

Naiva kao kulturno turistički proizvod sjeverozapadne Hrvatske

Generalić, Anamarija

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:818011>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-19**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANAMARIJA GENERALIĆ

**NAIVA KAO KULTURNO TURISTIČKI PROIZVOD
SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANAMARIJA GENERALIĆ

**NAIVA KAO KULTURNO TURISTIČKI PROIZVOD
SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**

Završni rad

JMBAG: 0303081683, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Društvena znanost

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, srpanj 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile
u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom
_____ koristi na način da gore
navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice
Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne
knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim
pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa
znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 6 |
| 2. Naivna umjetnost | 7 |
| 2.1. Pojava i nastanak naive | 9 |
| 2.2 Naiva u svijetu | 10 |
| 2.3 Naiva u Hrvatskoj..... | 11 |
| 2.3.1. Naivno slikarstvo | 13 |
| 2.3.2. Naivno kiparstvo | 14 |
| 3. Naiva kao nematerijalna baština RH | 15 |
| 3.1 Vještina slikanja na staklu obrnutom metodom | 16 |
| 3.1.1 Radionice slikanja..... | 17 |
| 3.1.2 KUL Hlebine | 18 |
| 3.1.3. Manifestacije | 19 |
| 4. Hrvatska naiva na tržištu Japana | 20 |
| 4.1. Pojava Hrvatske naive u Japanu..... | 20 |
| 4.2. Analiza tržišta danas..... | 22 |
| 4.2.1. Tip i vrsta idealnog gosta | 22 |
| 4.2.2. Način komuniciranja sa tržištem Japana..... | 24 |
| 5. Mogućnost razvoja novih proizvoda | 25 |
| 5.1. Razvoj kulturno turističkih proizvoda baziranih na naivi..... | 26 |
| 5.1.1. SWOT analiza naive | 27 |
| 5.1.2. Potrebni koraci za razvoj novog proizvoda..... | 28 |
| 5.1.3. Prijedlog novih proizvoda..... | 30 |
| 6. Zaključak..... | 32 |

1.Uvod

Mjesta u kojima se sakuplja vrijedna baština i čuva nasljeđe koje upravo uz pomoć prikupljenih dokumenata otkrivamo, upoznajemo, valoriziramo. Iako je nasljeđe naivne umjetnosti relativno kratkog vijeka, u sebi nosi brojna vrijedna djela koja se čuvaju, osim u Galeriji naivne umjetnosti u Hlebinama, i u najstarijem muzeju naive u svijetu, a to je Hrvatski muzej naivne umjetnosti u Zagrebu.

Tema završnog rada je naiva kao kulturno turistički proizvod sjeverozapadne hrvatske. Kroz teorijski dio naivne umjetnosti, kreira se novi kulturno turistički proizvod kako bi ojačao dolazak turista upravo u sjeverozapadnu regiju.

Izrada rada temelji se na prikupljanju i analizi primarnih i sekundarnih izvora podataka. Sekundarni izvori podataka u ovom radu jesu brojne stručne knjige, publikacije te časopisi na zadanu temu. Korištena je literatura u elektroničkom i tiskanom obliku, no većina rada je samostalnog znanja o naivnoj umjetnosti.

Nakon prvog te ujedno i uvodnog poglavlja, drugo poglavlje objašnjava naivnu umjetnost kako je ona nastala te kakva je ona u svijetu, a kakva u Hrvatskoj. U nastavku se objašnjava što je to zapravo naivno slikarstvo, a što naivno kiparstvo. Treće poglavlje objašnjava vještinu slikanja na staklu obrnutom metodom te u nastavku kakve postoje radionice slikanja i što su to. Također se saznaje kakve to manifestacije postoje u okviru naivne umjetnosti. Četvrto poglavlje završnog rada predstavlja istraživački dio u kojem se analizira hrvatska naiva na tržištu Japana, ali i sama analiza tržišta danas u čijem se nastavku saznaje kakav je to tip i vrsta idealnog gosta te kakav je to način komuniciranja sa određenim tržištem. Zadnji dio poglavlja prikazuje nam mogućnost razvoja novih proizvoda, a pri tome i sam prijedlog novog kulturno turističkog proizvoda u smislu poboljšanja plasiranja naivne umjetnosti ponovo na vrhunac sjeverozapadne regije. Šesto je poglavlje zaključno poglavlje u kojem se iznosi zaključak o ovom radu.

2. Naivna umjetnost

Na bazi nedovoljno sigurnih kriterija nastale su velike zabune kod procjenjivanja autentičnosti i vrijednosti i to najviše od strane laika ili „dobrih“ kupaca. Zatim se sve počelo trpati u isti koš, pa je i sam pojam „naivnog“ dobio prizvuk pogrdnog, a odnos kritike češće je bio negativan nego pozitivan. Tržište umjetnina zasitilo se do grla, kao i brojni galeristi koji su se obogatili na leđima doista „naivnih“ i nadarenih umjetnika. Između pedesetih i sedamdesetih godina dolazi do neke vrste izvozne granice proizvoda „naive“ tako da se carina našla u situaciji da plijeni kamione natovarene slikama. U međuvremenu drugi kamioni su izvezli doslovno na tisuće slika te naše „naive“ koje su se prodavale u galerijama Italije, Švicarske, Francuske, Belgije, Nizozemske, Engleske, Švedske, kao i u galerijama u Americi. Slike „naive“ bile su roba, ali ne uobičajena roba, već kulturna te umjetnička roba.

„Sprevod Štefa Halačeka“ slika Ivana Generalića koja je ujedno i jedna od njegovih prvih slika na staklu, našla se na istom nivou sa slikama Braquea, Chagalla, Picassoa, Kleea, te mnogih drugih. U Bruxellesu 1958. godine ta slika nije dobila mjesto u katalogu iz razloga što je na toj slici umrli Štef Halaček bio živ te zato što ju je naslikao polupismeni dvadesetdvogodišnji seljak iz Hlebina. Kasnije, slici je međunarodni žiri ukazao to priznanje radi originalnosti koncepcije i umjetničkih kvaliteta majstorske slikarske izvedbe.

Segment imaginarnog se nastavlja i u prikazima životinja slikom „Jelenski svati“. Riječ je o radu koji za razliku od većine slika, jeleni nisu naglašeni bojama već svojom bjelinom na zelenoj površini livade. Četiri bijela jelena koji šetaju šumom u istom smjeru, istim korakom ukazuje na to kako Ivan Generalić u slici spaja svakodnevnu rutinu svojeg sela. Ovim putem nam i on sam govori kako smo svi jednaki te kako je potrebno spajati nebo i zemlju kako bi dobili bolji pogled na svijet. Također, ova slika je velikog formata () što ukazuje kako se Ivan usudio biti hrabar te je krenuo izrađivati slike velikog formata.

Slika „Jelenski svati“ je najpoznatija slika koja je ujedno i pod zaštitom države.

Slika 1 „Jelenski svati“



Izvor: privatna kolekcija

Naivna umjetnost u Podravini jest najznačajniji dio hrvatske naivne umjetnosti te ujedno i jedan od najzanimljivijih regionalnih umjetničkih fenomena. U našoj povijesti umjetnosti od početka tridesetih godina postoji pod nazivom „Hlebinska škola“. Tada je akademski slikar Krsto Hegedušić zapazio radove dvojice mladih seljaka, Ivana Generalića i Franje Mraza, dao im osnovna tehnička znanja i uključio u izložbe poznate skupine „Zemlja“. Time je naiva na velika vrata ušla u povijest, a selo Hlebine u sjeverozapadnoj Hrvatskoj postalo čuveno po naivnim radovima seljaka slikara. Sa godinama se taj pokret širio, ponajprije sa pojavom trećeg velikog imena, Mirka Viriusa, a onda nakon drugog svjetskog rata i u pojavama Franje Filipovića, Dragana Gažija, Josipa Generalića, Mije Kovačića, Ivana Večenaja i Martina Mehkeka.

Naivna umjetnost je bila i ostala popularna iz razloga što u svojim najboljim primjerima donša onu mjeru spontane iskrenosti, izvornosti i primarnosti koje sve više nedostaju u današnjem životu. Mada je naivna umjetnost za sva vremena čini se da je njezin prestiž tim veći što je suvremena civilizacija udaljenija od svojih korijena. Stoga doživljaj izvorne umjetnosti u ambijentu sela, netaknute prirode i starinskog načina života može pružiti ugodne trenutke opuštenosti i prirodnosti.

2.1. Pojava i nastanak naive

Naivna umjetnost stara je kao i ljudska potreba za umjetničkim djelima. Sve je počelo otkrićem djela „Carinika“ Henrija Rousseaua u Parizu. „Od kraja 19. stoljeća do pojave Henrija Rousseaua pa sve tijekom dvadesetog stoljeća, naivna umjetnost je nadživjela nastajanje zajedno sa njezinim umjetničkim stilovima.“¹ Iako je naivna umjetnost podložna vlastitim zakonima, to je sastavni dio modernosti. Razlozi za sve veću atraktivnu moć naivne umjetnosti naših dana leže dublje od pomodnog oduševljenja. Svjetska civilizacija dosegla je tijekom krize svoje znanstveno – tehničke razvoje. Kako se svijet još uvijek širi u našem umu tako je sve jači osjećaj čovjeka u njemu. Dvadeseto stoljeće nas je naučilo da gledamo na nov način. Val naivnih, primitivnih u sferi civilizacije jedno je od posljednjih okreta europske moderne prema prirodnim rezervama snage, izazvano Gauguinovim putovanjem na Tahiti. Slikari naive ne njeguju nikakav smjer u okviru suvremene umjetnosti. Njihove čudno eksplicitne tvorevine su izvan duhovnih raspravljanja profesionalnih umjetnika. Bezbrizno i spontano stvaraju po nagonu svog srca, no u izobilju i raznolikosti djela koja se prikazuju pod nazivom neoprimitivna ili naivna umjetnost, nije sve umjetnički izraz. Dekorativna jednostavnost i primitivnost pripovijedanja nisu jedina obilježja naivnog slikarstva, već u njima je to radost otkrića te figurativna slikovnost.

„Pojam „naivni“ primjenjuje se stoga što bolje od drugih označava ovu umjetnost. Pojam „laički slikar“ suviše je rastegljiv, uključuje sve kreatore pa čak i one koji nisu profesionalni.“² Osnivači Trijenala naivne umjetnosti u Bratislavi su predložili oznaku „insite umjetnost“. Smatrali su da riječ „naivno“, bar u slovenskim jezicima, zvuči prezirno. Od latinskog posuđen je pojam insitus (prirodan, iskren), međutim u njemu nema ništa pretrpano. Ali pojmovi se mijenjaju. Pola stoljeća nakon smrti Carinika Rousseaua izraz „naivna umjetnost“ zvuči vrlo uvjerljivo te ga svi danas upotrebljavaju.

¹ Bihalji-Merin, O., Tomašević, N.B. (1984) Enciklopedija naivne umetnosti sveta, Beograd, Jugoslavenska revija

² Ibid

2.2 Naiva u svijetu

Okretanje prema iskonskom značilo je duboki preokret za umjetnost Europe i cijelog svijeta. Tako počinje rehabilitacija ranih i primitivnih kultura, spašavanje dominacije klasične antike. Umjetnost primitivnih donijela je staru i sad obnovljenu poruku da svijet nije ono što se otkriva pogledu, nego ono što umjetnik svjesno osjeća. Napuštanje podražavanja, odustajanje od iluzionističkih sredstava značilo je početak jednog novog doba. Kada je po uzoru načinjena slika izgledala istrošena, zakoračio je Henry Rousseau iz nepovoljnog položaja u zemlju bajki svoje slike svijeta. Zajedno sa Henrijem Rousseauom izlazi na svijetlost dotad skriveno stvaranje naivnih. Najranije slike Rousseaua potiču iz 1880. godine. Predstavljen od Paula Signaca i Maximiliena Lucea Rousseau od 1886. sudjeluje na izložbama u Salon des Indépendants. Njegove slike pored Signaca, Seurata, Van Gogha, Bonnarda, Matissea, Cezannea. Godine 1891. kada je Paul Gauguin otišao na ostrv u Tihom oceanu i slikao „Žene sa Tahitija“, nastaje Rousseauova prva slika prašume; rani znak njegovog zaokreta prema iskonskim izvorima. Henry Rousseau išao je putem ostvarenih snova i sanjane stvarnosti te je pri tome unaprijed usvojio moderni pojam realnosti jedne dijalektičke stvarnosti sastavljene od vidljivog i zamišljenog do znanja i vizije. Rousseau je volio ljude, ali ga je bratsko osjećanje povezalo i sa skromnim predmetima svakidašnjice: ženski šešir, suncobran, vaza, te je sve to pored svog običnog izgleda nosilo u sebi i nešto osobno. Slikar Rousseau je dao ovim običnim predmetima neku svečanu, gotovo poetski izražajnu snagu. Od jednostavnih predmeta, na izgled ukočenih i mrtvih, izgradio je čarobni svijet u kojem je opet uspostavljen kontakt između ljudi i stvari.

Osobnost njegovog rukopisa, jasnoća te čvrstina materije od kojih se čovjek sastoji, životinje, drvo ili lišće, osjećaju se od početka. Stvari i ljudi ne doživljavaju se kao pojave u svjetlosti i pokretu. Rousseau od početka svoje tvorevine nastale od boje i oblika povezuje sa stvarima. Theodore Rousseau napustio je Pariz i svoj atelje te se povukao u selo Barbizon gdje je uživajući u prirodi naslikao svoje prve intimne pejzaže koji su udarili temelj slikanja u prirodi.

2.3 Naiva u Hrvatskoj

Kada je riječ o umjetnicima, dovoljno je udubiti se u njihovo djelo tako da se ono može razumjeti. Međutim, život i djelo seljačkih naivnih slikara čine nerazdvojno jedinstvo. Naivni umjetnici ne poznaju civilizacijsku optiku estetskog, već je njihovo pravo područje život ili san o životu. Oni tako prikazuju u slici niz svojih tegoba, obreda pri krštenju i umiranju, svoju predanost svemu zemaljskom, a sve je to puno sirovosti te pritajenog seljačkog lukavstva i poezije.

Na rubu naše povijesti i izvan svakog likovnog toka, ali u dubini same seoske grude u Podravini, na sjeveru Hrvatske pojavio se jedan neočekivani vratak umjetnosti. Dva su seoska mladića sredinom 20-ih godina počeli risati po zemlji, po plotovima, po rijetkim komadima papira... Bili su to Ivan Generalić i Franjo Mraz u Hlebinama.

Kad je kao dječak čuvao svinje, Ivan Generalić nosio je u torbi bilježnicu i olovku kako bi u slobodnim trenucima zabilježio što osjeća, vidi i smišlja. Njegovi rani radovi imaju nešto od neočekivanog ritma i jačine dječjeg crteža. Oštre, jasne linije probijaju sve granice logičnog te viđeno i izmišljeno prelaze jedno u drugo. Mnoge Generalićeve slike rađene su na staklu. Ovu tehniku, pri kojoj je uz veliku vještinu koja je na kraju bila nepredviđena i slučajna, Generalić je doveo do savršenstva. „Sjećam se majčina pripovijedanja o tome kako me dok sam bio djetesce umirivala da ne plačem uzela bi me u naručje i odnijela me do zida da promatram slike. Bile su to svete slike koje su visjele u svim seoskim kućama.“³ Kako i Ivan sam kaže, od malena je imao nemirne oči koje su izgledale kao da nešto traže. Kako je završio 4 razreda osnovne škole, Ivan je u tom školskom razdoblju najviše volio likovni. Uvijek je bio najbolji, najspretniji i najprecizniji od sve djece u razredu. Tako se istakao te je i sam u tako ranim godinama išao u prirodu slikat kakva ona u stvari je. Sa svojih 16 godina Ivan je išao kod svojeg strica koji je radio u trgovini kako bi tamo mogao slikati na papirnatim vrećicama te je zauzvrat. Ivan kada je bio gotov sa slaganjem čunjeva dolazio je u trgovini slikati te je jednom prilikom naletio Krsto Hegedušić koji je prepoznao veliki talent u Ivanu. Ivan Generalić je bio nastavnik iz crtanja četiri godine. U

³ Generalić M., Lujčić M. (2014) Ivan Generalić, Živi trag, Koprivnica, Georg d.o.o.

tih četiri godine nikli su slikari koji sada izlažu u zemlji i inozemstvu. Ti slikari koji su dolazili na školu slikanja kod Ivana te koji su pitali za savjete, oni počinju slično slikati kao i Ivan te je tako nastala Hlebinska škola.

Franjo Mraz također počinje crtati od mladih dana te sustavno slika od 1930. godine pod mentorstvom Krste Hegedušića koji ga savjetuje da slika ono što zaista vidi oko sebe te istinit život svakodnevnog sela. Isto kao i Ivan Generalić, rođen je u seljačkoj obitelji te se bavio poljoprivredom. Tek sredinom 1930-ih godina počinje slikati temperama, uljem na staklu te platnu.

2.3.1. Naivno slikarstvo

Danas slikarstvo i kiparstvo Hlebinske škole obuhvaća preko dvjesto imena, od najstarije do najmlađe generacije. Osim Hlebina, ima značajne i brojne predstavnike u selima Gola, Molve i Gornja šuma te u gradovima Koprivnici i Đurđevcu. Naivno slikarstvo Podravine je karakteristično po motivima iz svakodnevnog seoskog života, po smirenim krajolicima, živim bojama, a osobito jedinstvenom slikanju na staklu. Motiv, boja i tehnika su toliko tipični da sliku Hlebinske škole podjednako prepoznaju i stručnjaci i laici, domaći posjetitelji, ali i brojni stranci.

Iskazati bit stvari bojom i oblikom, ozbiljnost života kao što je činio Mirko Virius, svijet stvaran kao i sam stvaraočev život što čine Ivan Generalić, Ivan Lacković ili Ivan Rabuzin u realno-nerealnim podnebljima sjećanja. „Umjetnost ne čini ničemu osim značenju života...“⁴, a mi smo tek više-ili manje nadahnuti promatrači tog uzvišenog čina. Naivno slikarstvo donijelo je autentična i osebujna likovna rješenja izrazite individualnosti, nadahnuta iskrenim i spontanom doživljavanjem svijeta stvarnosti ili mašte, vlastite intime ili običnog svakodnevnog okoliša. Ostvarila se, ostvaruje se i dokazuje brojnim djelima visoke umjetničke vrijednosti, među kojima hrvatska naivna umjetnost zauzima istaknuto mjesto u svijetu.

⁴ Miller, H. (1986) Mudrost srca, Zagreb, August Cesarec

2.3.2. Naivno kiparstvo

„Povijest modernog hrvatskog kiparstva vezuje se uz imena kipara koji su u drugoj polovici 19. i početkom 20. stoljeća školovanjem i djelovanjem bili vezani za velika europska kulturna središta (Beč, München, Pariz).“⁵ Početak hrvatskog modernog kiparstva na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće određuje utjecaj Augustea Rodina koji ostaje poticajnim i inspirativnim uporištem brojnih europskih kipara. Subjektivitetu hrvatske umjetnosti pridonose i organizacijom kulturnoga života kao i isticajem i političkog i kulturnog identiteta hrvatske moderne umjetnost na velikim svjetskim izložbama gdje nastoje te također uspijevaju izlagati pod svojim nacionalnim imenom. Spomenik banu Josipu Jelačiću (1866) austrijskog kipara A.D. Fernkorna smatra se znakovitim početkom kiparskog života u Hrvatskoj. No ipak, kipar Ivan Rendić smatra se ocem hrvatskog modernog kiparstva. U njegovu se djelu miješaju pomne realističke opservacije s romantičarskim i folklornim, ornamentalnim i dekorativnim elementima.

Svim naivnim kiparima zajednička polazna osnova stvaralaštva je drvo, tj. hrastova debla ili trupci, različitih dimenzija te zaokupljenost bliskim temama. „U Ernestinovu je sredinom svibnja 1973. utemeljen „Inicijativni odbor za izgradnju Galerije kipara naivaca Jugoslavije“.“⁶ Na prvoj sjednici su svi nazočni članovi odbora prihvatili prijedlog da na ovom plodnom kiparskom prostoru bude izgrađena Galerija kipara naivaca Jugoslavije te da se u ljetnim mjesecima tekuće godine organizira radna kiparska kolonija. Nazivala se Ernestinovačka kolonija kipara naivaca i u svom nazivu je imala termin „naivna“ umjetnost.

⁵ Šimat Banov, I. (2013) Hrvatsko kiparstvo od 1950. do danas, Zagreb, Ljevak d.o.o.,

⁶ Živaković-Kerže, Z. (2010) Ernestinovo središte naivme sculpture, Osijek, Studio HS internet d.o.o.

3. Naiva kao nematerijalna baština RH

Isto kao i materijalna baština, tako veliku važnost nosi i nematerijalna baština koja je imala veliki utjecaj u povijesti i načinu života u Podravini odnosno na umjetnike koji svoj život prenose na staklo. Materijalna baština važna upravo zbog svoje opipljivosti te same mogućnosti odlaska te posjećivanja kulturno-povijesnim spomenicima. Zbog osjećaja pripadnosti, identiteta te autentičnosti nositelji nematerijalne baštine jesu čuvari tradicijske vrijednosti hrvatske kulture. Nematerijalna baština svojom interakcijom sa prirodom te lokalnom povijesti daje osjećaj identiteta te ljudske kreativnosti.

Tako je u organizaciji Obrta Stari zanati, vlasnika Tihomira Želimorskog, 2019. godine po prvi puta održana nova interaktivna te turističko-edukativna manifestacija „Šetnja kroz naivu u Hlebinama“. Na jedinstven te zabavan način posjetiteljima je omogućeno pregršt zanimljivosti vezanih iz nematerijalnu kulturnu baštinu, umjetničku baštinu te stare zanate. Šetnja je protkana povijesnim činjenicama i legendama te druženjem sa stanovnicima Hlebina. Šetnja kroz Hlebine je posjetiteljima prilika da upoznaju nastavljače tradicije slikanja uljanim bojama na staklu u maniri naive te da upoznaju život i djelo naive, a također se posjećuju i mjesta na kojima se i danas stvara umjetnost.

Isto tako posebno nematerijalno dobro jesu velike pisanice oslikane u maniru naive. Koprivničko-križevačka županija je prva u Hrvatskoj pokrenula projekt izrade velikih uskršnjih jaja koji je i službeno zaštićen, a naivni slikari pisanicama su udahnuili životnost i prepoznatljivost tradicije podravskog kraja.

Uz mnoge druge nematerijalne baštine koje nudi Podravina, najpoznatiji jesu slikarstvo, kiparstvo, radionice koje nam omogućuje Galerija Josip Generalić u suradnji sa Hlebinskim slikarima gdje se može od profesionalnog slikara vidjeti, naučiti te isprobati vještina slikanja na staklu obrnutom metodom, također su veoma poznate manifestacije koje sjeverozapadna Hrvatska nudi.

3.1 Vještina slikanja na staklu obrnutom metodom

Ova umjetnička forma karakterizira obrnutu tehniku slikanja na staklu. U alpskim zemljama se u vrijeme kasnog baroka pojavila manufakturna serijska proizvodnja slika na staklu koje su putujući trgovci prodavali. Tako su došli iz Bavarske stigli i do Podravine. U Podravini su te slike nazivali glažama, a prikazivale su svece te su ih ljudi obično smještali u takozvani sveti kut u kući ili klijeti. Tajnik grupe "Zemlja" bio je akademski slikar Krsto Hegedušić koji je svoje ljetne praznike provodio u Hlebinama, u rodnom mjestu svog oca. Tamo je upoznao darovite mladiće Ivana Generalića i Franju Mraza te ih uputio u različite tehnike slikanja, od crteža, akvarela do ulja na platnu i staklu. Poticao ih je da slikaju ono što vide oko sebe, a to je rezultiralo potpuno novim slikarskim pokretom koji se kasnije raširio i u druge dijelove Hrvatske i šire, no Hlebine uvijek ostaju kolijevka Hlebinske slikarske škole. To nije škola u formalnom smislu riječi, već je značila da se tehnika prenosila s majstora na učenika. Vještina slikanja uljanim bojama na staklu u maniri naive "Hlebinske slikarske škole" posebna je tehnika nanošenja boja na staklo. Karakteristično je to što se slika takozvanom obrnutom tehnikom. To je jedna izuzetno zahtjevnost tehnika, jer zahtjeva koncentraciju i prije svega plan. Slikar točno treba znati što želi prikazati. Potrebno je neprestano okretati staklo i pratiti što se događa na drugoj strani. Osim toga, materijal staklo je sklon oštećenjima i pucanjima, stoga je ova tehnika namijenjena istinskim zaljubljenicima. Iako zahtjevnost, ova tehnika nudi puno mogućnosti u biranju boja koje na staklu izgledaju čarobno. S druge strane, moguće je slikati najsitnije detalje po kojima su slikari hlebinske slikarske škole nadaleko. Tako su se do danas razvile tri generacije slikara naive. Prvu generaciju predstavljaju Ivan Generalić, Franjo Mraz i Mirko Virius. Drugu generaciju slikara predstavljaju Ivan Večenaj Tišlarov, Mijo Kovačić, Josip Generalić, Ivan Lacković Croata, Martin Mehkek, Franjo Vujčec, Franjo Filipović, Dragan Gaži i drugi.

3.1.1 Radionice slikanja

Uz već spomenutu radionicu slikanja koju je omogućila Galerija Josip Generalić u Hlebinama 2014. godine bilo je moguće upoznavanje sa slikarom Milanom Generalićom. Nakon razgledavanja galerije posjetiteljima je bila omogućena radionica slikanja sa stvarnim profesionalnim slikarom Milanom te su posjetitelji bili u mogućnosti vidjeti kako zapravo vještina slikanja na staklu obrnutom tehnikom djeluje, čuti životne priče slikara te bili i sami u mogućnosti isprobati slikati na staklu. Nažalost, radionica je bila provedena tek nekoliko puta radi nenadane smrti Milana Generalića 2015. godine.

Ljeto 2020. je ponovo stvorena nova radionica, međunarodna radionica kreativne zajednice u Podravini. Radionica je trajala svega desetak dana, a „glavni cilj međunarodne radionice jest interpretirati i valorizirati bogatu materijalnu i nematerijalnu ruralnu kulturnu baštinu te umrežiti kreativne zajednice i relevantne lokalne aktere“⁷. U ovoj radionici također su održane prezentacije slikanja na staklu uz profesionalne lokalne slikare, no za sve zainteresirane organiziran je bio i posjet Galeriji Hlebine te muzejima.

Sljedeća od radionica održava se također u Hlebinama. Tokom školske godine aktiviraju se slikari naivne umjetnosti te dolaze jednom do dva puta tjedno u područnu školu Josip Generalić, Hlebine kako bi približili djecu naivnoj umjetnosti kroz zabavan način. Kako bi mladi naraštaji mogli nastaviti tradiciju slikanja na staklu, slikari Zlatko Kolare, Stjepan Pongrac, Tomislav Grabar, Branko Matina i dr. organiziraju sate slikanja kako bi zajedno sa djecom, ali i sa odraslima, mogli prolaziti svaki detalj na slici. Ukazuju na sve mogućnosti slikanja te na sve greške pri slikanju, na kreativan način djecu uče slikati na staklu od mladosti te djeca kasnije mogu izlagati svoje slike na izložbi koja se organizira u Hlebinskoj galeriji.

⁷ tzp-sredisnja-podravina.hr

3.1.2 KUL Hlebine

Da bi se ojačala popularizacija naivne umjetnosti, svake godine do 2016. godine Muzej grada Koprivnice organizira KUL – Kultura, Umjetnost, Logorovanje. Iz samog naziva može se zaključiti kako je Muzej uz najkreativniji te najbolji način odlučio djecu od 8 – 12 godina približiti naivi što je više moguće. Uz radionice slikanja, djeca upoznaju prostore te značaj naivne umjetnosti. Kampiranje te spavanje u šatorima, učenje i pričanje narodnih priča, bajki i legendi uz pripremanje večere na logorskoj vatri djeci daje dodatnu zainteresiranost za ostanak u kampu. Zajedničkim druženjem, vožnjom u traktorskoj prikolici te upoznavanjem osnova tradicionalnih plesova podravskog podneblja kroz interaktivne igre u djeci budi kreativnost, maštu, ali i samim fotografiranjem spomenutog djeca sama spajaju tradicionalno i moderno, baštinsko i suvremeno. Upravo je spoj nekadašnjeg i sadašnjeg života ono što je najvrijednija odlika ovog projekta jer njime djeca postaju svjesna važnosti postojanja i čuvanja njihove baštine.

KUL Hlebine u djeci potiče prilagodbu timskom radu, snalaženju u prirodi, ali i također osnažuje kulturni život sela koje je iznjedrilo naivnu umjetnost kroz pružanje novih, drugačijih i zanimljivih sadržaja.

Uz radionice slikanja koje je KUL Hlebine omogućio djeci na početku, u 2020. godini „im je način života i snalažljivost preživljavanja kroz proces pleterstva približio Tihomir Želimorski na vlastitom imanju gdje brižno čuva saznanja i iskustva o brojnim starim, nekad aktualnim, a danas često zaboravljenim, zanatima“.⁸ Vidljivo je kako Muzej grada Koprivnice ima u cilju svake godine uvoditi nove turističke proizvode kako bi se narednih godina moglo još više djece prijaviti u KUL kamp Hlebine.

⁸ Kušenić, H. (2020) KUL Hlebine '20, Koprivnica, Reklam

3.1.3. Manifestacije

Manifestacija Šetnja Hlebinama organizirana je uz stručno vodstvo. Posjetitelji imaju prilike upoznati nastavljače tradicije slikanja uljanim bojama na staklu u njihovim domovima i privatnim galerijama, kao i život i djelo velikana naive u Galeriji Josip Generalić. Ova manifestacija zamišljena je kao dvodnevno događanje u kojem se može doživjeti bogatstvo kulturne baštine Hlebina s naglaskom na bogato naslijeđe i naivnu umjetnost. Posjetiteljima se nudi slikanje na staklu zajedno sa ispiranjem zlata te prezentacijom starih zanata.

Već spomenuta „Šetnja kroz naivu“ sada se proširila te se trenutno radi na uvođenju „Naiva trail“. Utrka Naiva trail je u svom prvom izdanju te trkaća staza prolazi kroz životopisne ulice (manifestacija „Šetnja kroz naivu“), uz potok, polja i šumarke. Sudionici utrke moraju pretrčati oko desetak kilometara te najbolji osvajaju nagrade. Zamišljeno je te se nada realizaciji i postava slika uz traku kako bi cijela utrka izgledala kao izložba.

Podravski motivi jedna su od najvećih kulturnih manifestacija ovog dijela Europe u kojoj se prožimlju iznimno atraktivni i posebni sadržaji poput sajma naivne umjetnosti, sajam starih obrta, folklor, sajam antikviteta te gastronomska ponuda podravskog kraja. Manifestacija traje svega tri dana od čega istu posjećuje tisuće gostiju. Najveći sajam naive na svijetu koji je u ljetnim danima smješten u središnjem parku grada Koprivnice, tri dana nudi veliku prodajnu izložbu naivnog slikarstva na staklu i kiparstva u drvu, a umjetnici demonstriraju svoje vještine na licu mjesta. Tokom ove najveće manifestacije organiziraju se i ostala događanja uz same motive. Za ljubitelje glazbe tu su organizirani koncerti u večernjim satima, a kroz dan kako bi roditelji mogli povesti i djecu tu je dječji kutak koji sponzorira Podravka sa Lino igraonicama te djeci nudi raznolike sadržaje poput crtanja i igranja uz animatore koji zabavljaju djecu.

4. Hrvatska naiva na tržištu Japana

Hrvatska naiva u Japanu je bila poznata, no danas je to više no ikad. Godine 1984. kada he Kolonija imala ponovo međunarodni karakter je ugostila, uz domaće, i japanskog umjetnika Ryoichija Konoa iz Nagoye, koji je bio slikar, ali ujedno i kipar te je svojim sudjelovanjem na likovnoj Koloniji izradio, uz mnoge druge skulpture, pijetla koji je simboličan za hrvatsku naivnu umjetnost. Japanski slikar i kipar, koji je osam dana boravio u Ernestinovu, čitao je u japanskoj štampi o naivnim umjetnicima što ga je uz fotografije privuklo da dođe u Hrvatsku. Slikarstvo je učio dok je stvaralaštvo jugoslavenskih naivaca u Japanu bilo skoro pa nepoznato. Saznanje o naivnoj umjetnosti otvorilo je Konou puteve novog doživljavanja jednog sasvim drukčijeg i originalnog načina likovnog izražavanja. Dolaskom u Hrvatsku upravo zbog naivne umjetnosti, Japanski slikar i kipar je stekao mnoge prijatelje, proputovao gotovo sve krajeve te upoznao bogatstvo i ljepotu folklornog i opće kulturnog nasljeđa.

4.1. Pojava Hrvatske naive u Japanu

U velikom azijskom prostoru upravo moderna industrijska država Japan ima izrazito razvijenu naivnu umjetnost. Japan je jedina zemlja u Aziji u kojoj naučno-tehnički razvoj civilizacije omogućava pojavu i razumijevanje naivne umjetnosti. Hrvatska naivna umjetnost u Japanu je prisutna od ranih 1980-ih, no prije dvadesetak godina Josip Generalić, sin Ivana Generalića se mnogo angažirao za svoje suseljane, ali pritom nije zanemario ni izlagačku djelatnost kojom također promovira Hlebine, Podravinu te cijelu Hrvatsku. Klasik hrvatske naivne umjetnosti nakon nekoliko godina dogovora između japanskog majstora naive Taizi Harade i njegova Art Museuma, konačno su se iskristalizirale neke stvari. Taizi je u Hlebine došao sa svojim direktorom muzeja zajedno sa ostalih nekoliko suradnika. Japanci su zajedno potvrdili svojim dolaskom te dogovorom kako stoje iza izložbe Hrvatske naivne umjetnosti u muzeju Taizi Harada. Kako je Taizi godinama dolazio u centar naivne umjetnosti tako je naučio nešto od lokalnih naivnih

umjetnika te potrebom zahvalnosti želi prezentirati Japanu Hrvatsku naivnu umjetnost tako što postavlja izložbu u Japanskom muzeju, a Josip Generalić na taj način doživljava priliku da japanskoj likovnoj publici približi naše izvorno slikarstvo.

Iako postoji japansko naivno slikarstvo, hrvatsko naivno slikarstvo je dobro poznato stanovnicima Japana. Neki od slikara naive u Japanu uzimaju početnike i velikane hrvatske naivne umjetnosti poput Ivana Generalića i Franje Mraza kao velike uzore. Dakako japansko slikarstvo je teško za objasniti, no poznato je kako je koncept naivnog slikarstva nastao na tradiciji hrvatske umjetnosti. Određene tehnike slikanja tipa svodenje objekata na tanke crne linije i ravnomjerne boje što je daleko od hrvatske naivne umjetnosti. Krajem 19. i početkom 20. stoljeća mnogi japanski slikari koji su studirali u Europi, postali su centar slikarskog svijeta te su se počeli aktivno baviti umjetnošću. Od tog trenutka u Japanu se rađa akademizam u slikarstvu, pod utjecajem našeg slikarstva.

Poseban interes za naivno slikarstvo u Japanu započelo je tek nakon drugog svjetskog rata kada se naš realizam već ustalio u Aziji. Neposredan povod za pojavu naivnog slikarstva bio je upravo utjecaj štampe, koja je uveliko prikazivala i budila interes za naivno slikarstvo Henrija Rousseaua, Ivana Generalića i drugih. Kako je hrvatsko naivno slikarstvo doživjelo veliki procvat u Hrvatskoj, tako postoje velike mogućnosti za budući veći procvat istog u Japanu.

4.2. Analiza tržišta danas

„Izbacivanje“ novog proizvoda na određeno tržište danas predstavlja dugu te veliku analizu tržišta. Ukratko rečeno, proučavajući sustave online recenzija te uzevši u obzir činjenicu da se veliki postotak ljudi na njih oslanja kada bira gdje će odsjesti i koju će uslugu koristiti, proučeno je kako ljudi danas sve više žele odsjesti u prirodi te žele biti okruženi mirom i ljepotom hrvatske.

Uzevši u obzir recenzije koje korisnik objavljuje kada je još po dojmom, analizirano je kako je veći udio ljudi više zadovoljan smještajnim kapacitetima koji jesu na selima više no onima koji su u gradu te okruženi urbanim turizmom. Bitna je stavka plasiranja novog proizvoda na tržište, kako će kupci tog proizvoda prihvatiti isti. Za Hrvatsku je ključna otvorenost rastućih tržišta našim poduzećima i stvaranje najboljih mogućih uvjeta za izvor i trgovinu.

4.2.1. Tip i vrsta idealnog gosta

Današnjica ne omogućuje naivnoj umjetnosti da pridobi određenog gosta samo temeljenjem na slikama. U doba života velikana i klasika naivne umjetnosti turista je u sjeverozapadnoj hrvatskoj bilo više no ikad. Danas je to nešto manje, no uz dobru organizaciju, kreativnost i upornost, nasljednici slikara imaju veliku prednost da privuku goste nazad u svoje krajeve. Kako bi to bilo moguće, potrebno je realizirati uopće kakav to gost treba biti kako bi došao ciljano u naše krajeve. Kao što je već poznato, naivna umjetnost u Japanskoj je tek počela te gosti iz Azije, posebice iz Japana već dolaze ciljano u sjeverozapadnu Hrvatsku kako bi posjetili najveća djela naših slikara. Kako bi se taj vrhunac posjetitelja održao, postoji način da se analizira tip i vrsta idealnog gosta.

Osim što ne postoje jednaki gosti, ne postoje ni jednaki problemi. Idealan gost biti će voljan upoznavati druge kulture te širiti svoje horizonte. Njihov idealan odmor je onaj koji

sigurno i udobno omogućuje isključivanje svijesti te uživanje u ruralnim krajevima. Doživljaj na putovanju im je prioritet isto kao i dobro gastronomsko iskustvo.

Gostova želja za upoznavanjem nove kulturne baštine jest prvobitan segment za odlazak u Sjeverozapadnu hrvatsku. Svojim dolaskom u spomenutu regiju, gost mora biti željan za upoznavanjem tradicije, kušanjem regionalnih jela, želja za bijegom od svakodnevnice te odmorom u ruralnim područjima i naposljetku - volja za upoznavanjem naive.

4.2.2. Način komuniciranja sa tržištem Japana

S obzirom na to da je svaka komunikacija s gostom važna, potrebno je istaknuti na koje je sve načine moguće komunicirati s gostom. Stil života i navike profiliraju tip gosta, a smještajni kapaciteti u želji da što bolje usklade svoje poruke sa željama gosta upotrebljavaju moderne sustave kako bi svoje poruke što točnije prilagodili određenoj osobi. Prema željama gosta određuju se kanal te način komunikacije. Smještajni kapaciteti obično poznati su kako prvi započinju proces komunikacije. Nakon što su informacije o kapacitetima kodirane i poslane, gost bita način i intenzitet komuniciranja sa hotelom.

Tako je potrebno osmisliti novi te originalan način komuniciranja sa određenim tržištem. Do sada komunikacija sa Japanom nije baš na željenom vrhuncu. Iako ima više komunikacije sa tržištima nekih drugih država, Japan kao interesantna država koja je veoma zainteresirana za hrvatsku naivnu umjetnost može biti ponovo na vrhuncu kao što je bila prije dvadesetak godina. Radi svima nama poznate COVID situacije, najbolji način komuniciranja sa odabranim tržištem bio bi osmišljavanje nove, kreativne aplikacije pri kojoj bi naivni slikari Sjeverozapadne hrvatske mogli stavljati svoje radove, te dijeliti Hrvatsku ljepotu preko iste. Stanovnici Japana mogli bi zatražiti određene motive, boje te tematiku slike koju bi izradili sami poznati hrvatski naivni umjetnici. Dakako, aplikacija bi bila tako dostupna za sve, no gledajući na tržište Japana kao zemlju koja je iznimno daleko, ovo bih bila prava prilika za učiniti nešto novo, nikad viđeno te šansa za približavanje naive cijelom svijetu.

Kada bi se naiva ponovo plasirala na japansko tržište sa interesom nasljednika naivne umjetnosti, u očima države Japana bi naiva počela ponovo rasti. Interesom mladih te modernizacijom i spajanjem modernog sa staromodnim, naiva bi dosegla ponovo svoj vrhunac kao nekada. Japansko tržište je veoma posebno u očima naivnih umjetnika radi svojeg naroda koji je veoma odlučan i voljan pobjeći od svakodnevnice te doći u krajeve gdje su nekada živjeli i stvarali današnji velikani same naivne umjetnosti.

5. Mogućnost razvoja novih proizvoda

Postojeće stanje ruralnog turizma u sjeverozapadnoj hrvatskoj ukazuje na čitav niz karakteristika. Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, poticajima, organiziranjem te marketingom ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.

Postoje i značajni resursi, čine se određeni napori, ukažu se određena sredstva i želja za razvojem, što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma na ruralnom prostoru. Također treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu daju priliku ovom vidu turizma. Prema tome, bez obzira na dosta loše postojeće stanje turizma na ruralnom prostoru, mogućnost razvoja ovog vida turizma jesu velike. Vizija je slika budućnosti kakva se želi, pa se tako može reći kako ona ne predstavlja samo osnovno polazište već i najkritičniju komponentu turističke politike.

Razvoj turizma na ruralnim područjima je značajan čimbenik održivom razvoju ruralnih područja koji ujedno pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu i ekološku proizvodnju. Važnost ovog turizma je također revitalizacija postojećih, tradicijskih objekata, kulturne baštine, kojima se daje nova turistička namjena.

Osnova razvoja ruralnog turizma jesu turistička seljačka obiteljska gospodarstva. Posljednjih godina smo svjedoci sve većeg interesa državne uprave, lokalne samouprave te pojedinih institucija u ruralnom prostoru za razvojem nekih novih, dosada nepoznatih oblika turističke ponude na ruralnom prostoru. Time se stvaraju i sami preduvjeti za razvitak te brendiranje ruralnih destinacija. Kako bi ruralan turizam sudjelovao u većem postotku prihoda, potrebno je napraviti kvalitativan iskorak koji je dostojan usporedbe s državama koje imaju dobro valoriziran ruralni prostor.

5.1. Razvoj kulturno turističkih proizvoda baziranih na naivi

Naiva poznata kao umjetnička crta Sjeverozapadne hrvatske do sada ima mnoštvo kulturno turističkih proizvoda koji su se tokom godina razvijali te svake godine dostizali rezultate onih prošlih. Proizvodi poput razglednica, grafika, reprodukcija te srca rađena od gipsa koja su oslikana ručno jesu takozvani originalni simbolični kulturno turistički proizvodi koji svojim oblicima, motivima i značenjem obilježuju naše krajeve. Unikadni radovi vezeni na platnu te radovi rađeni od sline koji su zapečeni, što se podrazumijeva kao zemljani proizvod, isto kao i čajevi, parfemi te likereri od koprive što simbolizira Koprivničko-križevačku županiju je dosta poznat proizvod koji gosti rado uzimaju kako bi se prisjetili naše tradicije. Ova zaista posebna regija, osmislila je pisanicu od srca - rađena je po velikim pisanicama koji su oslikavali naivni slikari iz sjeverozapadne Hrvatske te na osnovi te velike pisanice napravljene su i male pisanice koje su rađene u obliku soljenke.

U unikatan kulturno turistički proizvod također ulaze manifestacije poput već spomenutih Podravske motiva zajedno sa Renesansnim festivalom. Renesansni festival jest „povijesni mega spektakl, sljublivanje je kasno srednjovjekovnih povijesnih fakata i originalnosti Koprivnice, Podravine i Hrvatske s baštinskim vrijednostima zapadnoeuropskog kulturnog civilizacijskog kruga (čiji je dio i Hrvatska), koje se manifestiraju kroz brojne nastupajuće viteške, obrtničke i muzičke skupine iz gotovo deset europskih zemalja. Manifestacije je pravi primjer razvijanja europskog identiteta Grada i Regije.“⁹ Također, uz sav povijesni događaj, šetnjom kroz bedeme postava lokalnih slikara, kipara i drugih umjetnika, vlasnika vlastitih domaćih obrta te kušanjem i mogućom kupnjom domaćih proizvoda gosti imaju širok izbor zanimljivosti. Ponovo spajanjem dva različita segmenta, povijesti i sadašnjosti, smatra se kako veliki učinak ima upravo ukazivanje turistima kako uz kulturno turistički proizvod oni sami mogu uz dobar odmor naučiti nešto novo, ali zajedno uz dobru zabavu i relaksaciju. Upravo manifestacije poput ovih jesu osmišljene kako bi privukle turiste iz svih gradova, država u čemu se doista vidi veliki interes ljudi dolaskom na iste.

⁹ <https://www.renesansnifestival.hr/>

5.1.1. SWOT analiza naive

Kako bi novi proizvodi imali veću mogućnost razvoja, sljedeće navedena SWOT analiza će to moći i omogućiti. Naiva kada se analizira ima najviše snage. Naiva je od početka svojeg postojanja originalna što znači da ima svoju originalnu priču te ima izvornost koja je nastala nadahnutim stvarnim utjecajem. Kao što je već spomenuto ranije u radu ono prikazuje lokalnu baštinu, način svakodnevnog života i sl. Poznata je po tome što uz originalnost ima i svoju snažnu priču koja turiste privlači sve više. Akteri jesu zanimljivi, a kako je metoda zahtjevna nije upitno zašto je upravo vještina slikanja na staklu obrnutom metodom zaštićeno dobro RH. Naravno da lokalci osjećaju snažnu pripadnost te ponos, a naravno da su i ponosni na tradiciju koja je i dalje održiva.

Kao velika slabost naive je starenje slikara te svjesnost da ne postoji „nasljednik“ umjetnik koji će unijeti originalnost te svježinu u radove. Naiva je u snažnoj putanji, a podravski mentalitet je „naučen“ da se sakrivaju tajne zanata. Današnji slikari bave se uglavnom naučenom metodom što više podsjeća na obrtništvo nego na umjetnost. Dakako da postoji nedostatak podrške akademije umjetnosti pošto su slikari samouki. Također se postoji nedostatak ugostitelja koji bi se specijalizirali za naivu.

Mogućnosti naive jesu zainteresiranost turista za otkrivanje ruralnih destinacija te je naiva relativno neiskorištena kao brend.

Nezainteresiranost mlađe generacije je uvelike velika prijetnja također kao i nedostatak metodologije prenošenja znanja. Lokalno stanovništvo ne vidi potencijal u smislu konkretnosti proizvoda te nisu spremni ulagati (dugoročno) u konkretnu priču. Razvijaju se (neke) pojedinačne priče te je naiva bez sinergije i pravog akcijskog plana. Ne samo u naivi već i u ostatku svijeta velika prijetnja je već dobro nam svima poznata pandemija.

Swot analiza naive ukazuje nam na vrlo vjerojatni budući uspjeh, no on neće biti kao nekada. Dobrim predviđanjima potpomažu financijski resursi te trenutno dobro stanje za izlazak na tržište. Dakako, trebalo bi poraditi na nedostatku nezainteresiranosti modernijim idejama kako bi se uspjeh mogao ostvariti ponovo.

5.1.2. Potrebni koraci za razvoj novog proizvoda

Uvjeti uporabe i mogućnost kupnje proizvoda oblikuju okvir za odluke u razvoju novog proizvoda za ciljno tržište. Određeni proizvod može biti novi za poduzeće, za neko određeno tržište ili za čitavo globalno tržište. Sam proizvod može biti potpuno novi, nove proizvodne linije, dopunjen već postojeći proizvod, poboljšani postojeći proizvod te proizvod sa manjim troškovima. Strategija može biti proizvodno ekstenzivna sa značajnim prilagodbama proizvoda ili bez.

Proces razvoja novog proizvoda obično je isti, a on se sastoji od 6 sljedeće opisanih koraka.

1. Generiranje ideja znači da ideje mogu dolaziti s tržišta, iz poduzeća ili iz tehnologije. Ideje mogu voditi čak i u razvoj novih tehnologija. Ideje mogu također potjecati od raspoložive ili nove tehnologije. Korištenje tehnologije daje bogati izbor ideja za nove proizvode.
2. Izbor proizvoda – sve ideje ne mogu postati novi proizvodi. Ideje kod novih proizvoda moraju zadovoljiti barem tri testa provjere: tržišni potencijal, financijsku izvodljivost, proizvodnu kompatibilnost. Svrha ove analize za izbor proizvoda da identificira najbolje ideje, a ne da se donese konačna odluka o prodaji i proizvodnji tog proizvoda.
3. Prethodno oblikovanje proizvoda odnosi se na razvoj najboljeg dizajna na temelju ideje o novom proizvodu. Ukoliko je preliminarni dizajn proizvoda odobren moguće je izraditi prototip za daljnje ispitivanje analize. Kada se ispitivanja dobro razmotre te kada ona budu uspješna potrebno je napraviti crteže prema dizajnu. Rezultat bi trebao biti dizajn proizvoda koji je konkurentan na tržištu i tehnološki u proizvodnji.

4. Izrada prototipa može imati mnogo različitih oblika. To mogu biti nacrti, ručne izrade, glineni modeli ili makete. Nakon što je prototip uspješno ispitan konačni dizajn može se privesti kraju.
5. Testiranje – ispitivanje prototipova ima cilj provjeravanja marketinških i tehnoloških performansi, tj. izgradnju dovoljnog broja prototipa za ispitivanje. Ispitivanja tržišta obično traju do dvije godine i ograničena su na malo geografsko područje. Svrha ispitivanja tržišta je da se prikupe kvantitativni podaci o tome kako kupci prihvaćaju proizvod.
6. Konačni dizajn proizvoda -. Tijekom faze konačnog oblikovanja radi se na izradi crteža te specifikaciji proizvoda. Kod oblikovanja proizvoda može doći do velikog broja ponavljanja između faza. Kod procesa oblikovanja novog proizvoda neki koraci mogu se preskočiti, a neki se mogu ponavljati do nekoliko puta kako bi se utvrdilo da je proces dovoljno utvrđen. Kada u praksi oblikujemo proizvod nakon oblikovanja procesa, tada možemo dobiti proizvod koji je skup ili gotovo nemoguć za proizvodnju. To je također i jedan od razloga zašto osoblje iz proizvodnje treba biti uključeno od samog početka u proces oblikovanja proizvoda. Na taj se način i oblikovanje procesa i oblikovanje proizvoda mogu odvijati istodobno tako da bude efektivan, efikasan te dovoljno fleksibilan za buduću proizvodnju.

10

¹⁰ Schroeder, R.G. (1999) Upravljanje proizvodnjom, Zagreb, Mate

5.1.3. Prijedlog novih proizvoda

Sjeverozapadna hrvatska u cijelosti ima velikog potencijala kako bi razvila neki novi proizvod kako bi pridobila goste iz cijelog svijeta. Nekada je naiva bila toliko poznata da bi u galerijama te muzejima bilo po nekoliko autobusa dnevno. No danas to više nije tako. Sljedeći primjer objašnjava cjelokupnu problematiku manjka turista u galerijama danas. Klasik naivne umjetnosti, Josip Generalić, umro je 2004. godine. U njegovo vrijeme života te slikarske poznatosti, u njegovom dvorištu je svaki dan bilo prometno. Josip bi svojim gostima pružio najbolji mogući doživljaj te ispričao priče o njegovom životu koje su nerealne za ljudsku svakodnevicu. Čovjek koji je prošao cijeli svijet, bio na stotine svojih izložaba te upoznao nekoliko predsjednika različitih država, gosti su mislili kako je on umišljen čovjek, no uvijek bi se ispostavilo upravo suprotno. Josip bi našao način kako pristupiti svakom gostu te kako svakog gosta pojedinačno učiniti sretnijim, a da se u isto vrijeme pobrine kako je istome udobno u njegovom domu.

Nakon smrti, njegovi nasljednici pokušali su te još uvijek pokušavaju vratiti tu nekadašnju zainteresiranost za naivu. No, problem nije u osmišljavanju novih materijalnih kulturno turističkih proizvoda kako bi ljudi mogli samo kupiti nešto za ponijeti kući. Materijalne stvari ljude danas više ne zadovoljavaju toliko. Kada bi gost htio posjetiti bilo koji kulturno turistički dio naše regije, on bi kući htio odnijeti doživljaje, priču te oduševljenost. Sjeverozapadna hrvatska ima potencijala te neiskorištenih resursa kako bi ponovo oživila naivnu umjetnost. Kada bi se u rodnim mjestima, tj. selima velikih umjetnika otvorilo nekoliko smještajnih kapaciteta, ne samo da bi gost mogao doživjeti priču prelijepih slika naših poznatih, već bi mogli prenoćiti u blizini njihovih domova te dočarati sami sebi kako su oni nekada živjeli te prolaziti ulicama kojima su također prolazili ti naši veliki slikari. Mogli bi prošetati predivnim krajolicima koje su slikari slikali te uživo upoznati iste, a isto tako na istima fotografirati sami sebe što bi značilo kako bi se putem moderne tehnologije proširila oduševljenost jednog pojedinca te bi samo jedna fotografija mogla značiti cijeli preokret za naivnu umjetnost.

Naiva kao fenomen ima svoju jedinstvenu te originalnu priču, tj. nematerijalni kulturno turistički proizvod kao takav još je nepoznat u svijetu. Pravom upornošću te inicijativom

ovaj proizvod mogao bi doprinijeti i ostalim oblicima turizma. Ukoliko gost iz Japana dođe u Hrvatsku upravo zbog bijega od stvarnosti, tada sjeverozapadna regija tog čovjeka urbane sredine vraća prirodi te pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti poput uzgoja prirodne i zdrave hrane te aktivnog odnosa turista prema prirodi i poljoprivrednoj proizvodnji na obiteljskim gospodarstvima.

Uz ponudu smještaja u obiteljskim gospodarstvima, tj. imanjima samih slikara, već spomenuta aplikacija dodatno bi privukla turiste. Prilikom pretraživanja slika te naručivanja slika, moguće bi bilo i rezerviranja smještaja na određenim imanjima. Da bi se posjetiteljima aplikacije približio sam doživljaj, omogućena je virtualna šetnja kroz prostore galerije isto kao i kroz prostore samog smještaja. Modernom tehnologijom obogaćuje se te promovira na najvišem stupnju kako bi gostima uspjeli naivu prikazati kao kvalitetan te stari-novi kulturno turistički proizvod.

6. Zaključak

Cilj rad je bio kroz teorijski okvir objasniti osnove naivne umjetnosti te nakon čega je bio cilj kroz mogućnost razvoja novih proizvoda doći do zaključka na koji način je najbolje pristupiti određenim tržištima danas.

Naiva kao već sada poznati turistički proizvod ima mnogo potencijala za svoj rast. Navedenim naslovima te objašnjenju o postojanju naive, može se zaključiti kako je naiva nekada bila prije mnogo više poznatija nego što je to danas. Uz pravu organizaciju, upornost te vjernost lokalnog stanovništva i financijske potpore države, naiva kao kulturno turistički proizvod sjeverozapadne hrvatske mogla bi ponovo oživjeti te doprinijeti Hrvatskoj kao što je to nekada činila.

Uz prijedlog novog proizvoda kako pridobiti turiste u lokalna sela starih slikara, omogućila bi povratak turista u sada već pomalo zaboravljene gradove i sela. Smišljenim novim nematerijalnim proizvodom turisti kada bi pobjegli od svakodnevnice, poželjeli bi, uz dobru kulturno turističku ponudu, ostati u obiteljskim gospodarskim imanjima gdje bi imali priliku upoznati tradiciju te ujedno i iskusiti te doživjeti svijet kako su nekada naši poznati živjeli te gdje su oni to živjeli i stvarali svoju veliku umjetničku ostavštinu.

Sagledavajući prethodne mogućnosti razvoja novih proizvoda, ruralni turizam u sjeverozapadnoj hrvatskoj je daleko potreban. U današnje vrijeme pandemije i sami ljudi željni su odlaska u manje naseljene gradove. Ovom ponudom mogli bi iskoristiti svaki slobodan odmor kako bi i oni sami bili sigurni od zaraženosti, a s druge strane bi ujedno mogli i uživati.

LITERATURA

KNJIGE

1. Jelinčić, D.A. (2008) Abeceda kulturnog turizma, Zagreb, INTERMEDIA
2. Šimat Banov, I. (2013) Hrvatsko kiparstvo od 1950. do danas, Zagreb, Ljevak d.o.o.
3. Živaković-Kerže, Z. (2010) Ernestinovo središte naivne sculpture, Osijek, Studio HS internet d.o.o.
4. Sumpor, S. (2014) Generalić, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
5. Kušenić, H. (2018) Putevima Hlebinske škole, Koprivnica, Muzej grada Koprivnice
6. Gamulin, G. (2019) Naivni slikari Hlebinske škole, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
7. Gamulin, G. (1987) Hrvatsko slikarstvo XX. Stoljeća, svezak prvi, Zagreb, ITRO „naprijed“
8. Gamulin, G. (1988) Hrvatsko slikarstvo XX. Stoljeća, svezak drugi, Zagreb, ITRO „naprijed“
9. Bihalji-Merin, O. (1963) Umetnost naivnih u Jugoslaviji, Zagreb, Grafički zavod Hrvatske
10. Bihalji-Merin, O., Tomašević, N.B. (1984) Enciklopedija naivne umjetnosti sveta, Beograd, Jugoslavenska revija
11. Crnković, V. (2000) Hrvatski muzej naivne umjetnosti, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
12. Crnković, V. (2006) Umjetnost Hlebinske škole, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
13. Schroeder, R.G. (1999) Upravljanje proizvodnjom, Zagreb, Mate
14. Miller, H. (1986) Mudrost srca, Zagreb, August Cesarec

KATALOZI

1. Kušenić, H. (2016) KUL Hlebine 2016, Koprivnica, Baltazar d.o.o.
2. Kušenić, H. (2017) KUL Hlebine 2017, Koprivnica, Baltazar d.o.o.
3. Kušenić, H. (2018) KUL Hlebine 2018, Koprivnica, Baltazar d.o.o.

4. Kušenić, H. (2019) KUL Hlebine '19, Koprivnica, Bogadigrafika
5. Kušenić, H. (2020) KUL Hlebine '20, Koprivnica, Reklam
6. Kušenić, H. (2019) Dragica Belković, Radost u čovjeku – život u drvetu, Koprivnica, Rihtarić
7. Generalić M., Lujčić M. (2014) Ivan Generalić, Živi trag, Koprivnica, Georg d.o.o.

INTERNET STRANICE

1. Međunarodna radionica kreativne zajednice u Podravini. Dostupno na <https://tzp-sredisnja-podravina.hr/program-medunarodne-radionice-kreativne-zajednice-u-podravini/>, (9.6.2021.)
2. Renesansni festival Kolovoz 2022. Dostupno na <https://www.renesansnifestival.hr/>, (4.7.2021.)