkcionalne i infrastrukturne komponente, jedan su i od elemenata autentičnosti neke lokacije pa su stoga i značajan čimbenik u izgradnji identiteta, a samim time doprinose i jačanju kohezije zajednice.

3. Učenje vještina za svakodnevni život

Obrt podrazumijeva bilo kakav smislen rad koji doprinosi poboljšanju vještina pojedinca i doprinosi zajednici, a ne nužno samo onaj koji terminološki i povijesno smatramo obrtničkim, kao što su postolari, stolari, zlatari itd. Potrebno je vježbati, poticati i educirati pojedince u smjeru prakticiranja takvih vještina.

4. Razmjena znanja i decentralizacija proizvodnje

Razmjena znanja u zajednici i decentralizacija proizvodnje u teoriji mogu vratiti moć, koja je trenutno u rukama masovne

industrije, na razinu pojedinca. Osim kroz tradicionalnu obrtničku proizvodnju, ovakav je obrat hipotetski moguć i kroz *open source DIY* zajednice koje isprepliću elemente predindustrijskih obrtničkih ekonomija s *high-tech* proizvodnjom i digitalnim komunikacijskim mrežama.

5. Skriveno znanje i zadovoljstvo od rada

Zadovoljstvo od rada potrebno je ponovno aktualizirati kao jednu od kategorija koje čine osnovu smislenog života. *Užitak koji bi trebao pratiti izradu svakoga djela neke rukotvorine temelji se na snažnom interesu koji svaki zdrav čovjek ima za zdrav život, te se sastoji, čini mi se, od triju glavnih elemenata: raznolikosti, nade u stvaranje i samopoštovanja koje proizlazi iz osjećaja da si koristan. Tome valja pridodati i to misteriozno tjelesno zadovoljstvo koje pruža spretno korištenje tjelesnih mogućnosti.*¹² ■

¹² Morris, William. 2019. Umjetnost u doba plutokracije. O umjetnosti i socijalizmu. Tendencija. BLOK. Zagreb.