



Autor: Krešimir Dabo

Iza i ispred pozornice: Odnosi s javnošću hrvatske izvedbene tradicijske umjetnosti

Školska knjiga: Zagreb. - 176. str.
ISBN: 978-953-355-674-1

Knjiga „Iza i ispred pozornice: Odnosi s javnošću hrvatske izvedbene tradicijske kulture“ autora doc. dr. sc. Krešimira Dabe tematizira medijski često marginalizirane teme, kao što su baština, tradicija, tradicijska kultura i folklor, a u kontekstu odnosa s javnošću s posebnim naglaskom na društvene mreže. Posebnost ovog djela ističe se u jedinstvenosti teme. Odnosno, ne postoji publikacija koja povezuje tradicijsku kulturu, folkloristiku te odnose s javnošću. Samim time, knjiga čini izvrstan temelj za daljnja buduća istraživanja strateške komunikacije u okviru hrvatske tradicijske kulture.

Doba je digitalizacije obilježeno prekomjernom količinom informacija i kontinuiranim brzim promjenama pružajući nove prilike, ali i postavljajući nove izazove. U toj dinamici, tradicionalne se kulturne vrijednosti često nalaze na marginama, a njihovo očuvanje prepušteno je naporima ustanova, udruga, umjetničko-kulturnih društva te ostalih organizacija posvećenih tradicijskoj kulturi.

Autor je knjigu strukturirao u devet poglavlja, mogli bismo zaključiti metodom dedukcije koja čitatelja vodi od općeg prema pojedinačnom. Točnije, prvi dio knjige bavi se teorijskim aspektom definirajući ključne pojmove knjige kao što su baština, tradicijska kultura i folklor postavljajući ih u širi, opći kontekst. U drugom dijelu, teorijski se okvir svrstava u specifičnosti odnosa s javnošću, menadžmenta u umjetnosti te se analiziraju pojedinačne studija slučaja profesionalnog folklornog ansambla LADO – Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske. Svako poglavlje sadržajno je podijeljeno autentičnim vizualnim prikazima plesača ansambla u hrvatskim narodnim nošnjama. Slike pružaju dodatnu dimenziju estetike i doprinose ukupnom doživljaju knjige.

U poglavlje „Baština. Tradicijska kultura. Folklor“ autor sustavno donosi definiciju osnovnih etnoloških pojmova te njihovu međusobnu diferencijaciju. U tom kontekstu, autor ističe kako je baština širi pojam od tradicijske kulture te obuhvaća različite forme tradicijskog nasljeđa i umjetničkih izraza povezanih s identitet naroda. Razlike u terminologiji predstavljaju bitnu sastavnicu, posebno za stručnjake u odnosima s javnošću, novinarstvu ili u bilo kojem drugom području koje se bavi javnim informiranjem, a s ciljem sprječavanja krivog izvještavanja i/ili informiranja javnosti o navedenoj temi.

Treće poglavlje „Glavna obilježja i specifičnosti hrvatske tradicijske kulture“ donosi sveobuhvatan presjek raznolikosti i bogatstva kulturnog hrvatskog nasljeđa koje čini mješavinu panonskog, jadranskog, alpskog i dinarskog etnografskog areala. Važnost ovog poglavlja očituje se u potrebi razumijevanja specifičnosti pojedinih regionalnih kultura koje su često nedostatno i pojednostavljeno prikazane u *mainstream* medijima lišene konteksta

i dubinskog razumijevanja. Autor također ističe kako se upravo raznolikost utjecaja na hrvatsku tradicijsku kulturu odražava u plesnom folklornom izrazu koji je bogat, raznolik i heterogen.

„Folklor kao nositelj simbola identiteta i tradicije“ naziv je četvrtog poglavlja koje u četiri potpoglavlja detaljno objašnjava teoriju folkloru i folklorizma, njegovu ulogu i simboličnost. Ovo se poglavlje dotiče i performativnosti folklorno-književnih oblika te folklornog kazalište. Autor ističe kako karakteristika folklorno-književnih izraza nisu ograničene samo na verbalno izražavanje, već se ono interpretira i oblikuje u interakciji s drugim umjetničkim formama poput glazbe i plesa. Nadalje, tekst se nastavlja s hrvatskim folklornim amaterizmom, razmatrajući njegove početke i razvoj. Početak prikaza folkloru i tradicijske kulture na sceni započelo je tridesetih godina prošlog stoljeća u organizaciji Seljačke sloge. Autor dodatno naglašava važnost kulturnog amaterizma kao protutežu zapadnoj kulturnoj industriji. Četvrto poglavlje završava s predstavljanjem jedinog profesionalnog folklornog ansambla u Republici Hrvatskoj – Ansambla narodnih plesova i pjesama Hrvatske – LADO. Pritom su istaknuti povijesni kontekst, sastav ansambla i specifičnosti koje ga čine iznimnim. Ansambl je osnovan 1949. s ciljem istraživanja, prikupljanja, umjetničke obrade te scenskog prikazivanja najljepših primjera bogate hrvatske glazbene i plesne tradicije (lado.hr).

Problem komodifikacije – proces pretvaranja kulture baštine u objekt prodaje – iznesen je u poglavlju „Komodifikacija tradicijske kulture“ u kojem se autor dotiče pitanja konstruiranja i prezentiranja autentičnosti kulture turistima. Ovaj pristup otvara pitanja predstavljanja kulture na pojednostavljen i loš način što može dovesti do negativnih posljedica. To uključuje iskrivljenu i jednoličnu sliku umjetničkih formi, jačanje stereotipa te „modernizaciju“ tradicije kako bi bila privlačnija turistima. Autor zaključuje da turizam, iako može doprijeti unapređenju kulture, istovremeno može pridonijeti i njezinom narušavanju.

Šesto poglavlje pod nazivom „Odnosi s javnošću u umjetnosti“ donosi sveobuhvatan pregled evolucije odnosa s javnošću kako u svjetskom kontekstu, tako i u specifičnom hrvatskom okruženju. Također, analizira ulogu i primjenu ove mlade, no izrazito kompleksne struke te se dotiče tema novih medija s naglaskom na društvene mreže i njihovoj vitalnoj ulozi u području umjetnosti. Autor ističe kako je kvalitetan program odnosa s javnošću potreban svakom kulturnom proizvodu. Također, ističe i razlike između odnosa s javnošću i marketinga u sektoru kulture, istovremeno se dotičući alate i tehnika kojima se služe ove

dvije struke pri postizanju vlastitih ciljeva. S pojavom društvenih mreža, komunikacija s ciljanom javnošću postaje jednostavnija, ali istovremeno i izazovnija te zahtijeva integrirani i holistički pristup struci uz stalno usavršavanje i edukaciju kako bi se održao korak s brzim promjenama u komunikacijskom okruženju.

U sedmom poglavlju naslovljenom „Menadžment u umjetnosti“ autor donosi temeljni teorijski pregled karakteristika menadžmenta u kulturi u Hrvatskoj, istražujući istovremeno i područje marketinške komunikacije u umjetnosti. Ukratko, u poglavlju se ističe kako menadžment u kulturi nije samo posredovanje između umjetnika i publike. Naprotiv, to je kompleksna djelatnost koju odlikuje strateško povezivanje različitih umjetničkih platformi s komercijalnog sektora. Dodatno, autor pruža detaljniji uvid u diferencijaciju između odnosa s javnošću i marketinga, od kojih svaka od tih disciplina ima svoje jedinstvene pristupe i uloge u kompleksnom sustavu komunikacije.

„Prikaz studije slučaja“ osmo je poglavlje ove knjige, a bavi se dvama projektima Ansambla LADO – interkulturalnim projektom „Ruku po ruku“ te koncertom ansambla u Areni Zagreb 2017. U okviru ove studije slučaja, detaljno se analizira medijska pokrivenost tih događaja te uspješnost projekata u kontekstu odnosa s javnošću. Također, poglavlje završava analizom društvenih mreža Ansambla LADO – Facebook, Instagram, YouTube te *web* stranice čime autor pruža sveobuhvatan uvid u digitalnu pristupnost ansambla i načine na koje koriste *online* platforme za komunikaciju s publikom.

Deveto, ujedno i posljednje poglavlje ove knjige, donosi zaključna razmatranja autora postavljajući poseban naglasak na važnost zajedničke suradnje između cjelokupnog javnog, državnog i privatnog sektora s ciljem uspješnog predstavljanja hrvatske bogate tradicijske kulture.

Knjiga „Iza i ispred pozornice“ pruža dubinski uvid u kompleksnost odnosa s javnošću u kulturi. Autor sjedinjuje teorijski okvir s konkretnim primjerima iz prakse, naglašavajući važnost očuvanja hrvatske kulture baštine. Knjiga postavlja temelje za daljnja istraživanja što bi omogućilo obogaćivanje teorijskog i praktičnog znanja, osobito stručnjacima u odnosima s javnošću pridonoseći stratejskom i sustavnijem komuniciranju i predstavljanju hrvatske tradicijske kulture.

Madlen Lipić