

M. M. Letica: Turizam između graditeljskoga naslijeđa i suvremene arhitekture

•
•



Detalji

Objavljeno: 16. prosinca 2022.

[Dodajte komentar](#)

Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije (4)

Tematiziranju mnogostruko uvjetovane povezanosti turizma i arhitekture moguće je pristupiti iz više različitih polazišta. Razumljivo je da su turisti upućeni na sve oblike stambene i javne arhitekture – od zgrada u zračnim i morskim lukama, hotela i apartmana, restorana, prodavaonica, trgovačkih centara, tržnica, banki i mjenjačnica, nogometnih stadiona i sportskih dvorana itd. – ali u svemu tome možemo primijetiti da se razmatranje veze turizma i arhitekture ponajprije usredotočuje na smještajne objekte i građevine koje nose vrijednost kulturnih spomenika. Pri tome su takvi kulturni spomenici u najvećemu broju slučajeva nastali prije više stoljeća ili čak tisućljeća, a njihovi su graditelji u njih ugradili i upisali namjeru da budu trajnim svjedocima određene epohe, duha stanovitoga vremena, koje se sebi svojstvenim skladom, uzornom mjerom i kanoničnošću u mnogim primjerima odnosno idejnim opredmećenjima proteže izvan vlastite epohe, prema nedoglednim, iz motrišta tih davnih vremena, perspektivama budućnosti. Tako je djelo „Deset knjiga o arhitekturi“ („De architectura libri decem“) arhitekta i pisca Marka Vitruvija Poliona (Marcus Vitruvius Polion), napisano u 1. stoljeću prije Krista, postalo „uzor koji je niz stoljeća nosio temelje pristupa klasičnom shvaćanju oblikovnih karakterizacija arhitekture“.[1]

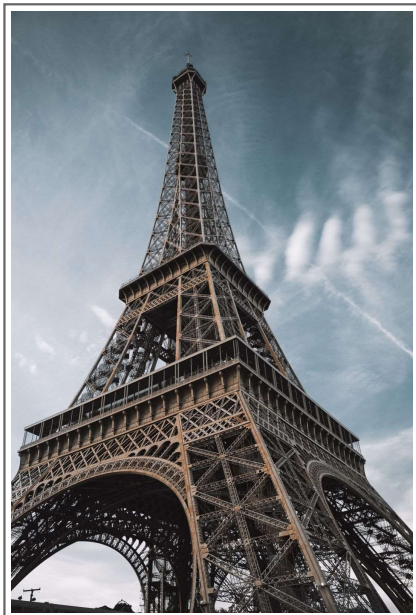


Eiffelov toranj – privremena konstrukcija prometnuta u spomenik kulture i simbol Pariza

Zanimljivo je spomenuti – upravo zato što se svemu rečenom protivi – jedan neobični kulturni spomenik i u svjetskim razmjerima znamenitu turističku atrakciju.

Riječ je o Eiffelovu tornju, rešetkastoj konstrukciji od čeličnih dijelova spojenih zakovicama, neobičnome zdanju visokomu 312,27 metara (s naknadno postavljenim radijskim i televizijskim antenama 318,70 m) i teškomu oko 10.000 tona, koje je podignuto u Parizu na Champ-de-Mars. Toranj je nazvan po francuskom inženjeru i arhitektu Alexanderu Gustaveu Eiffelu: on je velebni toranj projektirao i proračunao zajedno sa suradnicima, inženjerima Mauriceom Koechlinom i Émileom Nouguierom te arhitektom Stephenom Sauvestreom.

Toranj je izgrađen 1889. godine, za potrebe Svjetske izložbe kojom se imala obilježiti 100. obljetnica Francuske građanske revolucije. Važno je istaknuti kako je inženjer Eiffel ishodio dozvolu da toranj može stajati 20 godina, nakon čega bi gradska uprava Pariza demontirala i uklonila to čelično zdanje. Već su pravila projektantskoga i konstrukcijskoga natječaja zahtijevala da se toranj može ukloniti bez poteškoća.



pronaći ništa usporedivo.

K tome treba reći da je Eiffelov toranj svojim izgledom, kojim nametljivo dominira vizurom Pariza, izazvao mnogobrojna negodovanja i protivljenja – doživljavali su ga odjelotvorenjem rogobatnosti i neukusa, svojevrsnoga estetskog izgreda u prostoru. Ali s vremenom je zamisao rušenja Eiffelova tornja postala nepojmljivom; i to ne samo Parižanima i Francuzima nego i svima u svijetu kojima je jedna od prvih predodžbi Pariza, ako ne i prva, upravo ta neobična i prepoznatljiva građevina. Eiffelov je toranj, po svoj prilici, najvažniji simbol Pariza, globalno poznata turistička atrakcija, jedna od najdojmljivijih, recimo to tako, „tehničko-umjetničkih instalacija“.

Potisnuo je u drugi plan sve ostale spomenike kulture, velebna povijesna zdanja s historicistički uklopljenim primjerima grčkih stupova i greda (arhitrava), rimskih lukova i slavluka itd. – svega onoga o čemu je pisao i što je crtežima popratio Vitruvije u već spomenutom klasičnom djelu „Deset knjiga o arhitekturi“. Jer takve elemente stare grčke i rimske arhitekture, smatrali ih imitacijama ili pak reafirmacijama klasičnih antičkih uzora, mogu se pronaći u Rimu, Berlinu, Beču, Londonu, Parizu i drugim gradovima – a Eiffelov je toranj jedan i jedini te mu se oblikom i monumentalnošću ne može

U isti mah spomenik i stroj, instalacija i turistička atrakcija

Ovdje ćemo se usredotočiti na pojam „monumentalnost“, koji dospijeva od latinskoga „monumentum“ u značenju 'spomenik', što je izvedeno od glagola „moneō“: 'opominjati, podsjećati'. [2] Dospijevamo pred pitanje: Je li Eiffelov toranj autentični spomenik kulture, koji nas ima podsjećati na prošlost ili je pak posrijedi pokazatelj civilizacijskog razvoja usmjerenoga (u svoje vrijeme) prema budućnosti?

Potrebno se osvrnuti na pojmovni par „kultura“ – „civilizacija“. [3] Neki sociolozi i kulturni antropolozi smatraju kulturu širim pojmom od civilizacije, prema kojemu shvaćanju civilizacija biva dijelom kulture. Tako bi kultura obuhvaćala cjelokupne plodove čovjekova djelovanja na području duhovnoga i materijalnoga, a civilizacija bi se odnosila samo na materijalni, odnosno tehnološki dio kulture. Drugi, koji su skloni oštrijemu distingviranju kulture i civilizacije, posežu za slikovitim objašnjenjima i kažu da se kultura može predočiti kao čovjek i spomenik, a civilizacija kao čovjek i stroj.

Sve nas to uvlači dublje u tjesnac sljedećeg pitanja: Je li Eiffelov toranj spomenik ili stroj? Takovrsnim čeličnim konstrukcijama, njihovom statikom i čvrstoćom materijala, bave se i građevinski i strojarski inženjeri. Da bi odgovor na prethodno pitanje bio istinit i prihvatljiv, treba biti višaspektan i obuhvatan: Eiffelov toranj je i spomenik i stroj, i arhitektura i umjetnička instalacija, a povrh svega je – što se u ovome kontekstu iskazuje najvažnijim – prvorazredna turistička atrakcija.

Kod Eiffelova tornja će k tome biti zanimljivo razmotriti složene i mnogostruko uvjetovane odnose između funkcije, konstrukcije i forme, triju elemenata koji su konstitutivni za svako arhitektonsko odjelotvorenje (a Eiffelov toranj, shvatimo li arhitekturu u širem smislu, jest arhitektura ili graditeljstvo, premda nije „zgradarstvo“).



Konstitutivni međuodnosi funkcije, konstrukcije i forme

Znameniti arhitekt, sveučilišni profesor i akademik Boris Magaš rečene odnose ovako objašnjava razmatrajući ih u eruditskome tekstu vrijednu citiranja:

„Hramovi pojedinim bogovima moraju se razlikovati da bi se čitao njihov sadržaj: dorski stil odgovara Herkulu, korintski Veneri, a jonski Dijani: tema potpuno identična Semperovu autoritetu sadržaja. No, u isto vrijeme Vitruvije ističe: 'Sve se te građevine moraju tako graditi da pazimo na čvrstoću, svrhu i ljepotu.' Dakle, konstrukcija, funkcija i forma sastavni su dijelovi mišljenja, a njihova realizacija uvjetovana je cjelovitim sagledavanjem svih komponenata koje moraju rezultirati ljepotom. [...] Oblik [forma] i funkcija su, dakle,



identitet koji vrijeme koje je svoju kreativnost formalistički tražilo u prošlosti lako ostvaruje. No tijekom vremena se mora pokrenuti i kada Wagner lomi s historicizmom devetnaestog stoljeća, postavlja redosljed: Svrha – Konstrukcija – Poezija. Taj red strukturira postupak da bi se shvatilo da arhitektura mora krenuti od svoje svrhovitosti: 'stvar koja nije praktična, ne može biti lijepa'. No u isto vrijeme Wagner kaže: 'Umjetnik mora potpuno shvatiti i uvažiti jednu dobru i lijepu ideju prije nego uzme olovku... treba zamisliti simultano sve sekvence s određene točke gledišta, sve moguće realizacija i njihov razvoj.'“[4]

Akademik Magaš nadalje objašnjava kako Richard Wagner polazi od svrhe (funkcije) da bi postigao njezinu oblikovnu interpretaciju (formu), i to tek onda kada je došao do cjelovite zamisli o objektu.[5]

O funkcionalnosti arhitekture u turizmu čitamo u članku „Arhitektura & turizam“, koji je podnaslovljen „Uzbudljiva sinteza puna mogućnosti za budući razvoj turizma“; autorica Susanne Kraus Winkler, stručnjakinja za turizam i državna tajnica u vladi Republike Austrije, piše:

„Arhitektura stvara također i novu funkcionalnost ili utječe da se pomoću te nove funkcionalnosti sve naslijeđeno i staro drugačije doživljava, nudeći tako turizmu mogućnost za razvoj novih proizvoda. Iz perspektive gostiju ipak ne smije ovdje ostati nespomenuta diskusija 'form follows function' ili 'function follows form', koja upravo kod turističkih nekretnina i proizvoda može dovesti do osciliranja u stupnjevanju kako pozitivnom tako i negativnom. Još nikada da sada turistički djelatnici i arhitekti nisu tako usko surađivali na razvoju proizvoda kao što je to danas slučaj. Time se ponovno zatvara krug zajedničkog uspjeha.“[6]

Premda je članak klasificiran kao „izvorni znanstveni rad“, umnogome se doima ne samo popularnim nego i populističkim. Autorica napominje da ne smije ostati nespomenuta „diskusija 'form follows function' ili 'function follows form'“, a o tome ona ne govori baš ništa, ni na jednome mjestu u nastavku članka ne spominje odnos funkcije i forme. O dotičnome pitanju i ishodištu brojnih krivotvorbi napominje Boris Magaš da svjedočimo svojevrsnoj zlorabi slogana „forma slijedi funkciju“, čime se otvaraju vrata „dominaciji mediokretizma i tehnicističkog pristupa arhitekturi“.[7] Iz članka stručnjakinje Kraus Winkler, gdje se spominje zatvaranje „kruga zajedničkog uspjeha“ turističkih djelatnika i arhitekata, progovara pristup gdje se arhitektura u turizmu nastoji redukcionistički svesti na tehnicizam i utilitarizam. Sve je to razumljivo i legitimno jer turizam je grana gospodarstva i u toj areni, gdje je borba protiv konkurencije nemilosrdna, profit svijetli kao cilj ispred i onkraj svih horizonata.

Kreativne reinterpretacije Sullivanova slogana

Potrebno je napomenuti da je slogan „forma slijedi funkciju“ skovao prije više od jednoga stoljeća američki arhitekt i teoretičar arhitekture Louis Henry Sullivan. Njegov je slogan tijekom desetljeća izvrnut vulgarizaciji, čemu sâm Sullivan nije dao povoda. Njemački arhitekt i dizajner Marcel Breuer u tome je smislu lucidno primijetio da „Sullivan nije jeo svoj funkcionalizam onako vruć kako ga je kuhao“.[8] Akademik Magaš jedinstvo funkcije, konstrukcije i oblika izriče sloganom „forma interpretira funkciju“, čime su forma i funkcija postavljene u uzajamni, dvosmjerni i interaktivni odnos. Ne samo da funkcija diktira formu, nego i forma utječe na funkciju.

To na posve određeni način možemo vidjeti upravo kod Eiffelova tornja. Namjena ili funkcija mu je isprva bila da se podigne kao privremeno zdanje, čije bi trajanje bilo 20 godina, a njegov se „život“ produžio na sada već

više od 130 godina, s tendencijom neograničenoga trajanja (jasno je da u našem svijetu ništa materijalno i time kontingentno ne može trajati neograničeno, vječno). Eiffelov toranj time je postao ne samo znak nego i simbol, a simboli uvijek u sebi nose neku atemporalnost, izmicanje određenomu vremenu i smještanje u dimenziju bezvremenosti. Solidna inženjerska konstrukcija omogućuje trajanje u vremenu pa na primjeru Eiffelova tornja možemo reći: forma urasla u trajanje – preosmišlja prvotnu funkciju. To bi bila još jedna kreativna reinterpretacija Sullivanova slogana.

Identitet i okoliš

U ovome je članku već rečeno da je Eiffelov toranj jedan i jedini te mu s obzirom na oblik i monumentalnost nema ničega usporedivog. Dakle, posrijedi je paradigmatski primjer identiteta. Etimološka definicija pojma „identitet“ kaže da je (kasno)latinskoga podrijetla: „identitās“ znači 'istovjetnost'. Među nekoliko teorijskih uporišta pojma „identitet“ ovdje se priklanjamo onome što ga je 1959. obrazložio njemačko-američki psihoanalitičar Erik Homburger Erikson. On smatra da je utemeljeno govoriti o osobnome identitetu kao izvorno nesvjesnome – a trajnome – doživljaju vlastitoga „ja“ i njegove nesvodljivosti na druge. Doživljaj osobnoga identiteta oblikuje se u okrilju kognitivne i moralne paradigme prisutne u zbiljskome prostoru/vremenu, paradigme koja je pristupačna osobnome iskustvu.[9] Jasno je već i djeci predškolske dobi da, kada je riječ o Eiffelovu tornju, ne možemo govoriti da toranj ima doživljaj vlastitoga „ja“ – ali ga kao simbol možemo prožeti duhom života i sposobnošću samosvijesti, možemo ga antropomorfizirati i štoviše socijalizirati kao slikovit primjer vlastitoga „ja“ i njegove nesvodljivosti na druge. A za nesvodljivost na druge i neizvodljivost iz drugih – što su neke važne sastavnice i odlike identiteta – često se rabe dva termina: „autentičnost“ i „autohtonost“. Nezaobilazni su i kada je riječ o turizmu ili, preciznije rečeno, o odredištima i prirodnim ljepotama, o graditeljskome naslijeđu, gastronomskoj ponudi i drugome.

U članku „Kulturni identitet i turistička izgradnja u Hrvatskoj“, sociolog i književnik Ivan Rogić, sveučilišni profesor koji se pomno i obuhvatno bavi sociologijom prostora, piše o odnosu identiteta i okoliša sljedeće:

„Budući da identiteti socijalno funkcioniraju i kao predlošci formatizacije i sebe, i društva, i materijalne zbilje, identiteti se spram okoliša odnose diferencirano i zainteresirano. Na drugoj strani, okoliš se praktično ne može držati zrcalom identiteta. Dva su glavna razloga. Prvo, u mnogim aspektima identitet ne oblikuje prilike u okolišu. Drugo, isti je okoliš, nerijetko, područje djelovanja više identiteta, pa se njihovi učinci specifično akumuliraju oblikujući prilike u okolišu koje se linearno ne mogu povezati ni s jednim identitetom. Samo u posebnim slučajevima, gdje pojedini identitet ima monopolne ovlasti u okolišu, moguće je stanje u takvu okolišu linearno tumačiti kao učinak toga identiteta.“[10]

Mnogostrukost graditeljskih praksi

Ivan Rogić nadalje napominje da je glavne tipove promjena u okolišu i njihove smjerove prikladnije analizirati i vrednovati iz perspektive koja je zainteresirana za njihov smisao i značenje. „Graditeljske prakse i procese držimo 'reprezentativnim uzorkom' postupaka za analizu važnijih odnosa pojedinih identitetskih sudionika spram okoliša“, ističe Ivan Rogić i zatim objašnjava da je i graditeljske prakse, jer su neodvojive od kulturne prakse u širem smislu, korisno promatrati uzimajući u obzir osnovne predloške kulturne proizvodnje, što znači da je „korisno razlikovati graditeljske prakse gdje dominiraju pristupi svojstveni autorskoj kulturi; graditeljske prakse gdje dominiraju pristupi svojstveni narodnoj/pučkoj kulturi; graditeljske prakse gdje dominiraju pristupi svojstveni masovnoj kulturi.“[11]

Govor o identitetu uvijek je govor o svojevrsnoj prepoznatljivosti „turističkih proizvoda i usluga“, kako se to ekonomiziranim rječnikom običava reći. Stvaranje njihove materijalne i simboličke osnove u pravilu se razmatra i odjelotvoruje u tri odvojene, ali međusobno upućene disciplinske prakse: arhitekturu i urbanizam, opremanje interijerâ i eksterijerâ za korištenje turističkih usluga te naposljetku u proizvodnji simboličkih sadržaja.[12]

U našem globaliziranom i komunikacijski umreženome svijetu, koji je postao „globalno selo“, kao što je rekao kanadski filozof i teoretičar komunikacije i medija Herbert Marshall McLuhan, dolazimo pred pitanje: Znači li globalizacija rađanje ili odumiranje identiteta? Odgovor nije ni jednoznačan ni jednostavan jer je riječ o

svojevrsnoj dijalektičkoj napetosti. Širenjem globalne kulture ona postaje pristupačna svima – a to dovodi do opadanja lokalnih identiteta, no istodobno i upravo zbog toga taj proces povratno stimulira kulturu kao sredstvo održanja tih lokalnih identiteta. Globalizacija tako ne poistovjećuje različite krajeve i ambijente svijeta niti ih čini sličnima – nego djeluje posebnošću, ističući osobite prostore i ambijente, odnosno posebne identitete.[13]

„Turistička arhitektura“ između regionalnog i globalnog

Počinjući članak „Regionalizam moderne arhitekture“, arhitekt i akademik Zlatko Ugljen ističe kako je potreban velik napor „da se potakne društvo na uvažavanje arhitektonskog naslijeđa naših respektivnih kultura; još je veći napor potreban da se društvo povede prema suvremenoj arhitekturi koja uvažava tradiciju. Pri tome je obveza arhitekta naći odgovore na razna pitanja koja se tiču društvenih, regionalnih, nacionalnih i globalnih situacija.“[14]

Nema potrebe posebno isticati da se suvremeni hoteli izgrađeni primjerice u Hrvatskoj, Španjolskoj, Grčkoj, Tunisu i Meksiku neusporedivo manje razlikuju od zgrada koje su u tim zemljama izgrađene prije dvjesto ili trista godina. Internacionalizam u arhitekturi, na poseban način u turističkim objektima koji svugdje u svijetu imaju jednaku ili vrlo sličnu funkciju, univerzalizira i ujednačuje forme i konstrukcije. Ali nije to slučaj samo s arhitekturom: tako se primjerice današnji poslovni ljudi, recimo menadžeri, bankari ili odvjetnici, gotovo jednako odijevaju u Zagrebu i Londonu, Tel Avivu i Tokiju, a tradicionalna se odjeća u tim gradovima i sredinama upadljivo razlikuje.

Pišući o regionalizmu u arhitekturi, Boris Magaš s odobravanjem citira britanskog arhitekta i kritičara arhitekture Kennetha Framptona koji kritizira francuskoga filozofa Paula Ricœura zato što je

„...pokrenuo tezu da će se hibridna 'svjetska kultura' pojaviti međuoplođnjom 'kulture' i univerzalne 'civilizacije'. Ta paradoksalna pretpostavka da regionalna kultura mora također biti oblik svjetske kulture izvedena je iz predodžbe da će razvoj 'in se' transformirati osnove ukorijenjene kulture. U svojoj knjizi 'Povijest i Istina', Ricœur zaključuje da će sve ovisiti o sposobnosti ukorijenjene kulture da rekreira svoju vlastitu tradiciju prisvajajući u isto vrijeme i kulturne i civilizacijske strane utjecaje. / Takav proces dekonstrukcije i reasimilacije je nečist po definiciji. [...] Važno je odmah na početku lučiti Regionalizam i evokaciju sentimentalnoga i ironičnoga 'domaćega pučkog izraza' ('vernacular'), izraza koji je bio nedavno afirmiran kao zakašnjela inkarnacija popularne Postmoderne kulture.“[15]

Graditeljski populizam kao „komunikativni ili instrumentalni znak“

Akademik Boris Magaš – znameniti hrvatski arhitekt koji je u vlastitome pristupu znao uprisutniti internacionalni stil i harmonizirati ga sa suvremenim arhitektonskim interpretacijama regionalne graditeljske tradicije i ambijentalnih posebnosti, a uz brojne druge objekte projektirao je hotele „Solaris“ kraj Šibenika („Jure“ i „Niko“), gradski stadion „Poljud“ u Splitu i crkvu blaženoga Augustina Kažotića na Volovčici u Zagrebu – nadalje citira arhitekta Framptona, koji kaže da je, nasuprot regionalizmu, prvotni cilj populizma da funkcionira kao „komunikativni ili instrumentalni znak“, kako je češki teoretičar književnosti i estetičar Jan Mukařovský definirao taj termin u eseju „Bît vizualnih umjetnosti“ iz 1944. „Takav znak ne nastoji evocirati kritičnu percepciju realnosti, nego prije sublimaciju neposredne želje putem simulacije. Njegov je temeljni cilj postići (što je ekonomičnije moguće) predviđeni nivo zadovoljstva, odmjerena u granicama koje su u konačnici bihevioristične.“[16]

Ne možemo se ukloniti pitanju: Što bi konkretno u hrvatskoj „turističkoj arhitekturi“ bio taj „komunikativni ili instrumentalni znak“ koji smjera „sublimaciji neposredne želje putem simulacije“? Premda to akademik Magaš ne spominje izričito, ne će biti teško razabrati da je to, uz ostalo, kamen koji je od konstruktivnoga materijala sveden na oblog pročelja, na kozmetiku i dekoraciju, što biva organski odvojeno od strukture i konstrukcije. Kamen je od statike sveden na estetiku, pri čemu se mimetički pokušava nasljedovati, zapravo naivno oponašati, simulirati, tradicionalne zidove, stupove i lukove koji su nekada građeni od kamena kao nosivoga elementa. U te „komunikativne ili instrumentalne znakove“ pridolaze još „škure“ na prozorima (najčešće zelene boje), k tome i „kupa kanalice“ (crijep svojstven Mediteranu) na blago nagnutim kosim krovovima, također i „trbušaste“

navodno venecijanske ograde koje omeđuju balkone i terase. Kada se oponašaju ili simuliraju primjerice uski prozori, kakvi se viđaju na tradicionalnim kamenim kućama u Dalmaciji, izmiče razumijevanju da dimenzije tih prozora odnosno njihove raspone nije oblikovala estetika, nego statika, nisu ih dimenzionirali i pozicionirali kreativnost i slobodni izbor, nego ograničenost i nužnost. Naime, kameni nadvoji nad prozorima i vratima nisu mogli imati veće raspone (osim ako je kamen složen u luk ili „volat“), dok današnji armiranobetonski nadvoji omogućuju raspone od četiri, pet i više metara, što samim time znači da nema nikakve zapreke ugradnji širokih i velikih prozora, kliznih vrata i drugih ostakljenih površina koje omogućuju optimalnu prirodnu svjetlost i osunčanost prostora, s mogućnošću zasjenjenja i zamračenja kada je to potrebno. Na tim se primjerima vidi da konstrukcija diktira formu, odnosno da forma slijedi konstrukciju.

Arhitekti uvijek trebaju nastojati oko jedinstva i usklađivanja funkcije, konstrukcije i forme, a ta se trojna međuovisnost, koja biva konstitutivnom za svaku arhitekturu, nerijetko naziva, donekle svetogrdno, „svetim trojstvom arhitekture“.

„Zeitgeist“ i „genius loci“ – u međuigri duha vremena i duha mjesta

Graditeljski pristup ima biti kreiranje i vremensko kontekstualiziranje umjesto anakronoga kopiranja; interpretiranje, a ne imitiranje. Neki je regionalni simbol moguće implicitno naznačiti, interpretirati i reinterpretirati u suvremenim materijalima. Taj je put težak jer je lako pogriješiti, ali jedini je ispravan i opravdan. Suvremeni turizam traži ne samo prikladan odgovor na zahtjeve vremena, udobnost i relaksirajući ugođaj u susretu i prožimanju unutarnjega i vanjskoga prostora nego traži i – često na prvome mjestu – autentičnost i autohtonost. Uputno je u tome pogledu citirati američkoga književnika Hermana Melvillea: „Bolje je ne uspjeti u originalnosti nego uspjeti u oponašanju“, ili izvorno: „It is better to fail in originality than to succeed in imitation“.[17]

Zaključno možemo reći da suvremeni internacionalni pristup arhitekturi i regionalne značajke u oblikovanju te identitetski samosvjesnome samopredstavljanju prostora bivaju usklađeni i harmonizirani onda kada arhitekti projektiraju u duhu vremena (njem. „Zeitgeist“), gdje se tradicija iskazuje posredničkom vezom između prošlih i budućih značenja, i kada istodobno objekte suobličuju identitetu ili duhu stanovitoga mjesta (lat. „genius loci“). Završavamo sržnom i lapidarnom mišlju povjesničara umjetnosti Radovana Ivančevića iz njegova izvrsnog članka „‘Staro’ i ‘novo’ u arhitekturi i urbanizmu“: „Jer kao što nema i ne može biti poštivanja starog bez priznavanja novog, tako nema i ne može biti kvalitetno novog bez oslonca na kvalitetu tradicije. Arhitektura je jedno i nerazdvojivo.“ [18]

Marito Mihovil Letica

Tekst je dio niza „Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije“, a objavljen je na Portalu HKV-a u sklopu projekta poticanja novinarske izvrsnosti u 2022. godini Agencije za elektroničke medije. Prenosjenje sadržaja dopušteno je uz objavu izvora i autorova imena.



[M. M. Letica: Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije \(1\).](#)

[Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije \(2\).](#)

[Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije \(3\).](#)

Bilješke:

[1] Boris Magaš, „Arhitektura: pristup arhitektonskom djelu“, Školska knjiga, Zagreb, 2012., str. 36.

[2] Usp. „monument“: Ranko Matasović, Tijmen Pronk, Dubravka Ivšić i Dunja Brozović Rončević, „Etimološki rječnik hrvatskoga jezika“ (1. svezak A – Nj), Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, 2016., str. 632.

[3] O tome detaljnije u prethodnome članku iz ovoga niza: Marito Mihovil Letica, „Kulturna baština i njezino vrednovanje u održivome turizmu“. Portal Hrvatskoga kulturnog vijeća. <https://www.hkv.hr/izdvojeno/vai-prilozi/i-lj/letica-marito-mihovil/40712-m-m-letica-kulturna-bastina-i-njezino-vrednovanje-u-odrzivome-turizmu.html>. Pristupljeno 15. 12. 2022.

[4] Boris Magaš, „Arhitektura: pristup arhitektonskom djelu“, str. 455-456.

[5] Usp. Isto.

[6] Suzanne Kraus Winkler, Arhitektura & turizam: Uzbudljiva sinteza puna mogućnosti za budući razvoj turizma, u: „Acta turistica nova“ 2, 2008. <https://hrcak.srce.hr/43440>. Pristupljeno 15. 12. 2022.

[7] Boris Magaš, „Arhitektura: pristup arhitektonskom djelu“, str. 456.

[8] Isto.

[9] Usp. Ivan Rogić, Kulturni identitet i turistička izgradnja u Hrvatskoj, u: Andrija Mutnjaković [ur.], „Identitet jadranske turističke arhitekture“, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: znanstveno vijeće za turizam, Zagreb, 2014., str. 4.

[10] Isto, str. 4.

[11] Isto, str. 5.

[12] Usp. Feđa Vukić, Identitetski sustavi u turizmu: Teorijska hipoteza kao prilog koncepcijskom mišljenju o turizmu i identitetu, u: Andrija Mutnjaković [ur.], „Identitet jadranske turističke arhitekture“, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: znanstveno vijeće za turizam, Zagreb, 2014., str. 35.

[13] Usp. Vlasta Klarić, Kulturni turizam – ekonomija identiteta, u: Andrija Mutnjaković [ur.], „Identitet jadranske turističke arhitekture“, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: znanstveno vijeće za turizam, Zagreb, 2014., str. 45.

[14] Zlatko Ugljen, Regionalizam moderne arhitekture, u: Andrija Mutnjaković [ur.], „Identitet jadranske turističke arhitekture“, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: znanstveno vijeće za turizam, Zagreb, 2014., str. 223.

[15] Citirano prema: Boris Magaš, „Arhitektura: pristup arhitektonskom djelu“, str. 288.

[16] Isto.

[17] „It is better to fail in originality than to succeed in imitation“. https://borettiinc.com/it-is-better-to-fail-in-originality-than-to-succeed-in-imitation/page/11/?et_blog. Pristupljeno 16. 12. 2022.

[18] Radovan Ivančević, 'Staro' i 'novo' u arhitekturi i urbanizmu, u: „Život umjetnosti“ 5, 1967., str. 67.

ALSO ON PORTAL HRVATSKOGA KULTURNOG VIJEĆA

H. Hitrec: Ovaj je Božić bio puno topliji nego ...

4 days ago • 17 comments

Božić je blagdan mira, ljubavi i veselja. Dije se darovi, ne samo djeci. Iz ...

Književnik Stjepan Tomaš: Književnost je ...

a day ago • 3 comments

Književnik Stjepan Tomaš na Badnjak je ušao u 77. životno ljeto...Rječit, štono ...

Dr. sc. Gordan Akrap: Ulazak postrojba ...

2 days ago • 11 comments

Barikade na sjeveru Kosova koje su podignuli lokalni Srbi traju 19 dana, unatoč ...

Deutsche ... potpuna e

a day ago • 2

Barikade će ali napetost ostaju. Tak