

## „STORYTELLING” NA PRIMJERU PROJEKTA „IN CULTURA VERITAS”

ZRINKA MARKOVIĆ □ Muzejski dokumentacijski centar, Zagreb



sl.1. Logotip projekta „In cultura veritas”.

<sup>1</sup> *Metodologija praćenja i povećanja broja posjetitelja* autorice Zrinke Marković objavljena je u digitalnom izdanju u svibnju 2019. na službenim projektnim mrežnim stranicama. Izrada se temeljila na istraživanju povijesti praćenja posjetitelja u hrvatskim i slovenskim muzejima i na trenutačnoj situaciji prikazanoj na primjerima Samoborskog muzeja, Gradskog muzeja Jastrebarsko, Muzeja Sveti Ivan Zelina i Muzeja baroka u Šmarju pri Jelšah. Cilj je bio da se na temelju jedinstvene metode brojenja posjetitelja napravi brojač posjetitelja koji bi se kao pilot-projekt mogao primijeniti na sva tri hrvatska i jedan slovenski muzej, a kasnije se eventualno proširiti i na ostale hrvatske, možda i slovenske muzeje. Usto je dan i osvrt na aktivnosti kojima bi se mogao povećati broj posjetitelja u muzejima u sklopu projekta;

<https://site.inculturaveritas.eu/docs/.pdf> (pristupljeno 12. kolovoza 2020.).

<sup>2</sup> Na temelju *Metodologije* nastao je sustav *Infraticket*, koji je izradila tvrtka Infranet. U obzir je uzet broj posjetitelja, ali i njihova struktura – brojač treba zabilježiti je li riječ o djeci, odraslima, umirovljenicima ili o nekoj drugoj kategoriji, je li u pitanju pojedinačni ili grupni posjet, a trebao je nuditi informacije po odabranim izložbama i drugim događanjima i unutar traženog vremena. Također je predviđeno i praćenje ulaznica (je li riječ o besplatnoj ili plaćenju ulaznici) te bilježenje cijene ulaznice. Brojač je kreiran kao online aplikacija, pa se može upotrijebiti i na drugim lokacijama.

### O projektu *In cultura veritas* i projektnim aktivnostima

Projekt *In cultura veritas – razvojem atraktivne turističke destinacije do bolje valorizacije i održivog korištenja kulturne baštine* počeo je 1. kolovoza 2018. i trajao do 30. studenog 2020. U projektu su sudjelovala tri hrvatska i tri slovenska partnera – Zagrebačka županija (ZZ), koja je ujedno bila i vodeći partner, Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA), Muzejski dokumentacijski centar (MDC), Općina Šmarje pri Jelšah (OŠJ), Razvojna agencija Sotla (RAS) i Kmetijsko gozdarski zavod Maribor (KGZ-MB).

Projekt je nastao u sklopu programa *Interreg V-A Slovenija – Hrvatska 2014. – 2020.*, a ukupni proračun iznosio je nešto više od milijun eura. Cilj projekta bio je razvoj nove turističke destinacije s raznovrsnim sadržajem i ponudom te s naglaskom na enološkoj i kulturnoj ponudi, što bi pridonijelo promociji i očuvanju kulturne baštine obuhvaćenih područja i razvoju gospodarstva. Geografski gledano, projekt je obuhvatio četiri vinske ceste i okolna područja. U Hrvatskoj su to bile Samoborska vinska cesta, Plešivčka vinska cesta i Zelinska vinska cesta, a u Sloveniji Šmarsko-virštanjska vinska cesta. Na navedenim područjima u projekt su bili uključeni i muzeji – Samoborski muzej, Gradski muzej Jastrebarsko, Muzej Sveti Ivan Zelina i Muzej baroka u Šmarju pri Jelšah.

MDC je bio zadužen za aktivnosti usmjerene na istraživanje, prezentaciju i promociju kulturne baštine te na unapređenje ponude muzeja.

U sklopu projekta izradili smo *Metodologiju praćenja i povećanja broja posjetitelja*<sup>1</sup>, na temelju koje su nastali brojači posjetitelja<sup>2</sup> koji se trenutačno primjenjuju u četiri muzeja uključena u projekt.

Jedna od MDC-ovih aktivnosti bila je i digitalizacija odabranih muzejskih eksponata iz navedenih muzeja. U suradnji s muzejskim djelatnicima, digitaliziranim muzejskim eksponatima, koji su dopunjeni narativima, ispričana je priča o povijesti, kulturi, običajima, gospodarstvu, legendama i ostalim zanimljivostima dotičnih krajeva. Digitalizirani sadržaj dostupan je na ekranima osjetljivima na dodir, koji su u sklopu projekta instalirani u muzeje.<sup>3</sup> Isti je sadržaj dostupan i u digitalnom katalogu projekta iz kojega se može pročitati, vidjeti i čuti mnoštvo infor-

macija o muzejima, kulturnoj baštini, vinarima, legendama i aktualnim događanjima područja obuhvaćenih projektom.<sup>4</sup>

U katalogu su dostupni i videospotovi čija je aktualizacija bila obveza MDC-a. Četiri promotivna videospota reklamiraju muzeje uključene u projekt, kao i lokalnu kulturnu baštinu, a peti spot promovira cijelu turističku destinaciju. Videospotovi su plasirani i na televiziju, a prije toga su objavljeni na platformi YouTube.<sup>5</sup>

### Plan uspostave turističke destinacije

U sklopu projekta nastao je *Plan uspostave turističke destinacije*<sup>6</sup> dr. sc. Romane Lekić, objavljen u srpnju 2019.<sup>7</sup> U njemu je naglašena važnost primjene metode *storytelling* (hrv. pripovijedanje) za privlačenje posjetitelja i obogaćivanje njihovih iskustava i dojmova. Autorica je u *Planu* napisala: *Posebna pozornost ovim projektom posvećuje se očuvanju i revitalizaciji kulturne baštine u kome muzeji trebaju postati interpretacijski centri s novom storytelling ponudom kao i prepoznatljivim animacijskim programima.*<sup>8</sup>

*Planu* su prethodile radionice i obilasci terena na području Hrvatske i Slovenije kako bi se prikupile bitne informacije, upoznala kulturna baština i turistička ponuda te ostvario dijalog i dogovor s interesnim skupinama. Autorica je pregledala lokacije i objekte te posjetila događanja bitna za gradove obuhvaćene projektom, a komentirala je i što je trenutačno spremno za turističku ponudu, a što još nije.<sup>9</sup> Dala je prijedloge što bi se moglo napraviti, pri čemu je zamjetno snažno oslanjanje na *storytelling*.<sup>10</sup>

Predložila je da se naprave tematske staze na kojima bi turiste vodili kostimirani vodiči te ih upoznavali s kulturnom baštinom, poviješću, pučkom pobožnošću i običajima vezanima za vino. Autentičnost bi se postigla i time da kostimirani vodiči na organiziranim tematskim turama predstavljaju stvarne povijesne ličnosti vezane za pojedini kraj (*living history*). (Primjerice, Isadora Duncan posjetila je Plešivicu, a članovi obitelji Erdödy boravili su na područjima obuhvaćenim projektom.) Za slovenski dvorac Strmol iznijela je nekoliko ideja, a u jednoj od njih spomenula je kako bi se posjetiteljima mogla ponudila

mogućnost kostimiranja uz pomoć odjeće i rekvizita koji bi se nudili u dvorcu, a mogli bi se i fotografirati tehnikom koja nalikuje na stare fotografije.<sup>11</sup>

Također je spomenula potencijalnu suradnju s udrugama kao što su *Vitezovi zelingradski*, koja, među ostalim, rekonstruira i povijesne bitke, a naglasila je i mogućnosti povezivanja s postojećim manifestacijama i festivalima kojima bi se promovirala određena destinacija. U tu bi se svrhu mogli iskoristiti, primjerice, *Samoborski fašnik*, Izložba vina kontinentalne Hrvatske u Svetom Ivanu Zelini ili *Klopotečke subote* u Podčetrteku.

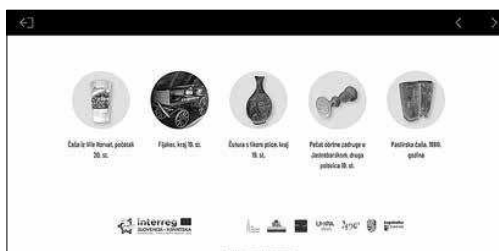
I u takvim aktivnostima Lekić vidi priliku za *storytelling*, i to za interaktivniju verziju, pa tako iznosi ideju da se, primjerice, na *Dionizovim danima* u Jastrebarskom<sup>12</sup>, u sklopu teme *Vino u snovima i mitovima*, sudionici upoznaju s vinom u mitologiji, ali da im se pruži i prilika da „(...) pričaju svoje snove koje zajednički na zabavan način tumače”.<sup>13</sup> Predložila je izložbu koja bi se bavila tradicijskim posuđem u vinogradarstvu, a koja bi mogla biti putujuća. U tome vidi priliku za povezivanje sa studentima vinogradarstva, koji bi posjetiteljima mogli opisati razlike između vinogradarstva nekada i danas. Prema njoj, time bi se otvorila mogućnosti i za primjenu suvremenih tehnologija kao što su virtualna stvarnost i QR kodovi, kojima bi se mogla izgraditi (...) mreža priča koja može privući veliki broj posjetitelja koji nikad nisu vidjeli niti upoznali stare tehnike i metode.<sup>14</sup>

### Storytelling na ekranima na dodir

Tijekom 2019. MDC je u Samoborskom muzeju, Gradskom muzeju Jastrebarsko, Muzeju Sveti Ivan Zelina i Muzeju baroka u Šmarju pri Jelšah održao radionice s djelatnicima tih muzeja. Cilj radionica bilo je informiranje djelatnika o aktivnostima te odabir po pet predmeta iz svakog od tih muzeja koji bi se digitalizirali i upotvorili zanimljivim kratkim tekstovima, tj. narativima. Na taj su način digitalizirani muzejski predmeti i narativi poprimili ulogu sredstava pripovijedanja. Sadržaj je dostupan na ekranima na dodir koji su postavljeni u muzeje.<sup>15</sup>

Prije digitalizacije bilo je potrebno odabrati muzejske predmete. Težilo se tome da predmeti imaju veze s vinom ili zanimljivostima iz povijesti, kulture i gospodarstva mjesta iz kojega potječu, odnosno gdje su pronađeni, izloženi ili prethodno upotrebljavani. Kustosi i ostali djelatnici muzeja dali su prijedloge predmeta koji bi se mogli uključiti u projekt, a MDC je napravio završni odabir. Djelatnici svakog muzeja napisali su ključne informacije i zanimljivosti o predmetima koje su odabrali, a projektni tim MDC-a tekstove je redigirao, odnosno prilagodio njihov sadržaj i formu, doradio ih ili, prema potrebi, sažeo odnosno dopunio.

Predmeti su digitalizirani u 3D ili 2D tehnici. Rezultat 3D skeniranja<sup>16</sup> omogućio je da se predmeti prikažu sa svih strana, a oni koji su bili veličine, formata ili oblika zbog kojih bi taj proces bio otežan ili rezultati ne bi bili zadovoljavajući, snimljeni su u 2D tehnici<sup>17</sup>. Za dio postava



gornje etaže Gradskog muzeja Jastrebarsko i Muzeja baroka u Šmarju pri Jelšah napravljena je i virtualna šetnja jer su se u tom prostoru nalazili odabrani predmeti koji nisu skenirani u 3D tehnici.<sup>18</sup>

Na temelju oslikane čaše s bokalom iz Samoborskog muzeja možemo ponešto saznati o povijesti staklarske industrije u tom kraju, ali i o samoborskim običajima posluživanja pića kada bi gost došao u kuću vinogradara, a o nazdravljanju nam govori i bilikum iz staklane Osredak. S vinom su tematski povezane i drvene posude za skladištenje vina. Vrč Milana Biščana, osnivača viteškog društva *Zlatna čizma*, priča nam o inicijaciji u to društvo. Pismo samoborskog suca Pavla Turkovića o kupoprodaji vinograda iz 16. stoljeća otkriva da su se pogodbe pred svjedocima nekada sklapale uz čašćenje pićem. Svi se predmeti mogu vidjeti u 3D obliku, ali je na prethodno navedenom pismu samo pečat skeniran u 3D tehnici i može se sagledati sa svih strana.

Čašom s oslikom koji prikazuje Vilu Horvat, a koja se čuva u Gradskome muzeju Jastrebarsko, ispriopijedana je priča o tom nekoć popularnom svratištu u kojemu su se početkom 20. stoljeća odmarali glumac Charlie Chaplin i plesačica Isadora Duncan. Čutura iz dvorca Erdödy prenosi priču o grofu Stjepanu Erdödyju, a gospodarstvo i stare obrte na području Jastrebarskog predstavljeno je pečatom obrtničke zadruge ili pak pastirskom čašom koja govori o tome kakav je bio život hrvatskog seljaka u 19. stoljeću. Jedini muzejski predmet koji se ne može vidjeti u 3D obliku stara su zaprežna kola, tzv. fijaker, koji svjedoci kako se nekad putovalo.

Brončani pehar iz Muzeja Sveti Ivan Zelina donosi priču o starom gradu Zelingradu, čije su ruševine i danas vidljive. Drvena posuda odnosno starohrvatska pinta govori o starim mjerama za vino i o vinskom porezu. Preko isprave Ladislava Domjanica s početka 19. stoljeća možemo saznati ponešto o prijateljstvu grofice Ane Marije Erdödy, koja je u okolici Svetog Ivana Zeline imala dvorac i vinograde, i skladatelja Ludwiga van Beetho-

sl.2. Prikazani muzejski predmeti iz Gradskog muzeja Jastrebarsko digitalizirani su u sklopu projekta. Sadržaj je dostupan na ekranu osjetljivom na dodir instaliranom u sklopu projekta u Gradskom muzeju Jastrebarsko. Isti je sadržaj dostupan i u digitalnom katalogu projekta.

sl.3. 3D digitalni model bilikuma iz Samoborskog muzeja. Bilikum je digitaliziran u sklopu projekta te je vidljiv na ekranu osjetljivom na dodir instaliranom u Samoborskom muzeju i u digitalnom katalogu projekta.

3 Za nabavu i postavljanje ekrana u tri hrvatska muzeja bio je zadužen MDC, a zadatak OŠJ-a bila je nabava i postavljanje ekrana u Muzeju baroka. Od opreme su nabavljeni i turistometri te pametne klupe, za što su bili zaduženi ZZ i OŠJ.

4 Digitalni katalog izradio je ZZ, a taj je posao povjeren tvrtki TIS – objektni informacijski sustavi d.o.o., koja je izradila i aplikaciju dostupnu na ekranima osjetljivim na dodir. Dizajn digitalnog kataloga napravio je grafički dizajner Krunoslav Franetić, koji je zaslužan i za vizualni identitet projekta.

U kreiranju sadržaja digitalnog kataloga radili su i projektni partneri. MDC je svoj doprinos dao sudjelujući u pisanju tekstova o kulturnoj baštini te u digitaliziranju sadržaja i izradi promotivnih videospotova;

<https://www.inculturaveritas.eu/hr/> (pristupljeno 12. kolovoza 2020.).

5 Projektne aktivnosti, kulturna baština i eno-gastronomska ponuda promovirani su i objavljivanjem članaka u novinama (*24 sata*) i časopisima, na online portalima te na društvenoj mreži *Facebook*, a organizirane su i turističke ture za novinare, putničke agencije i marketinške stručnjake koji su upoznati s ponudom i zanimljivostima vezanima za destinacije. Ciljevi, rezultati i daljnje ideje sudionicima su preneseni i putem radionica.

6 [https://site.inculturaveritas.eu/docs/plan\\_uspostave\\_turisticke\\_destinacije.pdf](https://site.inculturaveritas.eu/docs/plan_uspostave_turisticke_destinacije.pdf) (pristupljeno 9. rujna 2020.).

7 Za tu je aktivnost bila zadužena UHPA.

8 R. Lekić, *Plan uspostave turističke destinacije*, Zagreb, 2019., 10.

sl.4. Kadar video spota koji prikazuje crkvu sv. Roka i kalvariju u Šmarju pri Jelšah, nedaleko Muzeja baroka. Snimka iz zraka.



sl.5. Kadar videospota koji promovira Muzej baroka u Šmarju pri Jelšah i njegovu okolice, a prikazuje dio skulpture koja je prezentirana u navedenom muzeju. Skulptura je digitalizirana u sklopu projekta te je kao takva vidljiva u sklopu sadržaja dostupnog na ekranu osjetljivom na dodir instaliranom u Muzeju baroka te u digitalnom katalogu projekta



sl.6. Kadar videospota koji promovira Muzej Sveti Ivan Zelina i kulturnu baštinu tog kraja. Prikazan je brončani pehar sa Zelingrada. Pehar je digitaliziran u sklopu projekta te je njegov 3D digitalni model vidljiv u sklopu sadržaja dostupnog na ekranu osjetljivom na dodir instaliranom u Muzeju Sveti Ivan Zelina te u digitalnom katalogu projekta.

sl.7. Animirana ilustracija iz videospota koji promovira Muzej baroka i kulturnu baštinu Šmarja pri Jelšah. Prikazano je hodočašćenje do crkve sv. Roka. U pozadini se vide kapelice kalvarije.



sl.8. Animirana ilustracija iz videospota koji promovira Samoborski muzej te kulturnu baštinu i običaje samoborskog kraja. Prikazano je ispijanje pića dobrodošlice pri dolasku u nečiju kuću.

sl.9. Animirana ilustracija iz videospota koji promovira Muzej Sveti Ivan Zelina i kulturnu baštinu tog kraja. Prikazan je Ludwig van Beethoven s bocom i čašom u kojima se nalazi zelinsko vino.

sl.10. Animirana ilustracija iz videospota koji promovira Gradski muzej Jastrebarsko i jastrebarsku kulturnu baštinu. Prikazan je Gradski muzej Jastrebarsko i ljudi koji se voze zaprežnom kočijom čime se aludira na fijaker koji je izložen u Muzeju te digitaliziran u sklopu projekta.

9 Lekić, str. 8-16.

10 Lekić, str. 44-55.

11 Lekić, str. 50.

12 *Dani vina*, nap. a.

13 Lekić, str. 51.

14 Lekić, str. 53.

15 MDC je dao prijedlog za izgled sučelja aplikacije koja je instalirana na ekrane. Sadržaj je dostupan i u digitalnom katalogu projekta. <https://www.inculturaveritas.eu/hr/samoborski-muzej-menu-hr> (pristupljeno 23. rujna 2020.).

<https://www.inculturaveritas.eu/hr/gradski-muzej-jastrebarsko-menu-hr> (pristupljeno 23. rujna 2020.).

<https://www.inculturaveritas.eu/hr/muzej-sveti-ivan-zelina-menu-hr> (pristupljeno 23. rujna 2020.).

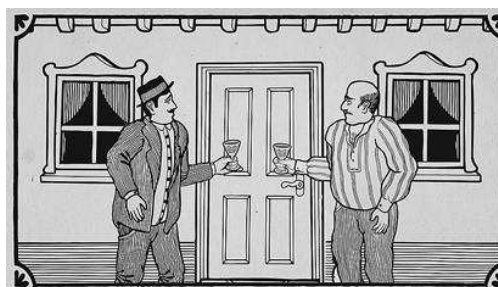
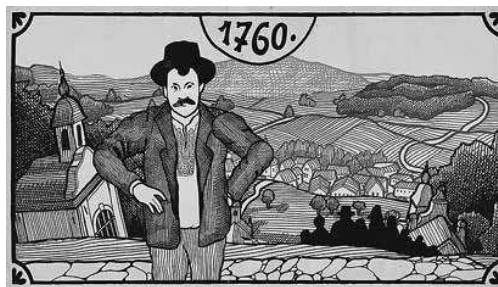
<https://www.inculturaveritas.eu/hr/muzej-baroka-u-smarju-pri-jel-sah-menu-hr> (pristupljeno 23. rujna 2020.).

vena, koji je volio zelinsko vino te je za groficu skladao nekoliko djela. To je ujedno i jedini predmet iz tog muzeja koji je zbog formata prikazan u 2D, a ne u 3D obliku. Pehar „mudrijaš“ upoznaće nas sa zabavnim običajima ispijanja pića, ali i o požaru koji je pogodio Zelinu, a čutura župnika Dragutina Stražimira donosi priču na tragu kriminalističke drame.

Skulpture iz Muzeja baroka u Šmarju pri Jelšah dostupne su u 2D prikazu. Uz informacije o stalnom postavu Muzeja te digitaliziranoj skupini skulptura iz scene Kristova bičevanja i njihovoj restauraciji, iz narativa možemo saznati i o obližnjoj kalvariji. Iz kapelica kalvarije, koje su prema legendi žbukane pomoću vina umjesto vode, potekle su skulpture koje se nalaze u Muzeju baroka, a u kapelice su postavljene njihove replike. Kroz narative se također mogu saznati i zanimljivi podaci o župniku Mateju Vrečeru koji je zaslužan za gradnju kalvarijskih kapelica.

#### Promotivni videospotovi

Projektna aktivnost koja je također bila u domeni MDC-a, a njezin je rezultat primjer audio-vizualnog *storytellinga*, odnosno se na izradu pet promotivnih videospotova.<sup>19</sup> Četiri od njih, svaki u trajanju oko jedne minute, ispričala su priču o kulturnoj baštini, povijesti, obrtničkoj



i vinogradarskoj tradiciji te o ostalim zanimljivostima Jastrebarskog, Samobora, Svetog Ivana Zeline i Šmarja pri Jelšah. Njima su obuhvaćena i četiri muzeja uključena u projekt, odnosno muzejski predmeti na kojima se prezentirana priča i gradila. Peti je spot objedinio sve četiri lokacije, uz dodatak Vinske kleti u Šmarju pri Jelšah<sup>20</sup> i prikaza vinograda i vinskih podruma kako bi se stavio naglasak na destinaciju u čijem su središtu, osim kulturne baštine, vinske ceste i bogata enološka ponuda.<sup>21</sup>

U spotovima je prezentiran dio muzejske građe koja je digitalizirana u sklopu projekta, a uz njih su prikazani i drugi predmeti izloženi u muzejima, stare razglednice i fotografije koje muzeji čuvaju u svojem fondusu<sup>22</sup> te snimke kamerom i dronom nastale za potrebe izrade spotova. Primijenjene su različite tehnike i efekti poput



simulacije filmske 16-milimetarske slike, animiranog 3D efekta na fotografijama, odnosno paralakse i 2D animacije crteža.<sup>23</sup> Time je postignuta eklektična cjelina i visoka razina vizualne dinamike, što navodi gledatelje da pažljivo prate spotove i ne ostavljaju mjesta da čak ni onima s kratkim rasponom pozornosti bude dosadno. Vizualni je sadržaj popraćen audionaracijom, kojom je dobio kontekst, a atmosfera je dograđena i pozadinskom glazbom. Narativi za videospotove velikim su se dijelom temeljili na narativima koji su nastali uz digitalizirane muzejske predmete i na informacijama prikupljenima u istraživanjima što su im prethodila.<sup>24</sup>

Četiri videospota koja promoviraju tri hrvatska i jedan slovenski muzej te kulturnu baštinu krajeva u kojima se nalaze prijavljeni su na natječaj za nagradu *Heritage in Motion*. Nagrada se dodjeljuje svake godine za multimedijiska i digitalna ostvarenja kojima se promovira europska kulturna i prirodna baština. U listopadu 2020. na mrežnim stranicama ove inicijative objavljeno je da je MDC s navedenim promotivnim videospotovima ušao u izbor od 10 finalista za 2020. godinu.<sup>25</sup>

Videospotovi su prijavljeni i na natječaj za nagradu Oktavijan Hrvatskog društva filmskih kritičara za 2020. godinu.<sup>26</sup> Prikazani su i na osmom po redu izdanju manifestacije MUVI u organizaciji MDC-a, koja se u prosincu 2020. godine, za razliku od prethodnih godina, održala u online izdanju.<sup>27</sup>

### Digitalni katalog

U sklopu projekta 2019. godine izrađen je digitalni katalog. Za to je bio zadužen vodeći partner Zagrebačka županija, ali su svojim prijedlozima i sadržajem pridonijeli i drugi partneri.<sup>28</sup> Katalog je osmišljen kao baza koja se može kontinuirano dopunjavati. Dostupan je na četiri



jezika – na hrvatskome, slovenskome, engleskome i njemačkome.

Na naslovnoj stranici digitalnog kataloga, pod motom *Dodir vina, okus baštine*<sup>29</sup>, nalazi se pet promotivnih videospotova, kalendar događanja i interaktivna karta područja obuhvaćenog projektom, odnosno gradova Samobora, Jastrebarskog, Svetog Ivana Zeline i Šmarja pri Jelšah, kroz koje prolaze vinske ceste. Odabirom nekoga od navedenih gradova na karti ulazimo u virtualni prostor u kojemu se može izabrati jedna od tri rubrike – „Vinari”, „Kulturna baština” ili „Zanimljivosti i legende”. Prva rubrika većinom sadržava ključne informacije o

sl.11. Početna stranica digitalnog kataloga projekta.

sl.12. Sadržaj dostupan u digitalnom katalogu projekta u sklopu dijela „Zanimljivosti i legende”. Ovdje je prikazana ilustrirana priča o zjmu i nastanku slovenskog mjesta Rogatec.

sl.13. Sadržaj dostupan u digitalnom katalogu projekta u sklopu dijela „Zanimljivosti i legende”. Ovdje je prikazana ilustrirana priča o samoborskom Romeu i Juliji, odnosno Stanku Vrazu i Julijani Cantilly.

16 3D skeniranje obavila je tvrtka Infodata.

17 Muzejske predmete u 2D tehnici snimila je tvrtka Novena d.o.o.

18 ZZ je također dao izraditi virtualne šetnje za ostale muzeje. One su dostupne u digitalnom katalogu projekta.

19 Videospotove je izradila produkcijska kuća Eclectica u suradnji s filmskom redateljicom Juditom Gamulin. Izradi su pridonijeli i djelatnici četiriju muzeja uključenih u projekt, koji su pripremili muzejsku građu korištenu u spotovima te projektni partneri svojim komentarima i prijedlozima.

20 U sklopu projekta obnovljena je Vinska klet u Šmarju pri Jelšah. Za tu je aktivnost bio zadužen OŠJ.

21 Nakon završetka videospotovi su objavljeni na platformi YouTube i prezentirani na internacionalnom sajmu turizma *Ferien-Messe Wien* u Beču od 16. do 19. siječnja 2020. Ubrzo nakon toga, 29. siječnja 2020., prikazani su u sklopu edukativne radionice u Samoborskom muzeju. Spotovi su od lipnja 2020. emitirani na hrvatskome televizijskom kanalu Mreža TV te na slovenskim kanalima RTV Slovenija i TV Celje, u sklopu medijskih kampanja. Medijsku kampanju za MDC provela je tvrtka 3PM Media j.d.o.o.

22 Uz dodatnu građu iz tri hrvatska muzeja, za spot o Svetom Ivanu Zelini iskorištena je i fotografija Petra Dabca iz Arhiva Vjenceslava Richtera iz MSU-a, na kojoj je V. Richter.

23 Ilustracije je izradio Mislav Lešić, a animacije Manuel Šumberac.

24 Narativi za videospotove nastali su suradnjom MDC-a i produkcijske kuće Eclectica te uz potporu i sugestije projektnih partnera.

25 <https://heritageinmotion.eu/blogpost/finalists-2019-announced-1> (pristupljeno 29. listopada 2020.)

26 Rezultati natječaja trebali bi biti javno objavljeni u siječnju 2021. godine.

<https://www.hdfk.hr/poziv-prijavite-filmove-za-nagradu-oktavijan/> (pristupljeno 2. studenog 2020.)

27 Videospotovi su prikazani 17.12.2020. na manifestaciji MUVI 08 koja se održala putem platforme Zoom.

<https://www.mdc.hr/hr/mdc/skupovi-manifestacije/muvi-muzeji-video-film/> (pristupljeno 20. prosinca 2020.)

28 MDC je radio na tekstovima o kulturnoj baštini, a u katalog su uvršteni i digitalizirani muzejski predmeti s narativima, virtualne ture te promotivni videospotovi.

29 Moto projekta korišten je i u promotivnim videospotovima te u turističkom vodiču.

30 Fotografije je snimio Siniša Uštu-lica. Za tu je aktivnost bila zadužena Zagrebačka županija.

31 Ilustracije je napravila Sanja Rešček Ramljak. Za tu je aktivnost bila zadužena Zagrebačka županija.

32 J. Mlinarić, S. Vršić, P. Černe Oven, M. Nabernik, P. Premzl, J. Vodopivec, L. Planinc, M. Čerčić, *Zbirka ampelografskih upodobitev Vinzenza i Conrada Kreuzerja* (Maribor: Umetniški kabinet Primož Premzl, 2019.), 313.

33 <https://www.slovenia.info/en/places-to-go/attractions/world-s-oldest-vine> (pristupljeno 8. rujna 2020.).

34 Ilustracije je napravila Sanja Rešček Ramljak.

35 [https://site.inculturaveritas.eu/docs/turisticki\\_vodic.pdf](https://site.inculturaveritas.eu/docs/turisticki_vodic.pdf) (pristupljeno 8. rujna 2020.).

36 Radionicu *Kulturna baština na putevima vinskih cesta* MDC je održao 29. siječnja 2020. Zrinka Marković (MDC) održala je izlaganje s temom *Kulturna baština uz četiri vinske ceste*. U njemu je predstavljeno više od 40 objekata kulturne baštine te brojne zanimljivosti i legende koje se vežu za krajeve obuhvaćene projektom. Gostujuća stručnjakinja Melanija Belaj (Institut za etnologiju i folkloristiku) održala je izlaganje *Kultura vina u etnološkoj i kulturno-anthropološkoj perspektivi*.

vinarima i njihovim prostorima u kojima se može kušati vino i hrana, a ostale dvije rubrike, posebice posljednja, koriste se upravo *storytellingom* kako bi virtualnim posjetiteljima kroz priče približili kulturnu baštinu tih krajeva i njihovu povijest i običaje. Kulturna je baština vizualno prezentirana fotografijama<sup>30</sup>, a zanimljivosti i legende ilustracijama.<sup>31</sup>

Iz kulturne baštine Samobora trenutačno je u digitalnom katalogu dostupno desetak objekata i lokacija kao što su dvorac Livadić, u kojemu je smješten Samoborski muzej, kulturno-povijesna gradska jezgra, koja obuhvaća građevine na Tomislavovu trgu, i ogrlica samoborski kraluš. Od zanimljivosti i legendi u katalog je uvrštena bitka kod Samobora 1441. godine, priča o samoborskom Romeu i Juliji, tj. o pjesniku Stanku Vrazu i njegovoj muzi Julijani Cantilly, poznatoj kao Ljubica u njegovom pjesničkom ciklusu *Dulabije*, zanimljivosti o Starom gradu Samoboru te legenda o kornjači, koja se povezuje sa Starim gradom i Barbarom Celjskom.

Jastrebarsko je predstavljeno Gradskim muzejom Jastrebarsko, dvorcem Erdödy i parkom kojim je okružen te ponekim lokalitetom prirodne baštine i brojnim sakralnim građevinama. Od zanimljivosti se može saznati o povijesti grada i njegovu simbolu jastrebu te o poznatim osobama koje se povezuju s Jastrebarskim poput plemićke obitelji Erdödy, ali i o poznatim osobama koje su posjetile taj kraj, kao što su glumac Charlie Chaplin i pjesačica Isadora Duncan.

Sveti Ivan Zelina prezentiran je putem Muzeja Sveti Ivan Zelina, Staroga grada Zelingrada koji je u vlasništvu Muzeja i zaštićene gradske jezgre s profanim građevinama i crkvom sv. Ivana Krstitelja. U rubrici koja priča o zanimljivostima i legendama posjetitelji digitalnog kataloga mogu se upoznati s poviješću grada te s poznatim osobama koje se povezuju sa zelinskim krajem, a među njima je čak i skladatelj Ludwig van Beethoven, kojemu je prijateljica grofica Ana Marija Erdödy slala zelinsko vino. Svoje je mjesto u virtualnom katalogu našao i tzv. klopotec, o kojemu je pisala i književnica Nada Iveljić.

Slovenska kulturna baština zastupljena je brojnim muzejima, dvorcima, sakralnim i drugim objektima. Osim Muzeja baroka u Šmarju pri Jelšah, predstavljeni su i Muzej na otvorenome u Rogatecu, Anin dvor, u kojemu se nalaze muzejske zbirke, dvorci Strmol i Podsreda, Franjevački samostan u Olimju itd. Među zanimljivosti i legende uvrštena je legenda o Gruskoj jami, priča o grofovima Žusemskim i babnom vinu, priča o Lemberžanima kojima su se pomiješale noge, a čitatelji mogu saznati i kakve veze imaju div Ajd i zmaj s mjestom Rogatec te što povezuje mitskog pegaza s Rogaškom Slatinom.

#### Tiskana izdanja i edukativna radionica

Kmetijsko gozdarski zavod Maribor (KGZ-MB) objavio je 2019., u sklopu projekta, monografiju vinskih sorti

*Zbirka ampelografskih upodobitev Vinzenza i Conrada Kreuzerja*. To je drugo, prošireno izdanje, a prvo je izašlo 2001. U knjizi se nalaze reprodukcije gvaševa slovenske slikovne zbirke vinskih sorti, a uz brojne ilustracije knjiga sadržava i stare fotografije te povijesni pregled vinogradarstva i trgovine vinom još od vremena prije nove ere, s naglaskom na razdoblju od kasnoga srednjeg vijeka do kasnoga 19. stoljeća na području Slovenije. Također je spomenuta tzv. *stara trta*, vinova loza žametovka koja u Mariboru raste već oko 400 godina<sup>32</sup> i koja je čak ušla u Guinnessovu knjigu rekorda jer se smatra najstarijom u svijetu.<sup>33</sup>

Razvojna agencija Sotla izdala je 2020. višejezični, bogato ilustrirani<sup>34</sup> turistički vodič *Okus vina, dodir baštine*.<sup>35</sup> U vodiču je navedena kulturna baština na vinskim cestama, a ispričana je i priča o Lemberžanima kojima su se pomiješale noge te priča koja otkriva poveznicu između Ludwiga van Beethovena i zelinskog vina.

Na radionici koju je MDC početkom 2020. organizirao u Samoborskom muzeju za djelatnike muzeja i galerija, turističkih zajednica, za vinare i vlasnike OPG-ova koristili smo se *storytellingom* kako bismo kulturnu baštinu približili široj publici, tj. kako bi se informacije iznijele na način koji bi bio zanimljiv sudionicima radionice i kako bi ih lakše upamtili i prosljedili dalje – muzeji svojim posjetiteljima, turističke zajednice turistima, vinarije svojim gostima, te tako usmenom predajom oplemenili turističku destinaciju.<sup>36</sup>

Uz građevine na Tomislavovu trgu u Samoboru ispričana je priča o Stanku Vrazu i Julijani Cantilly, koja je tu živjela. Stari grad Samobor bio je uvod u priču o Barbari Celjskoj, poznatoj i kao Crna kraljica, koja je prema legendama bila alkemičarka i navodna izumiteljica velike kornjače koja je jela samoborsku djecu, a spomenut je čak i glumac Jackie Chan, koji je tu, snimajući scene za film *Armour of God* 1986., pao sa stijene i ozlijedio se. Od nematerijalne kulturne baštine sudionici radionice mogli su čuti što raskošnost i boje samoborskog kraluša govore o njezinoj vlasnici i po čemu je jelo rudarska greblica dobilo ime.

Uz priče o Jastrebarskom sudionici su mogli upoznati plemićku obitelj Erdödy i povijest jastrebarskog dvorca<sup>37</sup> koji je tijekom povijesti imao brojne namjene: u njemu se stanovalo, bio je popravni dom za dječake, logor za djecu tijekom Drugoga svjetskog rata, Zavičajni muzej, škola itd. S Jastrebarskim je povezan i Napoleon jer je u njegovo vrijeme to područje bilo pod francuskom vlašću, pa je jedna od najstarijih profanih građevina u mjestu tzv. Napoleonova bolnica. Od nematerijalne kulturne baštine sudionici su čuli o pletenim koladrama, ogrlicama čija se povijest veže za mjesto Slavetić i za vlasteline poput obitelji Oršić.

Uz Svetog Ivana Zelinu prezentirana je povijest Zelingrada, u kojemu su živjele brojne plemićke obitelji, a koji je od 17. stoljeća ruševina te se od 2001. na njemu vode sustavna arheološka istraživanja. Dvorac Paukovec,

kojega više nema, vezan je uz groficu Anu Mariju Erdödy (rođenu Niczky), prijateljicu Ludviga van Beethovena. U izlaganju o kapeli sv. Petra u Novome Mjestu sudionici su čuli o freski s najstarijim prikazom legende o sv. Ladislavu, a putem oltara u kapeli crkve sv. tri kralja u Kominu o legendi o Bolti Prevareku. Moglo se čuti i o zelinskim coprnicam kojima se bavi knjiga *Coprnički ceh* u izdanju Muzeja Sveti Ivan Zelina.<sup>38</sup>

Slovenska kulturna baština predstavljena je profanim građevinama kao što su Muzej baroka u Šmarju pri Jelšah te dvorci Strmol i Podsreda, a spomenute su i sakralne građevine te priče koje se vežu uz njih. Ispričana je legenda o upotrebi vina prilikom žbukanja kapelica kalvarije u Šmarju pri Jelšah te priča o dvije crkve na vrhu Tinske gore, koje stoje jedna pokraj druge i od kojih je nešto novija nastala kao zavjet obitelji Celjski jer su pronašli izgublenu članicu svoje obitelji živu i zdravu.

**Zaključak.** *Storytelling* (hrv. pripovijedanje) nije novitet u kulturnoj zajednici, uključujući i muzejsku, već je sve češće sredstvo prezentacije tema s područja kulturne baštine. Sama riječ većinom budi asocijacije na verbalno – usmeno ili pisano prenošenje priče od naratora prema slušatelju. No u kontekstu interpretacije kulturne baštine, stvaranja baštinskih proizvoda i komunikacije s publikom navedena metoda obuhvaća i neverbalne elemente te je popraćena vizualnim sadržajem ili on čak čini i glavninu *storytellinga*. Muzejska se zajednica trudi slijediti suvremene trendove, a o tome govore i mnogi projekti, konferencije, radionice i drugi oblici skupova kojima je cilj prenošenje znanja i iskustava upravo sa *storytellingom* te na uspješnim primjerima pokušavaju muzejskoj struci približiti tu metodu i pokazati ishode.

*Storytelling* je kao metoda bio predviđen već i u samoj projektnoj prijavi, odnosno bilo je planirano primijeniti ga i prije formalnog početka rada na projektu *In cultura veritas*.

Tijekom trajanja projekta MDC se koristio *storytellingom* u sklopu aktivnosti čiji je fokus bio na prezentaciji muzejskih predmeta i kulturne baštine, a istu su metodu prakticirali i drugi projektni partneri. Epidemija virusa Covid-19 utjecala je na prekid ili smanjenje opsega određenih manifestacija za promoviranje turističkih destinacija, a i općenito je nepovoljno djelovala na razvoj potencijalnih turističkih aranžmana. Međutim, nastali su proizvodi poput digitaliziranih muzejskih predmeta kojima je ispričana priča o kulturnoj baštini, povijesti i zanimljivostima krajeva iz kojih potječu, promotivni videospotovi koji putem različitih medija dalje prenose tu priču te digitalni katalozi i tiskana izdanja, koji se također oslanjaju na *storytelling*.

Projekt je završio 30. studenog 2020., ali priča se nastavlja – projektne su tekovine sredstva koja pomažu da turistička destinacija oživi i održi se preko posrednika. Među njima su djelatnici muzeja i srodnih ustanova, zaštitnici i komunikatori kulturne baštine, organizacije, zajednice, društva, udruge i udruženja koja

ne dopuštaju da bogata povijest, stari običaji, obrti, tradicija i baština padnu u zaborav, vinari i poljoprivredna gospodarstva koja oplemenjuju destinaciju svojim proizvodima i svi ostali koji će dalje prenositi priču te pridonijeti razvoju turističke destinacije i očuvanju kulturne baštine.

Primljeno: 23. rujna 2020.

#### STORYTELLING: THE CASE OF THE 'IN CULTURA VERITAS' PROJECT

**The project *In cultura veritas – through the development of an attractive tourist destination to the better evaluation and sustainable use of the cultural heritage* lasted from August 1 2018 to November 30 2020 and was financed by the cross-border collaboration programme Interreg V-A Slovenia-Croatia, 2014-2020. Six partners from Croatia and Slovenia were charged with the implementation of programme activities. They were Zagrebačka County, the Association of Croatian Travel Agencies, the Museum Documentation Centre, the Commune of Šmarje pri Jelšah, the Sotla Development Agency and the Slovene Chamber of Agriculture and Forestry - Institute of Agriculture and Forestry Maribor.**

**A multitude of activities were carried out in the context of the project the objective of which was to promote the cultural heritage, the products of the wine and other industries and to establish tourist destinations, which resulted in a larger number of visitors being drawn to Samobor, Jastrebarsko, Sv. Ivan Zelina, Šmarje, their surroundings and the wine roads that pass through them. Also created for the purpose was the Tourist Destination Establishment Plan, in which the importance of the method of storytelling was emphasized, in order for these objectives to be accomplished.**

**The Museum Documentation Centre (MDC) relied greatly on this method in the implementation of the activities with which it had been charged – the digitisation of museum objects via which with the help of museum narratives the story of the cultural heritage was told, together with the history, customs, features of interest and legends of the regions from which they stemmed and in which they were used, promotional videos that with the help of different media and techniques transmitted the story on television and the Youtube platform.**

**In addition there was the educational workshop organized by MDC at which the previous two activities were presented, while a great many objects of the cultural heritage were presented and their history and the interesting lore associated with them were related. Other project partners also used storytelling so as to transmit information about the heritage and the tourist destination in an interesting manner, as visible in the digital catalogue and the printed editions.**

37 Dvorac je trenutno u ruševnom stanju i nije otvoren za posjetitelje, ali se planira njegova obnova. <https://www.jaskadanas.hr/grad/za-obnovu-dvorca-erdoedy-gradu-bes-povratnih-gotovo-50-milijuna-kuna/> (pristupljeno 9. rujna 2020.).

38 <https://www.muzej-zelina.hr/hr/nakladnistvo/coprnicki-ceh-spomnica/> (pristupljeno 14. kolovoza 2020.).