

# Tradicionalni obrti kao osnova razvoja grada i nositelji suvremene materijalne i nematerijalne baštine

---

Budić, Marcija

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:169840>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



**Marcija Budić**

**Tradicionalni obrti kao osnova razvoja grada i nositelji  
suvremene materijalne i nematerijalne baštine**

**Diplomski rad**

**Zagreb  
2022. godina**



**Marcija Budić**

**Tradicionalni obrti kao osnova razvoja grada i nositelji  
suvremene materijalne i nematerijalne baštine**

**Diplomski rad**

predan na ocjenu Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu  
radi stjecanja akademskog zvanja  
magistre geografije

**Zagreb  
2022. godina**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija; smjer: Baština i turizam* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom doc. dr. sc. Lane Slavuj Borčić.

Sveučilište u Zagrebu  
Prirodoslovno-matematički fakultet  
Geografski odsjek

Diplomski rad

**Tradicionalni obrti kao osnova razvoja grada i nositelji suvremene materijalne i nematerijalne baštine**

Marcija Budić

**Izvadak:** Tradicionalni obrti, odnosno preciznije tradicijski i umjetnički obrti su predmet istraživanja ovog rada. Osnovni cilj rada je istražiti kakvu su ulogu imali obrti u razvoju grada nekada te koja je njihova uloga i potencijal u današnje vrijeme. U radu će se kronološki isportretirati i proučiti razvoj i značaj obrta kroz povijest grada s naglaskom na tradicijske i umjetničke obrte. Obrtnički rad je stvorio kulturnu tradiciju Zagreba koja je danas njegova baštinska osnova i dio identiteta. Sukladno tome, cilj rada je i dati osvrt na obrtničku ostavštinu u vidu materijalne i nematerijalne baštine. Jedan od ciljeva je utvrditi mogućnost primjene i razvoja kulturne baštine u funkciji turizma, te sustavnog uključivanja obrtničke tradicije u kreiranje i osmišljavanje turističke ponude Zagreba, kao vrijednog resursa za jedinstveni turistički proizvod. Sukladno definiranim ciljevima u radu će biti korišteni podaci prikupljeni konzultiranjem relevantne znanstvene i stručne literature, kao i oni dobiveni vlastitim istraživanjem putem kartiranja, anketiranja građana i intervju s tradicijskim obrtnicima u svrhu stvaranja potpunije slike današnjeg poslovanja obrta. Na temelju dobivenih rezultata, a uzimajući u obzir gore navedeno, iznesene su mogućnosti za poboljšanje i daljnji razvoj preostalih tradicijskih obrta, kao i njihovu zaštitu i revitalizaciju.

76 stranica, 33 grafička priloga, 12 tablica, 28 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: obrti, tradicijski i umjetnički obrti, kulturna baština, turizam, Zagreb

Voditelj: doc. dr. sc. Lana Slavuj Borčić

Povjerenstvo: doc. dr. sc. Lana Slavuj Borčić  
prof. dr. sc. Laura Šakaja  
doc. dr. sc. Ivan Zupanc

Tema prihvaćena: 11. 2. 2021.

Rad prihvaćen: 10. 2. 2022.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb  
Faculty of Science  
Department of Geography

Master Thesis

**Traditional trades/crafts as the basis for city development and bearers of contemporary tangible and intangible heritage**

Marcija Budić

**Abstract:** The main goal of this paper is to investigate what role did the crafts have in the past, and what that role is today. The paper will chronologically portray and study the development and importance of crafts throughout the history of the city with an emphasis on traditional and artistic crafts that are the main topic of the paper. Craft work has created the cultural tradition of Zagreb, which is today its heritage base and part of its identity. Accordingly, the aim of this paper is to give an overview of the craft legacy in the form of tangible and intangible cultural heritage. One of the goals is to determine the possibility of applying and developing cultural heritage in the function of tourism, and the systematic inclusion of craft tradition in creating and designing the tourist offer of Zagreb as a valuable resource for a unique tourist product. In accordance with the defined objectives, the paper will use data collected by consulting relevant scientific and professional literature, as well as those obtained by own research through mapping, surveying citizens and interviewing traditional craftsmen to create a more complete picture of today's business. Based on the obtained results, and considering the abovementioned, the possibilities for improvement and further development of the remaining traditional crafts, as well as their protection and revitalization are presented in this paper.

76 pages, 33 figures, 12 tables, 28 references; original in Croatian

**Keywords:** crafts, traditional and artistic crafts, cultural heritage, tourism, Zagreb

**Supervisor:** Lana Slavuj Borčić, PhD, Assistant Professor

**Reviewers:** Lana Slavuj Borčić, PhD, Assistant Professor  
Laura Šakaja, PhD, Full Professor  
Ivan Zupanc, PhD, Assistant Professor

**Thesis title accepted:** 11/02/2021

**Thesis accepted:** 10/02/2022

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet, ciljevi i hipoteze istraživanja .....	1
1.2. Metodologija istraživanja.....	2
1.3. Terminološke napomene .....	3
1.4. Pregled dosadašnjih istraživanja .....	4
2. Obrtništvo u Zagrebu kroz povijest .....	5
2.1. Razvoj grada Zagreba i obrta u srednjem vijeku.....	6
2.2. Cehovi – počeci udruživanja .....	7
2.3. Uspon obrtništva u 18. i 19. stoljeću .....	10
2.4. Zagrebačko obrtništvo od ukidanja cehova do modernog doba .....	14
3. Uloga obrta u prostornom širenju grada Zagreba .....	17
4. Obrtništvo grada Zagreba u suvremenom razdoblju.....	19
4.1. Teorijsko određenje tradicije i tradicijskih obrta.....	19
4.2. Klasifikacija obrta danas .....	21
4.3. Prostorni razmještaj obrta u gradu Zagrebu .....	25
4.4. Uloga Grada Zagreba i nadležnih institucija u radu obrta.....	31
5. Obrti kao nositelji nematerijalne i materijalne baštine .....	38
5.1. Zaštita nematerijalne i materijalne baštine .....	38
5.2. Baština kao resurs kulturnog i kreativnog turizma .....	41
5.3. Obrti kao dio kreativnih industrija.....	43
6. Rezultati provedenog istraživanja.....	44
6.1. Rezultati anketnog istraživanja.....	44
6.2. Zaključci iz provedenih intervjuja .....	57
7. Rasprava.....	66
8. Zaključak.....	71
9. Literatura i izvori .....	72
10. Prilozi .....	VI



## **1. Uvod**

Zagreb nastaje kao naselje obrtnika i trgovaca poput većine srednjoeuropskih gradova. Vremenski okvir rada obuhvaća period od srednjeg vijeka do danas prateći razvoj grada i obrta u prostornom okviru današnjeg centra grada. Obrti su utjecali na život grada i njegovih građana, kako u srednjem vijeku kojem pečat daju samouki majstori, tako i u kasnijim stoljećima kada školovanjem i prenošenjem tradicije stasaju nove generacije vještih majstora. Stari obrti svjedoci su vještina i umijeća svih tih generacija, a iako su bili značajan gospodarski čimbenik danas polako nestaju. Zagreb kao kulturološki prostor unutar kojeg obrti djeluju, razvijao se zajedno s obrtima, te je prvi dio rada povijesni prikaz takvog paralelnog razvoja i međusobnih utjecaja. Vremenom ti „stari“ obrti postaju tradicionalni, kao važna sastavnica identiteta grada Zagreba i jedan od njegovih simbola.

### **1.1. Predmet, ciljevi i hipoteze istraživanja**

Tradicionalni obrti, odnosno preciznije tradicijski i umjetnički obrti su predmet istraživanja ovog rada. Osnovni cilj rada je istražiti kakvu su ulogu imali obrti u razvoju grada nekada te koja je njihova uloga i potencijal u današnje vrijeme. Prvi dio rada je teorijsko istraživanje procesa razvoja i svih promjena koje su ga pratile od društvenih, ekonomskih, političkih do urbanih. Drugi dio rada bavit će se istraživanjem obrta u današnjem vremenu i kontekstu. Analizirat će se i suvremena organizacijska struktura i uloga obrta u gospodarskom, kulturnom i društvenom pogledu danas, shodno navedenom cilju rada. Tradicionalni obrti su dio nematerijalne kulturne baštine, te je jedan od ciljeva na temelju prikupljenih podataka i njihove analize utvrditi mogućnost primjene i razvoja kulturne baštine u funkciji turizma, te proučiti je li baština sustavno uključena u kreiranje i osmišljavanje turističke ponude Zagreba. Rad će se baviti i novim, sve popularnijim oblikom kulturnog turizma tzv. kreativnim turizmom. Ovaj selektivni oblik turizma temelji se na autentičnosti i upoznavanju turista s naslijeđem destinacije pružajući mogućnost sudjelovanja u kulturi, te primjeni vlastite kreativnosti. Zaključno će biti predloženi mogući načini i oblici turističke ponude. Predložiti će se i daljnji mogući smjerovi razvoja tradicijskih obrta u gospodarskom smislu.

U istraživanju su postavljene sljedeće hipoteze:

H1: Većina ispitanika tradicijske obrte smatra važnim dijelom identiteta Zagreba.

H2: Ispitanici većinom ne kupuju obrtničke proizvode.

H3: Većina ispitanika nije upoznata i ne zna navesti obrtnike koji nose oznaku Znak tradicijskog, odnosno umjetničkog obrta za proizvod.

## **1.2. Metodologija istraživanja**

Podaci za ovaj rad prikupljeni su iz raznih izvora i različitim metodama. Korišteni su sekundarni podaci dobiveni pregledom stručnih i znanstvenih članaka, te knjiga vezanih za temu rada kao i službenih internetskih stranica relevantnih institucija. U svrhu prikaza nekih brojčanih pokazatelja korišteni su statistički podaci Hrvatske obrtničke komore. Ostali relevantni podaci za rad preuzeti su sa službenih internetskih stranica obrtničkih organizacija koje vode evidencije i registre o obrtima.

U istraživanju su korištene kvantitativne i kvalitativne metode. Istraživanje je provedeno u tri faze. Prvu fazu činilo je kartiranje, drugu anketno istraživanje i treću istraživanje metodom intervjua.

Kartiranje je provedeno od 11. do 25. listopada 2021. godine u najužem središtu grada čije su granice obuhvaćale ulice: Frankopansku, Mesničku, Felbingerove stube, Ulicu Tome Mikloušića, Kaptol, Vlašku, Draškovićevu, Jurišićevu, Amruševu, Ulicu Nikole Tesle i Masarykovu ulicu. Terensko istraživanje je provedeno zbog nepostojanja objedinjenih podataka o strukturi, kategorizaciji i prostornom rasporedu obrta koji danas posluju u Zagrebu. Kartiranjem se došlo do podataka o prostornom rasporedu aktivnih obrtničkih radnji, ali i napuštenih prostora u užem centru grada. Dobiveni podaci bit će vizualizirani uz pomoć GIS *Software-a ArcMap 10.4.*

Anketno istraživanje je provedeno od 15. do 30. studenog 2021. godine na uzorku od 179 ispitanika, internetskim upitnikom putem *Google Forms-a*, među građanima grada Zagreba. Anketa je objavljena u nekoliko *Facebook* grupa tematski povezanih s gradom Zagrebom (*Zagreb, Zagreb u srcu, I to je Zagreb, Zagreb događanja*). Uzorak je neprobabilistički prigodni. Anketa se sastojala od 24 pitanja, od kojih su četiri bila otvorenog tipa, dok su ostala

zatvorenog tipa. Pitanjima od jedan do pet prikupljeni su osnovni podaci o samim ispitanicima. Tri pitanja kreirana su pomoću Likertove ljestvice s graničnim vrijednostima od 1 do 5 gdje su ispitanici mogli odrediti svoj stupanj slaganja s određenom izjavom. Grupa pitanja pružala je mogućnost odabira jednog ili više ponuđenih odgovora. Na tri pitanja pružena je mogućnost potvrdnog ili negativnog odgovora.

Kvalitativno istraživanje provedeno je metodom polustrukturiranog intervjua s tradicijskim obrtnicima, a u cilju stvaranja potpunije slike njihovog današnjeg poslovanja. Polustrukturirani intervjui izabran je kako bi se utvrdili stavovi i mišljenja ispitanika uz veću slobodu odgovora, ali držeći se unaprijed pripremljenih pitanja. Intervjui su bili provedeni kroz studeni i prosinac 2021. godine od strane autorice rada. Izabrani su i intervjuirani neki od tradicijskih i umjetničkih obrtnika – Tomislav Cerovečki (*Kišobrani Cerovečki*), Slađana Štulec (*A shoo*), Mira Petrović (*Zlatarna Popek*), Ivana Puzak Perikić (*Urarski servis Omega*) i Đurđica Vorkapić (*Hippy Garden*). S četiri ispitanika intervjui su provedeni usmenim putem, dok je s jednim proveden pisanim putem elektroničkom poštom.

Nakon analize i interpretacije svih dobivenih podataka u vidu grafikona, tablica, slika, karata, te komentara rezultata ankete i intervjua bit će doneseni zaključci prema postavljenim ciljevima i zadacima istraživanja.

### **1.3. Terminološke napomene**

Predmet istraživanja su tradicijski i umjetnički obrti u Zagrebu, njihov povijesni razvoj i suvremeno stanje. U tom kontekstu potrebno je definirati tradicijske obrte. Oni podrazumijevaju poznavanje zanatskih vještina i umijeća u obavljanju djelatnosti. Djelatnost se obavlja pretežnim udjelom ručnog rada i pri tome se koristi tehnikama proizvodnje koja se oslanja na obrasce tradicionalne kulture. Umjetnički obrti usko su vezani s tradicijskim, ali se proizvodi odlikuju visokom estetskom vrijednošću, dizajnom i likovnim rješenjima uz naglašenu kreativnost i individualnost majstora obrta. Rezultati daljnje analize bit će objašnjeni u jednom od sljedećih poglavlja, s obzirom na problematiku definiranja pojma.

Treba još naglasiti da u kontekstu ovog rada tradicionalni obrti podrazumijevaju svojevrsan nadpojam tradicijskim i umjetničkim, za koje je definicija preuzeta iz Pravilnika o tradicijskim i umjetničkim obrtima (2007).

#### 1.4. Pregled dosadašnjih istraživanja

U prikazu povijesnog razvoja Zagreba i obrta korišteni su podaci iz dijela istaknutih autora toga područja istraživanja: Buntak F. Povijest grada Zagreba (1996), Herkov Z. Povijest zagrebačke trgovine (1987) i Horvat R. Prošlost grada Zagreba (1992) i Povijest trgovine, obrta i industrije u Hrvatskoj (1994). Kao pomoć u snalaženju u opsežnoj dokumentaciji pomogla je monografija Obrtništvo Zagreba: 650 godina tradicije i 120 godina organiziranog obrta (2005) izdana od Udruženja obrtnika grada Zagreba. Ista je davala smjernice kod terenskog istraživanja muzejske i arhivske građe u Zagrebu.

Za potrebe drugog dijela rada koji se bavi suvremenim gradom i obrtima nisu pronađeni radovi čija je tematika usko vezana s temom ovog rada. Konzultirano je nekoliko radova koji se uglavnom odnose na analize raznih projekata, a u kojima su se na neki način pojavljivali tradicijski obrti. Nekoliko radova bavi se nekim od obrađenih tema te u tom pogledu treba istaknuti radove koji se bave istraživanjima u pogledu urbanizma, prostora, strukture naselja, gradova i sl. Vresk definira problematiku industrijalizacije, naselja, naseljenosti, važnosti urbanih sistema i diferencijacije gradskog prostora. Jakovčić se bavi ekonomskim funkcijama i problemom zatvaranja poslovnih prostora u Ilici što je djelomično povezano i s temom rada. Nekoliko radova vezanih za urbanu geografiju također se dotiču određenih prostornih pojava i problema bitnih za obradu teme. Kako su sama tema i ciljevi nametnuli potrebu multidisciplinarnog pristupa korišteni su radovi iz više znanstvenih područja uz već spomenute radove povjesničara treba istaknuti radove vezane za turističku geografiju (E. Rudan, E. Kušen, T. Klarin), kao i D.A. Jelinčić koja se u svojim radovima bavi istraživanjem kulturnog turizma i kreativnih industrija. I. Šestan (2006) bavi se problemima etnološkog definiranja tradicijskih zanata, a slična je tema etnološke tribine o problemima nematerijalnosti prikazane u radu Nikočević i dr., 2012.

## 2. Obrtništvo u Zagrebu kroz povijest

U razvoju srednjovjekovne Europe centralno mjesto zauzima grad, na čiji su razvoj i stalne promjene utjecale razne društvene i političke prilike. Obrt i trgovina glavna su gospodarska obilježja srednjovjekovnog grada. Razvoj obrta i gradova tekao je paralelno stoga je pri analizi teme ta činjenica uzeta u obzir. Današnje bitne funkcije gradova poput ekonomskih, političkih i kulturnih razvile su se kasnije u odnosu na gospodarsku.

Mumford u knjizi *Kultura gradova* iznosi niz teza o tome što je uvjetovalo nastanak gradova u Europi. Između ostalog naglašava da je rani srednji vijek poznat kao period nasilja, sukoba i neizvjesnosti. U takvim uvjetima osnovna potreba stanovništva 10. stoljeća bila je sigurnost i zaštita. Sigurnost se tražila pod okriljem Crkve u kojoj su sačuvani ostaci rimske kulture i znanja (Mumford, 2010). Nakon propasti Zapadnog Rimskog Carstva, Crkva je ostala jedina jaka i opća institucija, pa se život počinje širiti u okolici srednjovjekovnih samostana (Horvat, 1994). Redovnici poučavaju ljude zanatima i gospodarstvu, dok razmjena kućnog obrta namiruje potrebe stanovnika. Zbog stalnih opasnosti gradovi su opasani zidinama koje su štatile stanovništvo i njihovu imovinu od vanjskih prepada. Osim te fizičke zaštite, osiguravale su miran rad zanatlijama koji su i na taj način u gradu bili povlašteni. U to doba vladari su dodjeljivanjem titule „slobodni kraljevski grad“ privlačili u grad nove obrtnike i trgovce nudeći im niz povlastica. Tako povećavaju vlastite prihode, dok građanima nude niz prednosti za život u njemu. U takvim uvjetima u kojima su obrt, trgovina, sajmovi i cehovska udruženja bili pod zaštitom vladara gradovi postaju novi izvor bogatstva, te se u njima počinje koncentrirati ekonomska moć i ljudski resursi (Mumford, 2010). Kako je naglašeno u gradove dolaze obrtnici iz raznih krajeva privučeni mnogobrojnim povlasticama. Neki osnovni oblici urbanizacije nadziru se već u to doba, pogotovo zbog činjenice da građanski status podrazumijeva osobnu pokretljivost tj. pravo na prodaju svog posjeda i odlaska na drugo mjesto (za razliku od kmetova koji su vezani za zemlju). Sigurnost i sloboda kretanja potiču „međunarodnu“ trgovinu, a gradski sajmovi prerastaju u postaje na trgovačkim rutama. Dolazi do formiranja četvrti obrtnika i trgovaca, koje vremenom postaju gradski centri, dok gradsko stanovništvo raste i vodi prema usponu nove građanske klase. Društveni život jača na svim poljima, pa možemo zaključiti da je u nekoliko stoljeća stvoren najviši tip urbane civilizacije u Europi još od rimskog doba (Mumford, 2010). Kako je tekao srednjovjekovni razvoj Zagreba u rečenom kontekstu bit će prikazano u sljedećim poglavljima.

## 2.1. Razvoj grada Zagreba i obrta u srednjem vijeku

Gradec kao svojevrsna preteča današnjeg Zagreba 1242. godine dobiva titulu slobodnog kraljevskog grada dokumentom *Zlatna bula* od tadašnjeg vladara Bele IV. Važnost tog statusa već je objašnjena, te se taj dokument smatra temeljnim zakonom srednjovjekovnog Zagreba. U svom radu Dobronić (1994) pojašnjava Zlatnu bulu prema kojoj je glavna obaveza građana prema kralju utvrditi grad zbog straha od ponovne provale Tatara, što su građani o svom trošku i izgradili. Unutar zidina oblikuje se urbano tkivo s ulicama i trgovima, te stanovnici žive slično kao i drugi mali europski gradovi od obrta i trgovine, udruženi u cehove. Ne postoje opisi ili slike kako je utvrđeni grad točno izgledao (Roksandić, 2012).

Srednjovjekovni sajmovi bili su izrazito bitni za sve stanovnike, obrtnike i trgovce srednjeg vijeka. U prilog tome govori i činjenica da se sajmišno pravo stjecalo kraljevskim poveljama, te su i trgovci i roba bili pod kraljevom zaštitom (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Zagrebački obrtnici izrađivali su svoje proizvode po narudžbi, ali i za prodaju koja se vršila u radionicama i na sajmovima (Herkov, 1987). U sajmene dane i trgovci su mogli prodavati svoju robu, jer u „obične dane“ nisu smjeli dovoziti robu u grad. Strani trgovci su samo u sajmene dane bili konkurencija domaćim cehovskim proizvodima, koje su od konkurencije cehovi štitili ostatak godine. Zagreb je imao tri velika godišnja sajma (tab.1.).

Tab. 1. Srednjovjekovni sajmovi u Zagrebu

Kraljevski sajam	Markov sajam	Margaretski sajam
- Kaptolski trg - dan sv. Stjepana - 20.8. - najstariji	- Markov trg - dan sv. Marka - 25.4. - od 1256. godine - poveljom Bele IV	- ispred crkve sv. Margarete (Podgrađe) - dan sv. Margarete - 13.7. - od 1372. godine

Izvor: Kolar-Dimitrijević i dr., 2005

U sajmene dane grad je bio pun trgovaca koji su pridonijeli razvoju tržišta jer su dolazili iz trgovački razvijenijih krajeva, te su osim robe donosili iskustva, običaje, propise, prokušane mjere i sl. Sajmovi su dakle bili jedan od elemenata koji su utjecali na procvat grada i pridonijeli da Gradec u 14. stoljeću proživi svoje zlatno doba koje više nikada neće dosegnuti (Bilić i Ivanković, 2006).

## 2.2. Cehovi – počeci udruživanja

Prema Mumfordu (2010) udruživanje je važna komponenta koja ljudima pruža sigurnost. Stoljećima su upravo razni oblici udruživanja i međusobnog potpomaganja u svrhu zaštite svojih interesa jedna od glavnih karakteristika obrtništva. Prvi oblik udruživanja bila su vjerska bratstva sva redom pod zaštitom nekog sveca. Ta okosnica ljudskog institucionalnog udruživanja pružala je ljudima utjehu, podršku i štitila članove od raznih nedaća. Bratovštine kasnije prerastaju u viši stupanj udruživanja – cehove, koji nikada neće izgubiti neki oblik vjerskog utjecaja. Kako je ceh usko vezan uz pojam obrta, prateći njegov razvoj, način funkcioniranja i ulogu kroz stoljeća dobiva se uvid u institucionalne okvire u kojima obrti djeluju i danas. Navedeno će u daljnjem tekstu biti objašnjeno na primjeru Zagreba. Cehovi se uzdižu paralelno sa srednjovjekovnim gradovima. Osnovna zadaća ceha kao prve strukovne organizacije je usavršavanje obrtnih proizvoda, zaštita članova od konkurencije i rukovođenje izobrazbom šegрта i pomoćnika (Horvat 1994). U cehove se udružuju obrtnici iste struke ili iznimno više njih sličnih struka. Stoljećima su se organizirali i reorganizirali prema potrebama stanovništva, prateći društveni i tehnološki napredak. Gospodarski razvoj Zagreba bio je dobrim dijelom uvjetovan radom cehova. Prvi registrirani ceh u Zagrebu koji je odobren od kralja je postolarski ceh iz 1466. godine. Iz tablice 2. može se pratiti osnutak i razvoj cehova u Zagrebu kroz stoljeća, s napomenom da u 18. stoljeću s pojavom novih zanimanja dolazi do reorganizacije cehova.

Tab. 2. Nastanak zagrebačkih cehova od 15. do 19. stoljeća

Godina	Gradec	Kaptol
1447.	ceh krojača	
1466.	ceh postolara, udruženi ceh krznara, sedlara, uzdara, remenara	
1480.	ceh sedlara	
1519.	ceh zlatara	
1521.	udruženi ceh ostrugara, bravara, kovača, mačara	
1617.	ceh čizmara, ceh brijača, ceh apotekara, ceh staklara	
1627.		ceh postolara
1637.		udruženi ceh sedlara, remenara, bravara, mačara
1644.	ceh gumbara	
1665.		"Veliki kaptolski ceh" - ceh zlatara i kovača
1667.		ceh krojača
1675.		ceh gumbara
1698.	ceh tkalaca	
1712.		ceh čizmara
1741.		ceh graditelja, klesara, tesara
1847.		ceh klobučara

Izvor: Kolar-Dimitrijević i dr., 2005

Svaki ceh imao je svoja stroga pravila koja su određivala kako se i što proizvodi, određuju se cijene, broj kalfi i šegrta i sl. Ceh dobiva povlastice ili od vladara ili od gradske vlasti što im omogućuje monopol na proizvodnju i prodaju svojih proizvoda. Iako je ta činjenica štitila obrtnike stoljećima, u kasnijim periodima bit će prepreka procesima modernizacije i glavni uzrok ukinuća. Prvi postolarski ceh iz 1466. godine osnivaju Nijemci koji su u Gradecu činili većinu postolara, a po uzoru na njemačke udruge. Kralj Matija Korvin izdao im je ispravu kojom ih stavlja pod svoju zaštitu. Iz nekoliko točaka navedenog dokumenta jasno je vidljivo što povlastica ceha zapravo znači:

- Zagrebački postolari sami će birati svog pročelnika „cehmeštra“, koji rješava sve sporove unutar ceha, a gradsko poglavarstvo ne smije niti jednog postolara pozvati na sud dok se problem ne raspravi unutar ceha.
- Nitko u Zagrebu ne može postati postolarskim majstorom dok ne dokaže cehmajstoru vještinu u obrtu. Novi majstor dužan je položiti pristupninu u cehovsku ladicu.
- Nijedan postolar koji nije član ceha ne smije u Zagrebu obavljati postolarski obrt.



- Nijedan stranac (trgovac ili obrtnik) ne smije u Zagrebu prodavati cipele, niti drugu postolarsku robu osim na godišnjim sajmovima.
- Kralj nalaže gradskom sudcu, gradskim zastupnicima i svom građanstvu da poštuju povlastice postolarskog ceha (Horvat, 1992).

Svakim cehom upravlja cehmeštar koji se svake godine birao na sjednicama. On upravlja imovinom ceha, polaže račune, brine za siromašne i bolesne članove, raspravlja o cehovskim sporovima, te čuva cehovsku škrinju (sl. 1.). U istoj se čuva cehovski novac i isprave koje je ceh dobio od kralja.



Sl. 1. Cehovske škrinje

Izvor: fotografija autorice, Muzej grada Zagreba

Gradski magistrat usko surađuje sa cehmeštrima, jer je o radu cehova ovisio standard građana i sam napredak grada. Osim cehovskih škrinja važno obilježje svakog ceha je i cehovska zastava. Malo je poznata činjenica da je crvka Svetog Marka bila cehovska crkva. Deset zagrebačkih cehova u njoj je imalo svoje posebne oltare koje su morali uzdržavati i uređivati (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005).

### 2.3. Uspon obrtništva u 18. i 19. stoljeću

Krajem 17. stoljeća uočava se preobrazba Zagreba i njegovih srednjovjekovnih obilježja u barokna. Dva barokna stoljeća promijenila su srednjovjekovni Zagreb i utrla put prema razvoju modernog grada (Kolar, 2014). Gradske vlasti mogle su limitirati useljavanje i poticati useljavanje obrtnika u profesijama koje nisu imale tradiciju u gradu (Buntak, 1996). Takvih je u 18. stoljeću u doba sve veće podjele i specijalizacije rada u Europi bilo vrlo mnogo. Obrtnici u novim profesijama bili su uglavnom stranog porijekla. Pojavljuju se novi obrti specijaliziranih struka, što je u cijelom svijetu posljedica napretka znanosti i unaprijeđenih alata i strojeva. Usavršavaju se i neki stari obrti pa se tako stolarski obrt spaja s rezbarskom umjetnošću i nastaje obrt umjetničke stolarije. Krojački i tkalački obrti surađuju, te uz mogućnosti uvoza finog pamuka i vune, proizvode odjevne predmete za rastuću građansku klasu. Kao rezultat novih potreba društva javlja se niz novih obrta kao što su krznari, vlasuljari, brijači, knjigoveže... U Zagrebu se u 18. stoljeću osobito razvija urarstvo. Dok je u 17. stoljeću u Zagrebu postajao samo jedan urar, u 18. djeluju Ignacije Raiff (1734.), Antun Failer (1773.), Benedikt Schwabenbauer (1777.), Tomo Lauther, Antun Geisler, Matija Onitsch. Urarske radnje nalazile su se u Kamenitoj i Dugoj ulici, Ilici i na Harmici (Buntak, 1996). Izrađivali su u tehničkom i estetsko-formalnom smislu vrhunske satove, te bili nadaleko cijenjeni. Najstariji sačuvani sat iz tog doba je djelo Tome Lauthera iz 1776. i čuva se u Muzeju grada Zagreba.



Sl. 2. Najstariji sačuvani sat iz 1776. godine

Izvor: fotografija autorice, Muzej grada Zagreba

Kako je 18. stoljeće poznato kao doba manufakture, u Zagrebu se pojavljuju prve manufakture – pivovare i tiskare. Prvu pivovaru otvara 1740. pivski majstor Franjo Hosz (iz Štajerske), tiskaru 1771. otvara bečki tiskar J.T. von Trattner (Hrvatska tehnička enciklopedija, 2021). U to doba manufakturama se smatraju i kavane. U Zagrebu prvu otvara Leopold Thunn 1748. godine (Zagreb.info, 2018). Kasnije se otvaraju one tehnološki naprednije, a najkarakterističnije i najbrojnije manufakture u Zagrebu bile su one za izradu cigli tzv. ciglenice. Čitav period između 18. i 19. stoljeća u Zagrebu je obilježila gradnja. Nakon velikih požara 1706. i 1731. grade se zidane kuće, te je potražnja za ciglama velika. Nije poznato gdje su se nalazile prve ciglenice, no kasnije su bile smještene na području današnje Trešnjevke. Slijedom toga građevinski ceh bio je posebno poduzetnički orijentiran, što je rezultiralo zajedničkim cehom građevinskih obrtnika 1741. godine. Ceh su činili stolari, tokari, staklari, krovoporivači, tj. svi koji su sudjelovali u stvaranju kompletnih građevina (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021b). Grade se plemenitaške palače, kanoničke kurije, samostanski objekti, rezidencijalne zgrade i zgrade za razne svjetovne i duhovne potrebe. Na tu činjenicu ukazuje i Szabo (1990): „Svu silu zgrada grade tadašnji majstori od kojih je najbolji Bartol Felbinger (1785.-1871.) koji je svojim djelima preobrazio Zagreb.“

Glavni naručitelji arhitekture u to doba su plemstvo i crkva. Crkva unaprjeđuje razvoj obrta i umjetnosti (Horvat, 1994), te za njihove potrebe rade razni obrtnički majstori. Stolarski obrti izrađuju oltare, klupe i ispovjedaonice. Zlatari kaleže, pehare, svijećnjake. Novonastali umjetnički obrti izrađuju orgulje, slike, kipove, i crkvena ruha. Same crkve grade i nadograđuju brojni zidari, tesari, klesari. Jedna od najljepših zagrebačkih crkva – Sveta Katarina, datira iz tog doba. Plemstvo naručuje gradnju reprezentativnih palača. Na temeljima srušenih gradskih zidina grade se nove palače u Visokoj, Demetrovoj i Opatičkoj ulici. Tijekom 18. stoljeća još uvijek se gradi uglavnom na Gornjem gradu, uglavnom zidane stambene zgrade. U Gradecu se posebno ističe trokrilna palača Vojković (sl.3.), izgrađena 1764. koja se smatra najraskošnijom u kontinentalnoj Hrvatskoj u to doba. Bila je reprezentativno stjecište staleške elite, te je služila za potrebe njihove dokolice. Danas se u njoj nalazi Hrvatski povijesni muzej. Nažalost malo se zna o graditeljima tih kuća kao i поблиže o vremenu nastanka. Buntak (1996) navodi da je za samo dvije zgrade poznat graditelj. To su palače u Demetrovoj 7 i Opatičkoj 8 iz 1754. godine koje je sagradio zagrebački zidarski majstor Matija Leonhart.



Sl. 3. Hrvatski povijesni muzej, nekadašnja palača Vojković iz 1764. godine

Izvor: fotografija autorice

Početakom 19. stoljeća obrt i trgovina bili su najjača područja gospodarstva, a obrt glavna grana proizvodnje. Značaj Zagreba kao obrtničkog grada održao se i dalje. Obrtnici rade za potrebe rastućeg gradskog stanovništva. Ugled i dugu tradiciju u Zagrebu imaju i ljevači zvona. Početakom 19. stoljeća radi Antun Schiffrer, a njegova radionica datira iz 15. stoljeća i djelovala je gotovo 500 godina. Najpoznatije djelo je zvono svetog trojstva, tj. „veliko zvono za zagrebačku katedralu“. Njihova zvona čuvaju se i danas u Muzeju grada Zagreba (sl.4.) (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005).



Sl. 4. Crkveno zvono A. Schiffera iz 1835. godine  
Izvor: fotografija autorice, Muzej grada Zagreba

Obrti mnogih struka i dalje su organizirani u cehove (krznari, postolari, kožari...). Obrtnički proizvodi dobivaju nove oblike koje sa sobom nose novo vrijeme. Uz ciglane koje postaju važna grana gospodarstva, u Zagrebu se otvara više manufakturnih radionica od kojih neke nazivaju tvornicama, iako ih takvima u pravom smislu riječi još ne možemo smatrati. U Zagrebu radi jedna svilana, tri pivovare, zvonoljevaonica (jedna od najstarijih i najvećih radionica u Zagrebu), te „tvornice“ duhana, likera, papira... (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Bez obzira na oblik proizvodnje svima je za rad trebao majstor i stručni radnici koji su bili na cijeni.

Promjene u materijalnoj kulturi rezultiraju i promjenama u načinu života, kulturi svakodnevice. Ustaljuje se kavanski život, te ugostiteljstvo uz obrt i trgovinu postaje značajna gospodarska grana. Značajke perioda na prijelazu iz 18. u 19. stoljeće su specijalizacija proizvodnje u obrtima i manufakturama, urbana transformacija i ujedinjenje grada 1850. godine.

Sljedeća važna etapa razvoja događa se 1848. godine ukinućem feudalizma. Mijenja se proizvodni sustav, te nastaju novi robno-novčani odnosi. Zagrebački obrtnici teško se snalaze

u novonastaloj situaciji, te se slabiji obrti gase. Zagreb se i dalje širi i nadograđuje, pogotovo nakon velikog potresa 1880. godine. Uz brojne ciglane u Zagrebu djeluju 23 građevinska poduzeća. Težište razvoja stavlja se na izgradnju lijepih zgrada i trgova u središtu – današnja Zelena potkova. Zagreb je jako gravitacijsko i imigracijsko središte i od 1890. do 1910. bilježi rast od 37 557 stanovnika od kojih 35,87% radi u obrtu i industriji (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Procvatu pridonosi željeznica kojom se doprema roba iz industrijski razvijenijih zemalja. U to doba u Zagrebu se moglo nabaviti gotovo sve što i u Beču te se s pravom naziva „mali Beč“. Od novih obrta jača metaloprerađivački jer je taj kadar neophodan za potrebe strojarnica i popravak vlakova. Sve veći broj bicikla, strojeva, i modernih alata zahtijeva dobre precizne mehaničare. Obrtnici surađuju s novim tvornicama. Obrtništvo se razvija paralelno s tvornicama, a korist je obostrana jer su obrtnici konzumenti sirovina, a tvornice trebaju obrtničke usluge. Primjer takve suradnje je tvornica namještaja *Bothe i Ehrmann*, koja privlači svjetsku pažnju. S njom surađuju mnogi obrtnici drvne, metaloprerađivačke i staklarske struke. Osnovao ju je Eugen Ferdinand Bothe kao trgovinu umjetničkim i obrtnim proizvodima, a 1880-ih prerasta u tvornicu namještaja. Djelatnost tvrtke uključivala je tapetarske radove, uređenje interijera. Opremila i niz javnih prostora: kavanu Corso 1907., hotel Palace 1908., hotel Esplanade 1925. godine (Wish.hr, 2021).

#### **2.4. Zagrebačko obrtništvo od ukidanja cehova do modernog doba**

Cehovi su zakonski ukinuti 1872. godine donošenjem Obrtnog zakona u zajedničkom saboru tadašnje države u Budimpešti. Godine 1851. osnovana je Trgovačko-obrtnička komora koja predstavlja prvu organizaciju obrtnika nakon cehova. Izloženost konkurenciji, trajanje kreditne krize u Beču (1896. godine) i uvoz jeftine industrijske robe sve više sputavaju obrtnike. U Komori dominiraju trgovci pa raste i primat trgovine nad obrtom (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005).

Hrvatsko-ugarski sabor 1884. godine donosi novi obrtni zakon koji je bitan iz više razloga. Njime su „rukotvorni“ obrti prvi puta razdvojeni od „slobodnih“ obrta. Za bavljenje rukotvornim obrtima postoji obaveza strogog osposobljavanja, dok je za slobodni obrt potrebna samo dozvola nadležne obrtne vlasti (gradsko poglavarstvo Zagreba). Na tim osnovama kao što će se vidjeti kasnije u radu klasificirani su obrti i danas. Isti zakon propisuje da u svakom gradu gdje je bilo 100 i više obrtnika čiji je rad bio vezan za osposobljavanje treba osnovati Obrtni zbor. U Zagrebu se obrtnici dugo nisu mogli složiti oko osnivanja, te zbor počinje raditi tek

1891. godine. Zagrebački obrtni zbor najvažnija je službena organizacija obrtnika čiji je rad vezan za osposobljavanje, te i danas djeluje kao Udruženje obrtnika grada Zagreba (udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021a).

U prvim desetljećima 20. stoljeća jača daljnja tendencija organiziranja i povezivanja obrtnika. Prema podacima Udruženja obrtnika grada Zagreba početkom stoljeća u Zagrebu je aktivno 2345 obrtnih radnji (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021b). Obrtnici se organiziraju u zadruge i udruge jer takva organizacija pogoduje specifičnim interesima pojedinih struka. Osnovana je npr. pekarska obrtna zadruga 1904., obrtna postolarska udruga 1906. godine. Nakon dugih priprema 1909. godine počinje gradnja Obrtnog doma, a sve radove izveli su domaći majstori građevinske, tesarske, stolarske, bravarske, klesarske, limarske, ličilačke struke i građevinari, jer su htjeli stvoriti djelo na ponos obrtnika. 1910. zagrebački obrtnici dobivaju svoj Dom na Mažuranićevom trgu. U istoj zgradi danas je Udruženje obrtnika grada Zagreba. Neposredna blizina Trgovačko-obrtničke komore također je jačala suradnju. Povijesne i političke ličnosti tadašnjeg Zagreba podupirale su lokacijsko grupiranje Obrtnog doma, dvije zgrade Trgovačko-obrtničke komore (1914. nova zgrada – danas Rooseveltov trg), Trgovačko-obrtničkog muzeja (1913.), te Obrtničke škole (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Spomenuti muzej otvara svoja vrata za održavanje izložbi praktičnih radova naučnika zaposlenih kod zagrebačkih obrtnika. Tako se na istoj lokaciji susreću svi koji vode brigu o napretku obrta i gospodarstva. Obrtnici inzistiraju na osnivanju posebne Zanatske komore (odvajanje od trgovinske) jer se interesi obrtnika razlikuju od interesa trgovaca i industrijalaca koji vode Trgovačko-obrtničku komoru. Potrebna je ustanova koja će brinuti posebno za napredak obrtništva. Godina 1931. važna je za zagrebačke obrtnike zbog donesenog Zakona o radnjama kojim se Trgovačka komora konačno odijelila od zanatske, te Zanatska komora počinje samostalno djelovati 1933. godine.

Do Prvog svjetskog rata obrtnici Zagreba su zahvaljujući prvenstveno građevinskim aktivnostima bili izrazito jaki. No svjetski rat ima za posljedicu prestanak rada mnogih obrta zbog nestašica sirovina i energije, kao i odlazak obrtnika u rat. Preživljavaju oni koji nešto rade za vojsku (postolari, užari, krojači i sl.). „Prvi svjetski rat zaustavio je razvoj Zagreba, no nakon rata Zagreb se teritorijalno i demografski razvija kao nikad prije“ (Buntak, 1996). Obrtnici koriste svoja znanja za otvaranje malih proizvodnih pogona koji su na granici obrtništva i industrije. Neki se uzdižu u industrijalce, a neki propadaju. Poslije prvih nesnalaženja uvjetovanih nestašicom sirovina i radnika obrt se ipak nakon 1922. ponovo razvija. Jedna od karakteristika obrtničkog rada, međusobno pomaganje, stvaranje dugogodišnjih prijateljstava

posebno je izražena u to doba. Oni se okupljaju u razna sportska, pjevačka i slična društva, izlazi mnogo specijaliziranih novina, te se stvaraju nove društvene mreže. Vodeće pozicije u obrtništvu zauzimaju novi mladi naraštaji svjesni geografske i prometne prednosti Zagreba što uspješno iskorištavaju kao ulazna vrata stranom kapitalu. Novootvoreni Hotel Esplanade (1925.) je postaja *Orijent ekspresa* na putu prema istoku što ukazuje na sigurnost i povjerenje u Zagreb kao grada u usponu.

Uoči Drugog svjetskog rata 1937. u Zagrebu je zabilježeno 5064 obrtničkih radionica. Gospodarski život bio je u znaku političkih promjena i ratnog stanja, što se nepovoljno odražavalo i na rad obrtništva, a sve se teže nabavljao repromaterijal. Uznemirenost zbog svjetskog mira dovodi do nesigurnog poslovanja. Broj obrtničkih radnji stagnira. Pojačan je uvoz robe iz Trećeg Reicha, a obrtnici su ugroženi i velikim sistemima jer ne mogu konkurirati ni kvalitetom ni kvantitetom. 1941. NDH je pokušala organizirati obrt po uzoru na Njemačku. Savez hrvatskih obrtnika kao staleška organizacija svih obrtnika stavljen je u okvir pokreta „ustaša“ (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Sva pažnja posvećuje se ratnom gospodarstvu.

Dostupni podaci iz vremena nakon rata pokazuju da je rat uzrokovao pad broja obrtnika od 20%, a nova vlast stanje još pogoršava ukinućem svih obrtničkih organizacija. Temeljem rješenja NR Hrvatske 1947. zabranjuje rad Savezu udruženja hrvatskih obrtnika, a cjelokupna imovina se nacionalizira. Pritisak je na obrtnike da napuste posao i udruže se u zadruge. Opskrba je racionalizirana, a repromaterijal je moguće nabaviti tek nakon što se zadovolje društvene potrebe (Kolar-Dimitrijević i dr., 2005). Obrtnici ostaju bez ikakvog oslonca na koji su stoljećima naviknuti, a procesima eksproprijacije i nacionalizacije sve najkvalitetnije u obrtništvu prešlo je u društveno vlasništvo.

Događanja 1948. pokreću procese na bolje, te se postupno poboljšavaju uvjeti opskrbe. Nova politička i gospodarska kretanja dovode do toga da 1951. godine Zagreb ima 5550 radnji s 4243 radnika i čak 2737 učenika (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021b). Zanatske komore djeluju sve do 1962. kada su ukinute čime obrtnici ponovo dolaze na margine gospodarskog života. 1964. godine donosi se novi Zakon o zanatstvu, gospodarski sustav zemlje se liberalizira, te obrtnici uglavnom posluju u skladu s gospodarskim uvjetima u zemlji.



### 3. Uloga obrta u prostornom širenju grada Zagreba

Zagreb ima specifičan smještaj između planine i rijeke što je imalo utjecaj na njegov urbani razvoj. Smješten je na križanju srednjoeuropskih komunikacija koje su vodile iz panonskog prostora prema Jadranu (Raukar, 1994). Od svog nastanka pa sve do 19. stoljeća Zagreb je dvojni grad kojem je prirodna granica potok Medveščak. Zapadno od njega su kraljevi posjedi tj. Gradec s titulom slobodnog kraljevskog grada, a istočno je biskupsko središte Kaptol. Upravno je podijeljen na tri jurisdikcije: Kaptol (Kaptol, Dolac, Opatovina, Nova ves i četiri ulice – Pod zidom, Skalinska, Tkalčićeva i Bakačeva), Gradec (Gornji grad i Donji grad), a Vlaška ulica bila je pod biskupskom jurisdikcijom.

Poznato je iz pisanih izvora (13. stoljeće) da su kuće unutar zidina Gradeca grupirane u devet otoka – insuale, koji su okruženi ulicama (Herkov, 1987). Glavni trg bio je kao i danas četverokutnog oblika sa crkvom u sredini (crkva sv. Marka), te je predstavljao žarište života i bio tipični predstavnik javnog prostora (Kolar, 2014). Takav urbani plan nije narušen kroz cijeli srednji vijek. Tek gradnjom palača u 18. stoljeću mijenja se slika grada, a Gradec će izgubiti karakter utvrde i oblikovati današnji izgled.

Pod gradečku jurisdikciju ulazio je prostor Podgrađa, čiji se razvoj odvijao drugačije od naselja po brežuljcima. Glavno obilježje Podgrađa je otvorenost, smjer razvoja istok-zapad, te je važno napomenuti da tim područjem prolaze glavne trgovačke ceste koje su bile važne za razvoj. Kako su prostor naseljavali obrtnici i trgovci, bitno je osvrnuti se i na razvoj tog područja koje je važno za širenje i razvoj grada. Urbanu jezgru Podgrađa činila su tri naselja. Vlaška ves, Šošarska ves (na početku današnje Radićeve ulice) i Lončarska ves (na početku Ilice). Već sama imena ukazuju na zanimanja stanovnika, pa su Šošarsku nastanjivali postolari, Lončarsku lončari dok su u Kožarskoj na potoku Medveščaku bile kožarske radionice i mlinovi. Središte Lončarske vesi bila je crkva Svete Margarete (danas je tamo pravoslavna crkva na Preradovićevom trgu) (Kolar, 2014). Na tom prostoru održavao se do 18. stoljeća jedan od tri velika godišnja sajma (jedini sajam u Podgrađu), a trg je predstavljao javni prostor kao i Markov trg na Gradecu.

Prestankom osmanske opasnosti (sredina 17. stoljeća) gradske utvrde gube svoju svrhu, te se život počinje spuštati u gradsko Podgrađe na prostor današnjeg Donjeg grada. Grad doživljava i urbanu transformaciju tj. promjene funkcija pojedinih dijelova.

Slobodni prostori uz gradske zidine iskorištavaju se za gradnju novih zgrada. S Gornjeg grada obrtnici i trgovci sele u Podgrađe. Gornji grad postupno se transformira u rezidencijalni prostor plemenitaških palača, koji u 19. stoljeću postaje reprezentativni i simbolički dio grada. U Podgrađu prevladavaju gospodarske zgrade, a vrtovi se prostiru od Manduševca do Britanskog trga i dalje (Buntak 1996). Grad se u ovo doba još nije znatnije širio, ali je bio vizualno drugačiji zbog brojnih novih građevina unutar zidina i podno njih. Zagreb se počinje širiti i urbano integrirati nakon 1850. godine kada se tri jurisdikcije ujedinjuju u jedinstveni grad. Prostrani sajmišni trg Manduševac postaje u prvoj polovici 19. stoljeća središtem varoškog predgrađa, te to ostaje do danas (Buntak, 1996). Aktivni centar grada početkom 19. stoljeća postaje Duga ulica (Radićeva). Slijedi izgradnja južne i zapadne strane trga, te Harmica dobiva obilježje zatvorenog trga. Kao što je rečeno trgovina i obrt seli s Gornjeg grada te njihovo središte postaje potez od Markovog trga, Kamenite ulice, Duge ulice do Harmice i Illice. U Donjem gradu grade se nove ulice i trgovi i sve se više oblikuje današnje središte Zagreba. Mnoge su se stvari značajne za urbani razvoj događale upravo u to barokno doba, utječući na stvaranje buduće urbane strukture i funkcionalnog i povijesnog identiteta koje grad ima i danas.

Možemo zaključiti da je spuštanje života u Podgrađe bio najbitniji proces za razvoj i širenje grada (Kolar, 2014). Modernizacija započeta u 18. stoljeću nastavlja se tijekom 19. i 20. stoljeća. Vidljivo je stavljanje naglaska na širenje izgradnje prema rubovima Donjeg grada.

Daljnji razvoj grada tekao je u skladu sa zakonitostima vezanima uz industrijalizaciju (19. i 20. stoljeće). Stalni porast stanovništva i izgrađenost prostora vremenom dovodi do diferencijacije prostora prema funkcionalnim dijelovima npr. četvrti za stanovanje, poslovne zone, zone rekreacije i dr. (Vresk, 1986). Prema istom autoru funkcionalno-prostorna struktura doživljava stalne promjene. Industrijskom revolucijom i porastom gradova nastaje novi sloj gradskih stanovnika – radnici. Radnička naselja koja se u počecima nalaze uz samu tvornicu imaju visok stupanj profesionalne homogenosti, ali su i oštro separirana od ostatka grada (Magdalenić, 1971). Vremenom postaju velika stambena područja bez ikakvih središta društvenog i kulturnog života, tek s najosnovnijim mogućnostima trgovačkih usluga (Vresk, 1986). Funkcionalno, uži gradski centar (Trg bana Josipa Jelačića, Gornji grad, dio Donjeg grada do Trga kralja Tomislava i Britanskog trga) razlikuje se od šireg strukturom sadržaja. Većina poslovnih, kulturnih, znanstvenih, trgovačkih, ugostiteljskih i sličnih sadržaja nalazi se u spomenutom središtu, dok su stanovanje, industrija i njihove popratne djelatnosti smještene na širem području grada (Svirčić, 2002).

#### **4. Obrtništvo grada Zagreba u suvremenom razdoblju**

Iz prikaza povijesnog razvoja obrta u Zagrebu je nedvojbeno vidljiv izravan i neizravan utjecaj obrtnika na razvoj društvenih odnosa, kulturnih standarda, urbanističkog razvoja, te stvaranje ostavštine u vidu materijalne i nematerijalne kulturne baštine grada. U daljnjim poglavljima analizirat će se obrti i njihov rad, kroz razne aspekte u današnjem vremenu koje karakterizira globalizacija, masovna proizvodnja, trend otvaranja brojnih trgovačkih centara i zatvaranja poslovnih prostora u centru, te konstantni pad interesa za obrtna zanimanja.

Kako su tema ovog rada tradicijski i umjetnički obrti treba naglasiti da je prilikom istraživanja bilo nejasnoća i problema oko definicije pojma tradicije i tradicijskih obrta. Kroz dugu povijest svog djelovanja zagrebački obrtnici osmišljavali su uporabne predmete bez kojih danas ne možemo zamisliti svakodnevicu. Svojim radom stvorili su trajne vrijednosti od kojih su neki postali dio materijalne baštine i kao svojevrsna umjetnička djela nalaze se u postavima muzeja. Muzej za umjetnost i obrt posjeduje najveću zbirku obrtničkih proizvoda u ovom dijelu Europe, u Etnografskom muzeju u Zagrebu nalazi se zbirka obrtničkih alata i pribora, Muzej grada Zagreba također u stalnom postavu ima mnoštvo predmeta koje su obrtnici stoljećima koristili u razne svrhe, kao i njihovih proizvoda. Veliki dio uporabnih predmeta izrađenih u zagrebačkim obrtničkim radionicama krasi privatne zbirke ili se i danas koriste u kućanstvima kao uporabni predmeti zbog svoje iznimne kvalitete. Osnova obrtničkog rada uvijek je bila vještina izrade, ali i konstantno osmišljavanje načina da ta vještina i znanje izraze svako novo vrijeme. U proučavanju obrta uvijek treba uzeti u obzir prostor i vrijeme, pogotovo kada proučavamo dugogodišnje djelovanje kao što je slučaj obrtništva na prostoru Zagreba. UNESCO u Konvenciji o zaštiti nematerijalne kulturne baštine naglašava da se nematerijalna baština treba prilagoditi novom vremenu i aktualnim potrebama, ali pazeći da se ne gubi vrijednost. Za razumijevanje teme potrebno je precizno definiranje pojmova kao što su obrt, zanat, tradicijski obrt i sama tradicija.

##### **4.1. Teorijsko određenje tradicije i tradicijskih obrta**

Problematikom definiranja pojma tradicije i tradicijskih obrta bavi se Šestan (2006), te navodi doslovni prijevod latinske riječi *traditio*: predanje, usmena predaja, običaj, pravila ponašanja koja prelaze s pokoljenja na pokoljenje. Autor formulira tradiciju kao nešto što obuhvaća sve što društvo u datom vremenu posjeduje, a što je postojalo i prije nego je došlo u

posjed današnjih nositelja. Međutim, upitno je koje današnje zanate možemo smatrati tradicijskima u takvom kontekstu. Ako krenemo od pretpostavke da je baština proces, a obrti dio baštine, teško ćemo otkriti kako je određeno kulturno dobro, osobito u slučaju nematerijalne kulturne baštine ustvari izvorno izgledalo. Teško je standardizirati kriterije, no mi određeno nematerijalno kulturno dobro prepoznajemo kao izvorno iako smo svjesni nekih promjena ili dodataka (Nikočević i dr., 2012). Tradicijska kultura prije više stoljeća bila je dio svakodnevnice – one kakva danas više ne može postojati jer se zbivala na određenom prostoru u određeno vrijeme i sve manifestacije te kulture imale su svoj smisao u životu tadašnjih ljudi (Horjan, 2009). Kao primjer Šestan (2006) navodi automehaničare koji postoje danas, ali su postojali i u prijašnjim društvima i svaki laik će reći da ih ne smatra tradicijskim obrtima. S druge strane ako pojam tradicijskog obrta izjednačimo samo s onima čije se vještine prenose usmeno, zanemarujemo činjenicu različitih oblika neophodnog školovanja. Problem postoji i u drugoj riječi – zanat, koja je danas praktički izjednačena s pojmom obrt. U samom istraživanju i prikupljanju podataka, pogotovo statističkih, vrlo je teško bilo razdvojiti jedno od drugog. Obrt je tako definiran kao djelatnost kojom se privređuje (obrće kapital), dok je zanat više vezan za vještinu i znanje kojim se nužno i ne mora zarađivati (Šestan, 2006). Međutim, u radu svakog obrta bez obzira na vrstu djelatnosti postoji vještina bilo da se radi o obradi neke sirovine npr. izrada cipela ili pružanju usluga – popravak cipela. Sama tradicija je dinamična, promjenjiva, u stalnom razvoju i često pod raznim utjecajima. Svaka nova faza razvoja nije uvijek doslovno zamjenjivala prethodnu, već se događalo da dvije ili više njih u praksi funkcioniraju paralelno. Primjer je kovački obrt koji razvojem alata prerasta u bravarski, te su zajedno djelovali kao dva različita zanata. Isto tako neki „stari“ zanati nestaju jer se mijenjaju tehnologije i potrebe društva. Paralelno se pojavljuju novi, dok neki nestaju i prije nego što „ostare“ npr. radio i TV mehaničari (Šestan, 2006). Uzimajući u obzir dugu tradiciju zanata u izradi upotrebnih predmeta kao i oblika privređivanja prihvaćanje ubrzanih tehnoloških i društvenih promjena je nužnost.

Uloga tradicije kako god je mi definirali u suvremenim društvima sve se više cijeni i prepoznata je potreba njezinog očuvanja. Međutim, postavlja se pitanje koje od zanata treba štiti i stimulirati za daljnji razvoj i na koji način to ostvariti. Tradicionalne zanate možemo shvatiti kao relikti i smjestiti ih u neku kulturnu prošlost u vidu materijalne ostavštine koju vidamo u muzejima ili kao spomenike. Oni će kao takvi i dalje biti dio identiteta grada.

Međutim, ako želimo da oni gospodarski funkcioniraju u suvremenom društvu (jer okamenjeni u prošlosti ne mogu funkcionirati) moramo im dopustiti prilagodbe (Šestan, 2006).

Tradicionalni zanati i danas poštuju izvornu tehnologiju izrade, ali je nemoguće raditi doslovce kao u prošlosti. Poštujući oblike proizvoda i materijale, izrada se prilagođava potrebama i mogućnostima današnjeg vremena uz poneku inovaciju u tehnici koja nije tolika da se gubi izvorna vrijednost (Nikočević i dr., 2012). U današnje vrijeme uz doslovno i kumulativno poštivanje svih elemenata iz kriterija koji određuju tradicijski obrt takva djelatnost ne bi mogla opstati. Pravilnikom je ostavljeno Komisiji da procijeni koji su elementi i u kojoj mjeri sačuvani za svaki konkretni zanat, a da se još uvijek smatra tradicionalnim. Kao osnova za rad uzeta definicija iz Pravilnika o tradicijskim odnosno umjetničkim obrtima.

#### **4.2. Klasifikacija obrta danas**

Obrt kao osnovni pojam zakon definira kao „samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba, sa svrhom postizanja dohotka ili dobiti, koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu“ (Portal obrtnog registra RH, 2021). Obrti se s obzirom na vještine i potreban stupanj stručne spreme za njegovo obavljanje dijele na slobodne, vezane i povlaštene. Za obavljanje slobodnog obrta potrebno je ispuniti samo opće uvjete za registraciju obrta. Pravilnikom o vezanim i povlaštenim obrtima propisano je koje vještine i stručna sprema su potrebni za obavljanje kojeg obrta (Pravilnik o vezanim i povlaštenim obrtima i načinu izdavanja povlastica, 2008). Tradicijski i umjetnički obrti koji su predmet ovog rada kao vrsta pripadaju vezanim obrtima.

Tab. 3. Uvjeti za obavljanje određenih obrta

Naziv vezanog obrta NKD 2007. (NN br. 58/07)	Naziv zanimanja	Uvjet za obavljanje obrta
Prerađivačka industrija		
Proizvodnja kruha; proizvodnja svježih peciva i sličnih proizvoda te kolača	Pekar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
	Slastičar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Proizvodnja muške odjeće, po mjeri	Krojač muške odjeće	Majstorski ispit
Proizvodnja šešira i kapa	Klobučar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Proizvodnja - šivanje kaputa i jakni od krzna, po mjeri	Krznar	Majstorski ispit
Proizvodnja kovčega i torbi, ručnih torbica	Galanterist	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Proizvodnja obuće po narudžbi i u vrlo malim serijama	Obučar	Majstorski ispit
Proizvodnja čaša i ostalih proizvoda za kućanstvo od običnog stakla i kristala	Staklar	Majstorski ispit
Proizvodnja brava i okova	Bravar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Proizvodnja namještaja	Stolar	Majstorski ispit
Tapeciranje namještaja	Tapetar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Proizvodnja nakita i srodnih proizvoda, osim nakita i proizvoda od srebra	Zlatar	Majstorski ispit
Proizvodnja glazbenih instrumenata	Glazbar	Srednja stručna sprema u trogodišnjem trajanju
Građevinarstvo		
Građenje zgrada (visokogradnja)	Zidar	Majstorski ispit
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane		
Hotel, hotel baština, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani, pansion, guest house s uslugom prehrane, pića, napitaka i slastica	Kuhar	Majstorski ispit
	Hotelijer - ugostitelj	Srednja stručna sprema u četverogodišnjem trajanju i srednja školska sprema (KV, SSS i SŠS)
Slastičarnice u kojima se pripremaju i uslužuju slastice	Slastičar	Majstorski ispit

Izvor: Pravilnik o vezanim i povlaštenim obrtima i načinu izdavanja povlastica, 2008

Da bi tradicijski ili umjetnički obrt stekao taj status, Pravilnikom o tradicijskim odnosno umjetničkim obrtima iz 2007. godine propisano je pod kojim uvjetima i na koji način.

Isti Pravilnik definira tradicijske obrte kao „one za koje je potrebno poznavanje zanatskih vještina i umijeća u obavljanju djelatnosti te koji se obavljaju pretežnim udjelom ručnog rada,

a koji se tehnikama proizvodnje i rada, namjenom, i oblikom oslanjaju na obrasce tradicijske kulture, pa u tom smislu mogu simbolizirati lokalni, regionalni ili nacionalni identitet“ (Pravilnik o tradicijskim odnosno umjetničkim obrtima, 2007).

„Umjetnički su obrti koji se odlikuju proizvodima i uslugama visoke estetske vrijednosti, dizajnom, likovnim i drugim rješenjima uz naglašenu kreativnost i individualnost majstora obrta – umjetnika“ (Pravilnik o tradicijskim odnosno umjetničkim obrtima, 2007).

Odluku o dodjeli uvjerenja o stjecanju statusa tradicijskog ili umjetničkog obrta donosi Odbor za tradicijske odnosno umjetničke obrte na temelju mišljenja Komisije za tradicijske odnosno umjetničke obrte, a svi pod okriljem Hrvatske obrtničke komore. Komisija je stručno tijelo zaduženo za pregled i davanje mišljenja o proizvodu, skupini proizvoda, jednoj ili više usluga za koje se podnosi zahtjev za stjecanjem statusa. Pri tome se osobito razmatra: razdoblje u kojem se obrt obavlja, obrtnička tradicija, broj proizvoda, autohtonost, kvaliteta proizvoda, tehnološki proces, dizajn, funkcionalna upotrebljivost i sl. Komisija posebno skrbi o onim zanimanjima koja s razvitkom industrijske proizvodnje postaju zanemarena ili postupno nestaju. Uslužnim obrtima izdaje se samo uvjerenje a proizvodnim uz Uvjerenje i Znak tradicijskog, odnosno umjetničkog obrta za proizvod.



Sl. 5. Logo umjetničkog i tradicijskog obrta

Izvor: Hrvatska obrtnička komora, 2021a

Uvidom u službene stranice HOK-a izrađena je tablica svih registriranih tradicijskih i umjetničkih obrta u Zagrebu, a koji su prema gornjem opisu ispunili sve uvjete za Uvjerenje. Na navedenoj stranici svi obrti koji su nositelji Znaka i Uvjerenja popisani su s kontakt podacima, te predstavljeni fotografijama, povijesti njihovih vlasnika, specifičnosti proizvodnog procesa, vrstama korištenih tehnika i alata, te korisnim i zanimljivim informacijama koje svim zainteresiranim daju cjeloviti prikaz svakog obrta (Hrvatska obrtnička komora, 2021a).

Tab. 4. Popis umjetničkih i tradicijskih obrta 2021. godine

Umjetnički obrti	Tradicijski obrti		Tradicijski i umjetnički obrti
Danijela Halužan - izrada keramike	Andrea Jukišić - knjigovežnica	Antun Penezić - češljar	Marijan Golub - zlatar
Biserka Jakšić - draguljar	Miljenko Vuk - izrada kožne galanterije	Anita Štulec Zannoti - proizvodnja cipela	Monika Popek - zlatar
Irena Medić - konzervator	Mirza Šabić - krojač	Dubravko Glivetić - drvotokar	Kruno Krznarić - zlatar
Nada Kobali - izrada šešira	Mirjana Tkalcec-Valek - izrada cipela	Vesna Milković - izrada etno odjeće	Džan i Đuro Bashota - zlatari
Dominique Jurić - izrada vitraja	Renato Bočak - izrada cipela	Vesna Murtić - frizerski obrt Kincl	Josip Tržec - metal-ljevanje
Tea Jagarinec - zlatar	Sanja Opačak - proizvodnja paprenjaka	Radovan Šafrić - izrada torbi	
Mario Nokaj - zlatar	Slavica Horvat - pečar	Silvijo Lončarić - galanterist	
	Josipa Cahun - izrada šešira	Tomislav Petković - izrada tekstilne i kožne galanterije	
	Milan Matijević - soboslikar	Nenad Ružić - glazbar	
	Franka Vatovac - izrada svijeća	Zlatko Prosinečki - građevinski obrt	
	Boris Skomina - izrada torbi	Marijan Hudetz - kartonaža	
	Damir Marković - izrada okvira	Andrea Novak-Barišin - izrada keramike	
	Dalibor Lebarović - urar	Krešimir Cerovečki - izrada kišobrana	
	Ivan Puzak - urar	Marija Radić - knjigovežnica	
	Vlado Crkvenac – zlatar	Tajana Klanac - knjigovežnica	

Izvor: Hrvatska obrtnička komora, 2021a

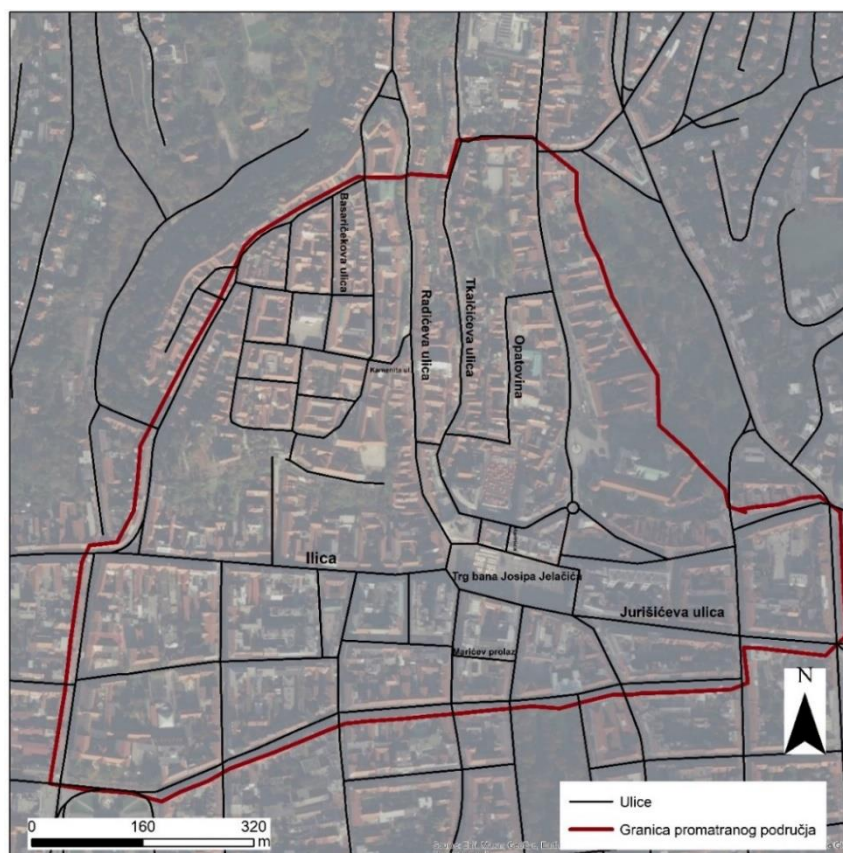
Kao što je rečeno obrti koji su nositelji Znaka i Uvjerenja ispunili su uvjet pridržavanja tradicije, a finalni proizvodi odlikuju se visokim estetskim i kreativnim rješenjima. Namjera je da se tim priznanjem potakne osviještenost za te vrijedne proizvode, da se potakne sve razine vlasti i turističku zajednicu da pomognu očuvanju, njegovanju i prepoznatljivosti obilježja tradicionalne odnosno umjetničke obrtničke kulture. Certifikat osim što može biti dobar marketinški alat, omogućava svojim nositeljima neke pogodnosti. Vrijednost inicijative prepoznalo je i Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja koje omogućava nositeljima Znaka dodatne bodove prilikom podnošenja zahtjeva za stjecanje bespovratnih poticajnih sredstava u sklopu programa „Poduzetnički impuls“.



### 4.3. Prostorni razmještaj obrta u gradu Zagrebu

Današnji centar možemo okarakterizirati kao multifunkcionalni zbog velike izmiješanosti i raznolikosti sadržaja. Imajući u vidu sve navedeno normalno je svakodnevno migriranje velikog broja stanovnika u centar. To stvara brojne probleme u vidu prometne zagušenosti, manjka infrastrukture, problema parkiranja, zagađenosti i sl. Kako bismo iz te šarolikosti sadržaja izdvojili obrte koji su tema ovog rada izvršeno je kartiranje i terensko promatranje u svrhu prikaza prostorne koncentracije aktivnih obrta, ali i zatvorenih poslovnih prostora.

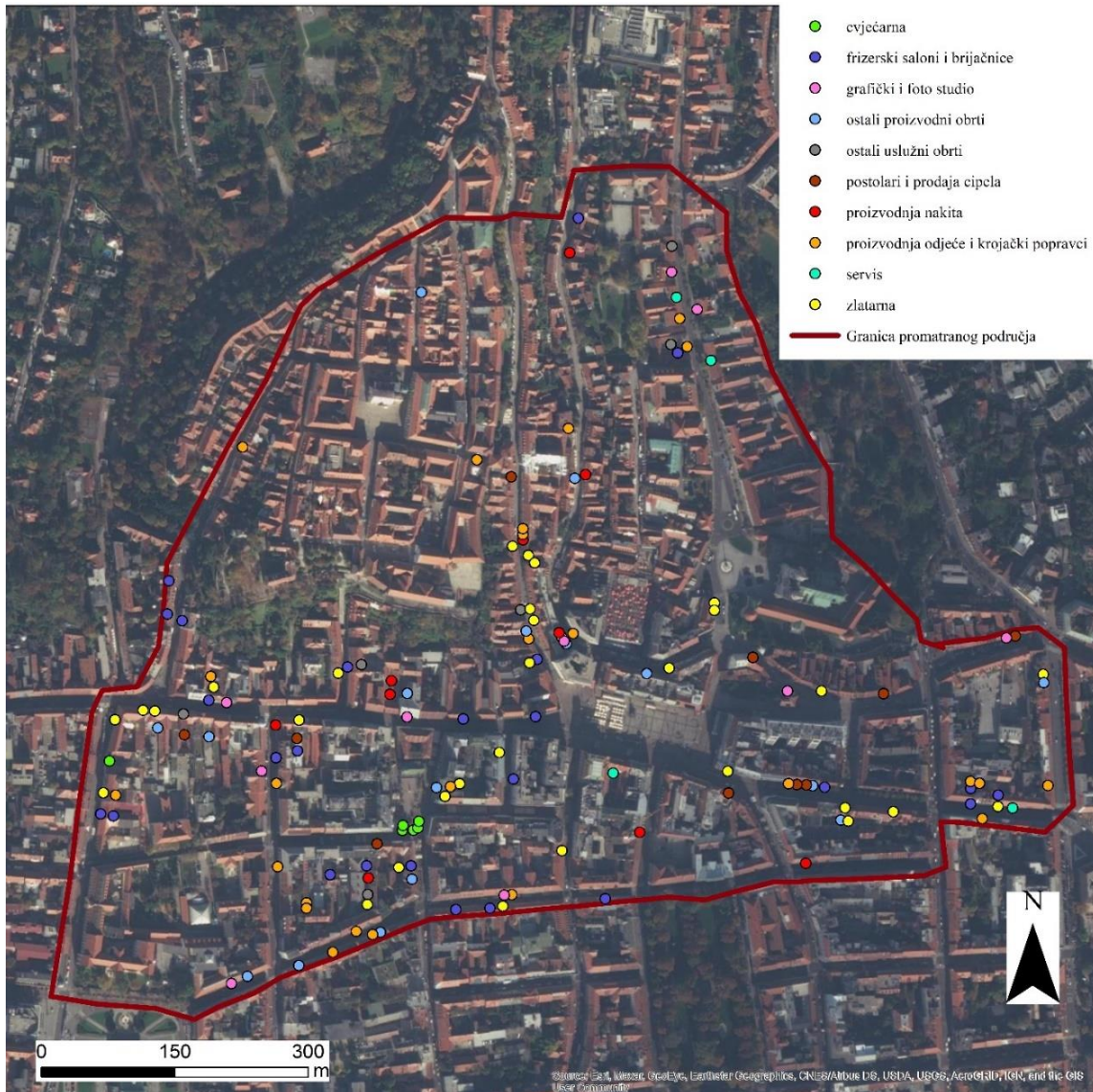
Kartiranje je provedeno od 11. do 25. listopada 2021. godine od strane autorice. Isto je bilo potrebno jer je pri istraživanju teme uočeno da ne postoje objedinjeni i sistematizirani podaci o strukturi, kategorizaciji i prostornom rasporedu obrta koji danas postoje u Zagrebu. Da bi se došlo do navedenih podataka bilo je potrebno fizički obići svaku ulicu unutar promatranog prostora (sl. 6.) istraživanja kao i pripadajućih dvorišnih prostora u kojima također postoje brojne radnje.



Sl. 6. Ulice užeg centra Zagreba

Izvor: ESRI, 2021; Geofabrik, 2021

Prikaz prostornog razmještaja aktivnih obrta prikazan je na sl. 7. Unutar prostora kartiranog prostora aktivno je 143 obrta. U aktivne obrte uračunati su i tradicijski i umjetnički kako bi se dobilo točno brojno stanje. S obzirom da su isti tema rada izrađena je posebna karta (sl. 9.) na kojoj su izdvojeni, a radi boljeg pregleda njihovog prostornog razmještaja.



*Servisi\** - pisaćeg pribora i nalivpera (1), malih kućanskih aparata (1), šivaćih strojeva (1), žičanih glazbala (1)

*Ostali uslužni obrti\** - praonice, kemijske čistionice, pegleraj rublja (3), urari (2), pogrebno poduzeće (1)

*Ostali proizvodni obrti\** - uokvirivanje slika i goblena (4), izrada proizvoda od kože (3), brusionica i proizvodnja ključeva (3), krznarije (3), klobučari (2)

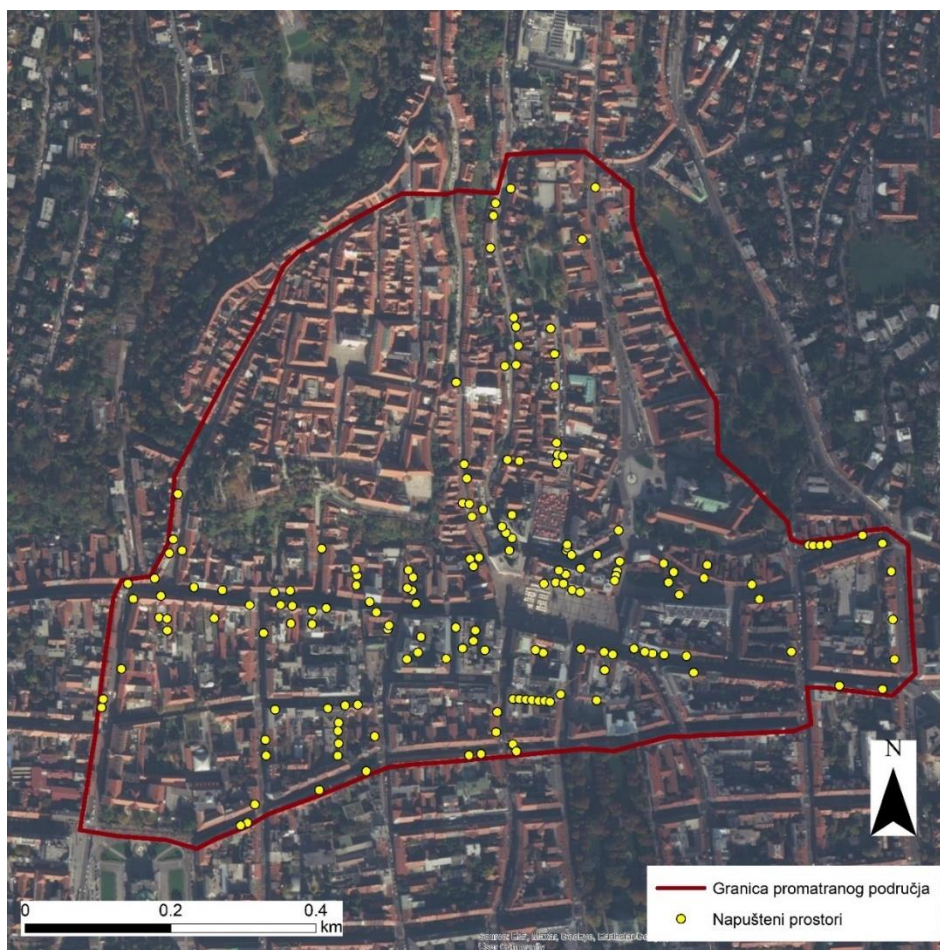
Sl. 7. Prostorni razmještaj aktivnih obrta u centru Zagreba

Izvor: ESRI, 2021

Promatrajući kartu odmah je vidljiva razlika u broju i razmješčaju obrta na Gornjem i u Donjem gradu. Na Gradecu kao staroj jezgri grada Zagreba danas su preostala samo 2 obrta, a to su Modni salon *Dora* u Kamenitoj ulici i prodavaonica kožnih proizvoda *Koza* u Basaričekovoj ulici. Najveća koncentracija obrta je u ulicama koje su ujedno i najpopularnije među turistima kao što su Tkalčićeva, Radićeva, Jurišićeva i Ilica.

Što se tiče kategorizacije prema djelatnostima, obrti su za potrebe rada svrstani u grupe prema srodnim djelatnostima te označeni različitim bojama.

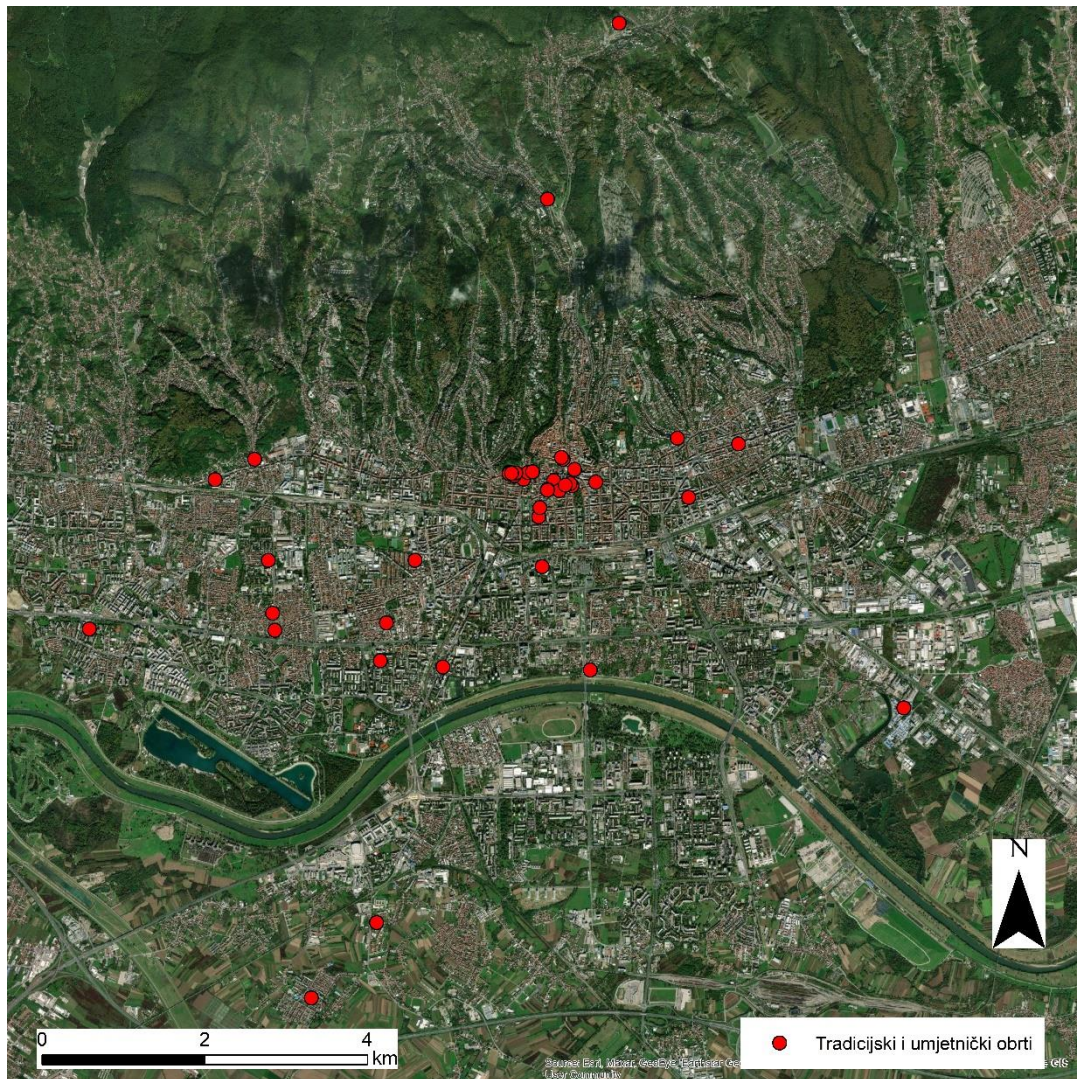
Na promatranom području brojčano prevladavaju zlatarne (30), zatim slijede proizvodnja odjeće i krojački popravci (26). Nakon njih najbrojniji su frizeri kao uslužni obrt (25) koji su lokacijski raspoređeni uglavnom u Ilici i okolnim ulicama. Iznenađujuće je mali broj postolara (10) s obzirom na dugu tradiciju i nekadašnju brojnost i značaj u Zagrebu. Najmanji broj obrta na ovom području odnosi se na razne servise i cvjećare, uz napomenu da u obzir nisu uzeti obrti koji nisu bitni za temu rada (ugostiteljski objekti, mjenjačnice, pekare i sl).



Sl. 8. Prostorni razmještaj zatvorenih poslovnih prostora u centru Zagreba

Izvor: ESRI, 2021

Napuštenih poslovnih prostora na kartiranom području je 165 (sl.7.). Komparirajući s prethodnom slikom vidi se da je na istom prostoru više zatvorenih prostora nego aktivnih obrta. Iznimno je velika koncentracija praznih prostora na samom Trgu bana Josipa Jelačića, Marićevom prolazu, Harmici kao i Opatovini na kojima aktivnih obrta gotovo i nema. Ilica kao glavna trgovačka ulica grada Zagreba iznenađuje velikim brojem zatvorenih prostora.



Sl. 9. Prostorni razmještaj umjetničkih i tradicijskih obrta u gradu Zagrebu

Izvor: ESRI, 2021; HOK, 2021

Za izradu karte na sl. 9. korišten je popis umjetničkih i tradicijskih obrta s pripadajućim adresama s internetske stranice Hrvatske obrtničke komore. Od 42 obrta većina ih se nalazi u centru grada, dok je manji dio na širem gradskom području i Podsljemenskoj zoni.

Prilikom kartiranja kao što je prikazano uočen je veliki broj praznih i napuštenih poslovnih objekata. Bilo je teško razlučiti koje djelatnosti su se u navedenim prostorima obavljale, ali je

jasno da su i obrtničke radionice dijelile sudbinu svih ostalih. Kako ne postoje statistički podaci za ilustraciju uzeti su podaci iz radova Jakovčić (2006) i Radeljak-Kaufmann i dr (2020) koji se bave problematikom i istraživanjem napuštenih poslovnih prostora u Zagrebu. Iako svaki rad proučava različita područja, poveznica je Ilica koja je barem djelomično kartirana u svakom od radova. U strukturi zatvorenih prostora u Ilici 2006. godine dominira zlatarstvo (38,9%), slijede postolari (19,05%), te krojači (14,29%) (Jakovčić, 2006). Jedna od zanimljivosti Ilice su dvorišta u kojima je isto veliki postotak praznih prostora (Radeljak Kaufmann i dr., 2020). Pri vlastitom kartiranju uzeti su u obzir i ti prostori. Visoka razina zatvaranja obrta potvrđuje tezu o „nestanku“ proizvodnih obrta.

Čitavi dijelovi su zapušteni i devastirani iako su u samom centru. Ulice poput Tkalčićeve, Radićeve, Ilice koje su bile pune obrtničkih i trgovačkih radnji danas propadaju. Neka pročelja su obnovljena (uglavnom zbog ugostiteljskih sadržaja) pa se izgled samih kuća, dvorišta, zapuštene infrastrukture i javnih prostora ne zamjećuje na prvi pogled. Ako uzmemo u obzir činjenicu da je lokacija u središtu grada važna jer na malim površinama omogućuje veliku efikasnost poslovanja (Vresk, 1986), postavlja se pitanje što je dovelo do ovakvog stanja. Neki autori navode da sama atraktivnost i potencijalna profitabilnost takvih lokacija dovode do ugrožavanja i pretvorbe javnih prostora i zaštićene baštine u privatne, te ih svodi uglavnom na tržišnu dimenziju (Svirčić, 2002). Današnje središte je povijesno naslijeđeno, te samim time zahtijeva revitalizaciju koja između ostalog podrazumijeva obnovu stare gradske jezgre kao mjesta života. Nemoguće je utvrditi točne razloge ovakvog stanja, pa su u daljnjem tekstu izdvojeni samo neki od njih koje navode autori koji se bave tom tematikom.

Nakon Domovinskog rata, pogotovo ulaskom Republike Hrvatske u Europsku Uniju javlja se trend otvaranja brojnih novih trgovačkih centara, te nastaju novi oblici trgovine (internetska prodaja, specijalizirani hipermarketi). To zasigurno smanjuje broj poslovnih objekata u središnjem dijelu grada što potvrđuju i slike zatvorenih poslovnih objekata. Osim spomenutih trgovačkih centara koji su doveli do suburbanizacije maloprodaje, postoji problem neriješenih imovinsko-pravnih odnosa uglavnom kao rezultat procesa denacionalizacije (Jakovčić, 2006). Na napuštanje gradskih središta utjecali su i faktori kao što su promjene u mjestu stanovanja, u stavovima i očekivanjima potrošača, promjenama razine kupovne moći i povećana pokretljivost (Pacione, 2003 prema Jakovčić, 2006). Prisutan je proces depopulacije i porast starijeg stanovništva (jednočlana domaćinstva) što sve više karakterizira povijesnu jezgru (Radeljak Kaufmann i dr., 2020). Nameće se pitanje kako se nositi s problemom zatvaranja, kako revitalizirati zapuštene dijelove grada i vratiti život u centar. Svjedoci smo da se obično

obnavljaju samo neke građevine od povijesne važnosti ili prema potrebama privatnih investitora što nije dovoljno za vraćanje života u središte grada. Kako se i drugi gradovi bore s tim problemom Jakovčić (2006) navodi primjer okvira koje je razvilo britansko Ministarstvo okoliša, a koji su neke zemlje prihvatile. Okvir se sastoji od tzv. *Četiri A*:

1. *Accessibility* – pristupačnost
2. *Attractions* – atrakcije, atraktivnost
3. *Amenities* – sadržaji
4. *Action* – djelovanje, akcija

Pristupačnost se odnosi na osiguravanje jednostavnosti pristupa tj. funkcionalnim javnim prijevozom, proširenjem pješačkih zona i rješavanjem problema parkiranja. Atrakcije se odnose na stvaranje ugodnog okruženja za kupnju što svakako nisu oronuli i stari objekti. Sadržaji se odnose na osiguravanje konkurentnosti spram trgovačkih centara. Trgovački centar postao je osim kupovine i atrakcija, zabava i aktivnost u slobodno vrijeme (Radeljak Kaufmann i dr., 2020). Takvim novim navikama potrošača teško je konkurirati, ali prema navedenom britanskom okviru može se povećati udobnost kupovine u pogledu sigurnosti, dobre infrastrukture (npr. zaštita od vremenskih nepogoda, dobro osvjetljenje, obnova fasade i sl.). Prednost je centra Zagreba što je ono u svijesti građana ipak tradicionalno područje kupovine. Ljudi stvaraju emocionalne veze s takvim mjestima, te i danas obrte povezuju s „duhom starih vremena“, iako iz iznesenog objektivno to i nije tako. Akcija se odnosi na samu provedbu svega navedenoga kako bi se ostvario cilj, a to je oživljavanje grada i obnavljanje aktivnosti primjerenih gradskom životu tj. povratkom „života gradu“ (Klarin, 2018). Za realizaciju je između ostalog potrebno sudjelovanje građana, jer oni su kreatori i potrošači urbanog prostora. Građane treba uključiti u javne rasprave, natječaje, referendum, te ih potaknuti na aktivno sudjelovanje u procesima urbanog upravljanja. Fizički aspekt obnove (prenamjena, rušenje ili sanacija) zahtijeva multidisciplinarni pristup jer je potrebno poštivati urbane, konzervatorske, ekonomske, ekološke i sl. zakonitosti. Takva sveobuhvatna strategija ne može se provesti bez djelovanja svih slojeva vlasti, te javnih i privatnih aktera što u Zagrebu nikako ne funkcionira. Nepostojanje jasne strategije urbanog razvoja kao problem navodi i Radeljak Kaufmann i dr., (2020). Kako je centar grada prostor u kojem se odvija svakodnevni život većine građana i kako je zona kretanja svakog turista, revitalizacija tradicionalnih radionica kao identifikatora centra doprinijelo bi oživljavanju gradske jezgre.

Za revitalizaciju povijesne jezgre jednako je bitna fizička obnova, kao i revitalizacija društvenog života, koji je na marginama u ovom dijelu grada. U tom smislu Grad je prepoznao

uspješan projekt *Ilica Q'art* kojemu je uz Grad glavni pokrovitelj Ministarstvo kulture i medija. Činjenica je da je prepoznat i hvaljen od šire javnosti kao i sudionika. Nastavno na prethodni tekst u kojem je prikazano trenutno stanje povijesne jezgre grada koja propada urbano, estetski i društveno, ovaj projekt ima cilj dugoročno promijeniti urbano iskustvo kroz društveno djelovanje umjetnika, udruga, obrta i građana zajednice (Projekt Ilica, 2021). Partnerstvom svih sudionika pokušava se transformirati napuštene prostore u Zagrebu (konkretno Ilici). Projekt je usmjeren na istraživanje zapuštene infrastrukture s ciljem stvaranja strateških smjernica za djelovanje i osmišljavanju modela realizacije. Sastavni dio projekta su festivali koji se organiziraju u Ilici nekoliko puta godišnje ujedinjujući obrtnike i umjetnike kroz izložbe, prezentaciju proizvoda, edukativne radionice i sl. Cijelim projektom želi se osvijestiti javnost kako pojedinac i društvo mogu unaprijediti život u zajednici.

#### **4.4. Uloga Grada Zagreba i nadležnih institucija u radu obrta**

Grad Zagreb prepoznao je važnost pomaganja obrtnicima u očuvanju tradicije tj. obrta kao važne sastavnice zagrebačkog identiteta. Pokušava osigurati uvjete za njihov rast i razvoj te osvijestiti zajednicu da samo trajan rad neke struke znači i njegovu trajnu prisutnost u razvoju neke sredine. Ta suradnja rezultira mnogim uspješnim projektima za popularizaciju i afirmaciju obrtništva, te se očituje kroz osiguranje financijskih potpora, raznih sufinanciranja, omogućavanja povoljnijih uvjeta kreditiranja obrtnika, potpora promidžbenim aktivnostima, popularizaciju obrtnih zanimanja i edukaciju (Grad Zagreb, 2021).

Kod tradicionalnih obrta problem je što je riječ o malim, niskodohodovnim obrtničkim radionicama, te je teško doći do kapitala za nove tehnologije i modernizaciju poslovanja što je danas uvjet opstanka. Grad Zagreb donio je u tu svrhu „Program poticanja razvoja obrta, malog i srednjeg poduzetništva u Gradu Zagrebu 2019.-2023.“. Do danas je kroz program utrošeno 450 milijuna kuna, a od toga znatan dio na rast i razvoj obrtništva. Mjera 1.2. navedenog Programa „Očuvanje i razvoj obrtničkih djelatnosti“ čiji je nositelj Gradski ured za gospodarstvo, energetiku i zaštitu okoliša, a sunositelji Hrvatska obrtnička komora, Obrtnička komora Zagreb i Udruženje obrtnika grada Zagreba, ima za cilj dodjelu bespovratnih poticajnih financijskih sredstava (program poticanja razvoja obrta, malog i srednjeg poduzetništva u Gradu Zagrebu 2019.-2023., 2019). Potpore su namijenjene obrtnicima s posebnim naglaskom na one koji obavljaju tradicijske, deficitarne i proizvodne obrtne djelatnosti. Natječajem obrtnici mogu dobiti od 10 000 do 30 000 kuna za nabavu opreme, uređenje prostora, edukaciju

i promociju. Za tu svrhu u Proračunu Grada Zagreba za 2021. osigurano je 17 milijuna kuna (Grad Zagreb, 2021). Kroz ovu mjeru od 2004. godine dodijeljeno je više od 8500 potpora u iznosu od 120.1 milijuna kuna, te je tako mnogim radionicama omogućen opstanak i zadržavanje zaposlenih (Grad Zagreb, 2021).

Osim za razvoj novih tehnologija te ulaganja u modernizaciju što je uvjet opstanka, potpore su osmišljene i za edukaciju obrtnika, njihovih zaposlenika i učenika na praktičnoj nastavi kod obrtnika. Kontinuirano unapređivanje znanja i vještina, te praktički cjeloživotno učenje održavali su rad obrtnika stoljećima. I u ovom slučaju Grad prepoznaje važnost ulaganja u edukaciju u obrtničkim zanimanjima. Obrtnicima često nedostaju znanja i poduzetničke vještine za primjenu novih tehnologija kao i kompetencije nevezane za samu djelatnost obrta. U sklopu Poduzetničkog centra koji je zamišljen kao potporna institucija poduzetništvu grada Zagreba, osnovan je *Plavi ured*. Na taj način svim poduzetnicima pa tako i obrtnicima osiguran je cijeli niz besplatnih edukacija i savjeta.

Uviđajući potrebe obrtnika Grad Zagreb je kao partner HOK-u i OKZ-u pokrenuo dvojezičnu digitalnu platformu u prilagodljivom web dizajnu – *Zagreb Crafts*. Njome se promoviraju tradicijski i umjetnički obrti Zagreba. Obrtnicima je omogućeno da na moderan i lako dostupan način prezentiraju svoje proizvode i usluge, te tako sudjeluju u turističkoj ponudi Zagreba. Cilj čitavog projekta je promocija i očuvanje tradicijskih, deficitarnih i umjetničkih obrta, te povećanje njihove konkurentnosti i veća komercijalizacija proizvoda. Platforma predstavlja certificirane, ali i necertificirane tradicijske i umjetničke obrte s područja Grada Zagreba i Zagrebačke županije na način da svaki od njih ima svoju zasebnu podstranicu na kojoj je predstavljen obrt, njegova tradicija, osnivači, naslijeđeni proces izrade proizvoda, kao i sami proizvodi. Uključene su i galerije fotografija, te je posjetiteljima ponuđena kontakt forma putem koje mogu postavljati upite, naručivati proizvode *online*, a oznaka lokacije na *Google* karti olakšava pronalaženje adrese, što olakšava snalaženje turistima. Proizvode obrtnika sa platforme moguće je kupiti i u istoimenoj trgovini u sklopu prostora Matice hrvatskih obrtnika, Ilica 49.

Grad Zagreb je u suradnji s HOK-om i OKZ-om suorganizator *Zagrebačkog obrtničkog sajma* koji ima za cilj promociju obrtničkih zanimanja među učenicima osnovnih škola kako bi se odlučili za obrtnička zanimanja putem neposrednog kontakta s obrtnicima i upoznali njihov način rada. Sajam je od 2017. uvršten u Program organizacije manifestacija od gospodarskog interesa za grad Zagreb. 2021. održan je peti po redu. 2019. sajam je posjetilo više od 7000 osnovnoškolaca iz 100 škola Zagreba i Zagrebačke županije.





Sl. 10. Promotivna suradnja Grada Zagreba i Obrtničke komore Zagreb (2022. godina)

Izvor: fotografija autorice

Na razini Grada u školskoj godini 2003./2004. ustanovljena je stipendija s ciljem poticanja upisa učenika u trogodišnje strukovne programe obrazovanja, a od 2021./2022. i učenike četverogodišnjih škola te studente deficitarnih zanimanja. Do 2020. stipendirana je 1812 učenika. Gradonačelnik svake godine utvrđuje deficitarna zanimanja prema prijedlogu gradskog upravnog tijela nadležnog za obrazovanje. Za školsku godinu 2021./2022. utvrđena je lista deficitarnih zanimanja za potrebe obrtništva u Gradu Zagrebu kako slijedi: alatničar, armirač, autolakirer, autolimar, bravar, dimnjačar, elektroinstalater, elektroničar-mehaničar, fasader, instalater kućnih instalacija, keramičar-oblogač, krojač, krovopokrivač, izolater, ličilac-soboslikar, mesar, monter suhe gradnje, pekar, plinoinstalater, podopolagač, staklar, tesar, tokar, vodoinstalater, zidar. Za školsku godinu 2021./2022. predviđeno je 168 stipendija za deficitarna zanimanja i to 114 za učenike, 54 za studente.

Govoreći o potrebi obrazovanja za deficitarna zanimanja važno je spomenuti i vrlo primijećenu medijsku kampanju pod motom *Gdje su ruke ima i struke* koja promovira strukovna zanimanja, kao i unaprjeđenje znanja, vještina i kompetencija u odrasloj dobi. Zanimljivim reklamnim spotom Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta mladima se želi predstaviti važnost obrtničkih zanimanja. Koliko je obrtništvo važno za gospodarstvo pokazuje i činjenica da je u Republici Hrvatskoj 80 000 aktivnih obrta (2019. godine) zaposleno 200 000 ljudi što je 13% ukupne radne snage zemlje (Tportal.hr, 2019).



Sl. 11. Reklamna kampanja za strukovna zanimanja

Izvor: Klesarska škola, 2021

Glavni partneri Gradu u aktivnostima vezanima za unaprjeđenje obrta već su spomenuti Hrvatska obrtnička komora, Obrtnička komora Zagreb i Udruženje obrtnika grada Zagreba. Oni predstavljaju tri razine na kojima obrtnici organiziraju svoj strukovni rad. Zajedno čine jedinstveni sustav institucionalnog organiziranja obrta i u daljnjem tekstu ukratko će biti prezentiran njihov rad.

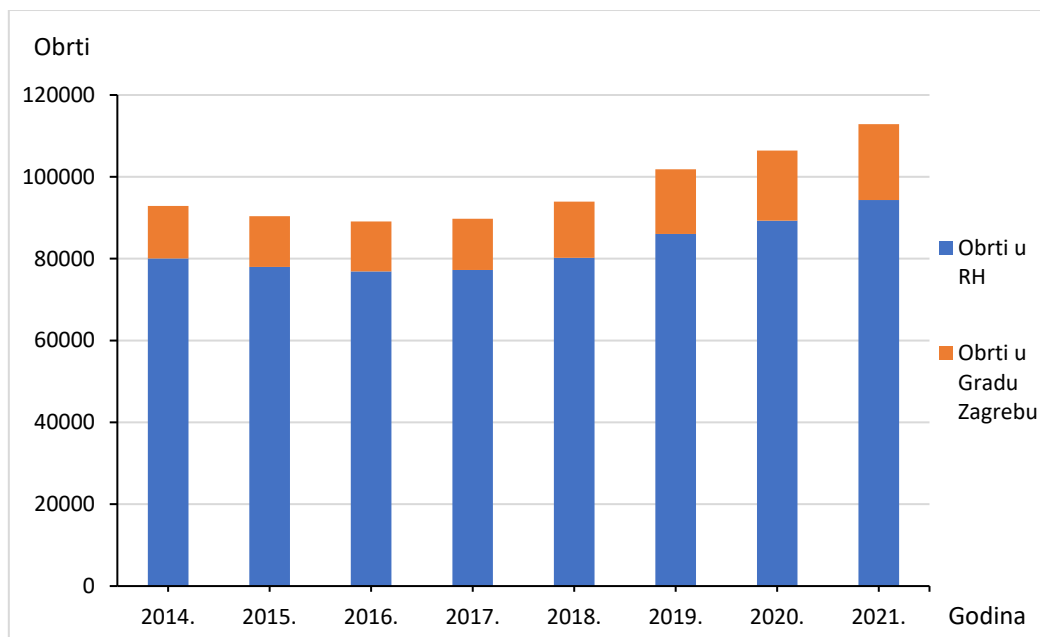
Prema Zakonu o obrtu (2020.) Udruženje obrtnika predstavlja osnovni oblik udruživanja obrtnika, a članstvo je obavezno i stječe se na dan dobivanja rješenja o otvaranju obrta. Na razini Udruženja na području Zagreba djeluje njih pet (Udruženje obrtnika grada Zagreba, Udruženje trgovaca Zagreb, Udruženje ugostitelja Zagreb, Udruženje autotaksi prijevoznika grada Zagreba i Udruženje prijevoznika Zagreb). Za temu ovog rada važno je upoznati rad Udruženja obrtnika grada Zagreba koje ima 31 sekciju i 6 cehova među kojima i ceh tradicijskih i umjetničkih obrta (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021a). Predsjednik Udruženja Antun Trojnar ističe kako Udruženje okuplja oko 7000 obrtnika proizvodnih i uslužnih djelatnosti, te

da je to Udruženje najveće na području Republike Hrvatske i u njega je učlanjeno 60% svih obrtnika grada Zagreba (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021a). Aktivnosti udruženja uključuju promicanje, usklađivanje, zastupanje i predstavljanje zajedničkih interesa članova Udruženja pred tijelima lokalne samouprave, drugim tijelima i organizacijama. Također, sudjeluje u aktivnostima vezanima uz prijedloge u donošenju zakona i propisa vezanih za obrtništvo, zastupa interese obrtnika, organizira nastupe i posjete obrtničkim sajmovima u zemlji i inozemstvu, organizira promidžbene manifestacije, modne revije, humanitarne akcije, stručna predavanja itd. (Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021a). Važna je i njegova uloga zbog pomaganja obrtnicima u pravnim i financijskim pitanjima pri vođenju obrta.

Hrvatska obrtnička komora (HOK) je samostalna stručno-poslovna organizacija obrtnika osnovana radi promicanja, usklađivanja i zastupanja zajedničkih interesa obrtništva. Zastupa obrtnike pred drugim državnim tijelima u zemlji i inozemstvu. Članstvo u komori je obavezno za sve obrtnike koji na području Republike Hrvatske obavljaju obrt (Hrvatska obrtnička komora, 2021b). Cehovi HOK-a okupljaju istosrodne cehove područnih obrtničkih komora, a cehovi područnih obrtničkih komora okupljaju cehove udruženja obrtnika. Na razini HOK-a postoji 9 cehova i 13 sekcija.

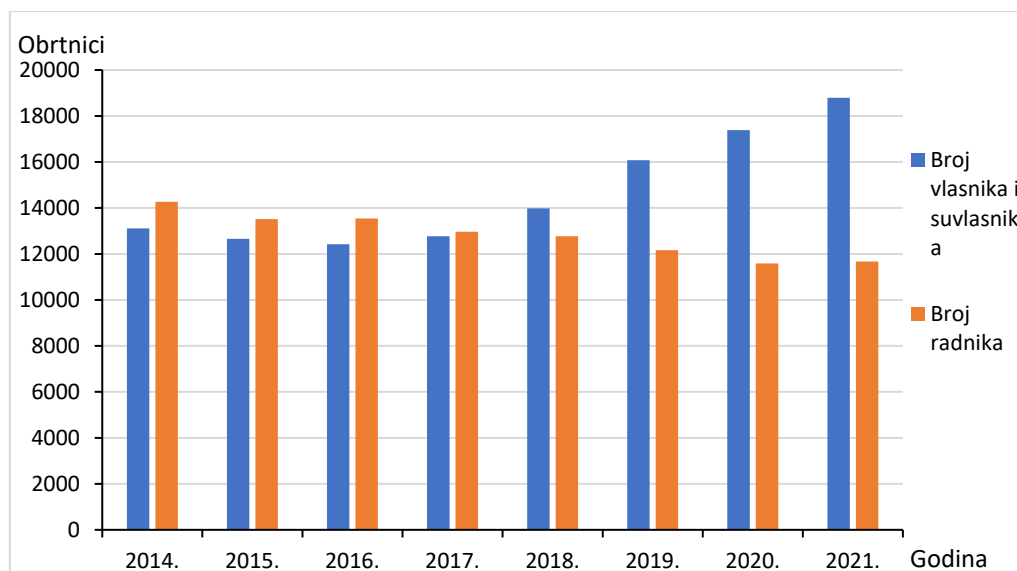
Na razini Obrtničke komore Zagreb (OKZ) djeluje 14 cehova. Osim zastupanja interesa obrtnika pred raznim tijelima zadaća Obrtničke komore je i promicanje, organiziranje i sudjelovanje u obrazovanju za obrtnička zanimanja, sudjelovanje u licenciranju radionica za izvođenje praktične obuke, obavljanje pripreme za polaganje majstorskih ispita i osposobljavanje za obavljanje obrta. Udruženje osim što zastupa interese članova pred tijelima lokalne samouprave aktivan je kod prijedloga u donošenju zakona i propisa vezanih za obrtništvo, organizira manifestacije, sajmove, stručna predavanja i sl.).

Prezentiran je niz mjera i aktivnosti koje navedene institucije provode usklađujući ih s potrebama i izazovima tržišta koje se kontinuirano mijenja. Svi ti napori rezultirali su sve većim brojem poduzetnika i obrtnika u Gradu Zagrebu. Unatoč nepovoljnoj gospodarskoj situaciji, aktualnoj pandemiji i posljedicama potresa, Zagreb bilježi rast broja obrta, o čemu govori podatak da je krajem 2020. u Zagrebu poslovalo 17 762 obrta, a to je 823 obrta ili 4.9% više u odnosu na kraj 2019. godine (Grad Zagreb, 2021) . Statistički podaci na stranicama Hrvatske obrtničke komore govore tome u prilog.



Sl. 12. Udio obrta u Grada Zagreba u ukupnom broju obrta RH od 2014. do 2021. godine

Izvor: HOK, Statističke informacije lipanj 2014. – 2021. godine



Sl. 13. Odnos broja vlasnika i suvlasnika obrta i broja radnika zaposlenih u obrtima od 2014. do 2021. godine

Izvor: HOK, Statističke informacije lipanj 2014. – 2021. godine

Vidljivo je da ukupan broj obrta u Hrvatskoj, nakon blagog pada do 2016. godine, posljednjih godina raste, kao i udio zagrebačkih obrta unutar njih (sl.12.). Ukupan broj radnika zaposlenih u obrtničkim zanimanjima od 2017. godine raste, međutim vidljiva je promjena strukture zaposlenih. 2018. godine broj vlasnika i suvlasnika obrtničkih radnji premašuje broj

radnika, te nastavlja sve izraženije rasti sve do danas (sl.13.). Konkretni razlog tome nije moguće doznati samo u sklopu istraživanja ovog rada, s obzirom na mnoge okolnosti koje na to utječu, no pretpostavka je da se otvara veći broj manjih obrta s nekoliko zaposlenika, koji su ujedno i vlasnici obrta.

Tab. 5. Broj registriranih obrta u Gradu Zagrebu po sektorima od 2014. do 2021. godine

	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>	<b>2018.</b>	<b>2019.</b>	<b>2020.</b>	<b>2021.</b>
Proizvodno zanatstvo	1448	1381	1363	1295	1286	1301	1313	1352
Uslužno zanatstvo	5042	4994	5096	5626	6938	8963	10256	11734
Ugostiteljstvo i turizam	1448	1329	1268	1190	1142	1108	1036	977
Trgovina	2203	2002	1808	1675	1637	1577	1559	1552
Prijevoz osoba i stvari	1481	1452	1391	1508	1457	1547	1576	1488
Frizeri, kozmetičari, njega tijela, fitnes	1186	1199	1215	1199	1250	1296	1362	1408

Izvor: HOK, Statističke informacije lipanj 2014. – 2021. godine

Vidljiv je pad obrta registriranih za ugostiteljstvo i turizam, dok najveći rast imaju obrti čija je djelatnost uslužno zanatstvo koje obuhvaća: izdavaštvo, tiskarske usluge, iznajmljivanje, graditeljstvo, usluge čišćenja i dr. Proizvodni obrti su u laganom porastu od 2015. iako ih je manje nego što ih je bilo 2014 (tab. 5.).

## 5. Obrti kao nositelji nematerijalne i materijalne baštine

### 5.1. Zaštita nematerijalne i materijalne baštine

Globalizacija i brzi tehnološki razvoj glavne su odlike ovog tisućljeća. Kako je industrijska revolucija utjecala na razvoj u 19. stoljeću, tako današnja tehnološka revolucija utječe na svijet koji postaje jedinstveni sustav. Stvara se tzv. globalna ekonomija i globalna kultura unutar kojih egzistiraju pojmovi kao što su globalni proizvodi, globalna moda, globalni potrošači i sl. (Lončar, 2005). Posljedica stvaranja takve globalne kulture dovodi do nestajanja kulturnih posebnosti koje čine jedinstvenost identiteta i autentičnost raznih svjetskih baština. Upravo očuvanje kulturnih raznolikosti danas je prioritet globalnog svijeta. Gotovo svi relevantni dokumenti međunarodnih organizacija (UNESCO, Vijeće europske unije) ističu bogatstvo koje očuvanje kulturne raznolikosti donosi u međunarodnom okruženju (Nikočević i dr., 2012).

Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) potaknuta globalnim promjenama 2003. usvaja Konvenciju o zaštiti nematerijalne kulturne baštine (UNESCO.org, 2021). Najvažniji razlozi i nužnost donošenja Konvencije mogu se iščitati već u uvodnom dijelu koji kaže: „Uzimajući u obzir važnost nematerijalne baštine kao pokretača kulturne raznolikosti i jamstva održivog razvoja, duboko uvriježenu međuovisnost nematerijalne kulturne baštine i materijalne kulturne baštine, prepoznajući da procesi globalizacije dovode do ozbiljnih opasnosti gubitka vrijednosti, nestajanja i uništenja nematerijalne kulturne baštine, te uzimajući u obzir potrebu da se izgradi veća svijest, posebno među mlađim naraštajima, o važnosti nematerijalne kulturne baštine i o njenoj zaštiti...“

Republika Hrvatska je već 2005. donijela zakon kojim potvrđuje prihvaćanje Konvencije (Zakon o potvrđivanju Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, 2005). Ispunjavajući obaveze Republika Hrvatska je do danas na listu zaštićenih kulturnih dobara kako materijalnih tako i nematerijalnih stavila niz dobara, ali za potrebe rada navest ćemo samo one vezane za zagrebačke obrte.

Ministarstvo kulture i medija kao nadležno tijelo vodi Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. U Registru se nalaze sljedeći zagrebački obrti:

- Frizerski obrt *Kincl* kao „važan segment obrtničkog i modnog identiteta Zagreba“
- Umijeće izrade šestinskog kišobrana u tradicijskom obrtu *Cerovečki* kao „prepoznatljiv motiv identiteta Zagreba“
- Umijeće ručne izrade i popravka satova urarskog obrta *Lebarović*

- Umijeće ručne izrade tradicionalnih klobuka iz raznih krajeva Republike Hrvatske proizvodno-trgovačkog obrta *Cahun*
- Umijeće izrade i popravka pisaćeg pribora u sklopu obrta *Peroklinika*



Sl. 14. Klobučarska radionica *Cahun*

Izvor: Glorija.hr, 2021

Osim navedene nematerijalne kulturne baštine koja je zaštićena kao kulturno dobro, potrebno je navesti i materijalnu kulturnu baštinu Zagreba u čijem su stvaranju stoljećima sudjelovali obrtnici raznih struka i u njih ugradili svoj rad. Tako će se između mnoštva zaštićenih materijalnih kulturnih dobara sa popisa Ministarstva izdvojiti tek manji dio radi uvida u gore rečeno:

- Povijesno-urbana cjelina grad Zagreb – kao povijesna, urbanistička i arhitektonska cjelina građena do prve polovice 20. stoljeća
- Zelena potkova – kulturno-povijesna cjelina “Najveće je urbanističko ostvarenje, izvorno je graditeljsko ostvarenje, te kao dovršeni, urbanistički, arhitektonski i parkovno oblikovani prostor središnje zone Zagreba dokumentira značajno razdoblje u razvoju grada“ (Registar kulturnih dobara RH, 2021).
- Cijeli niz je zaštićenih profanih zgrada u Ilici, kanonskih kurija na Kaptolu, ali neke je vrijedno spomenuti poimence kao prilog kontekstu povijesnog dijela rada. Zgrade u Tkalčićevoj broj 33, 31, 29, 27, 20, 16, 14 i dr. zaštićene su kao: „autentični objekti s kraja 18. stoljeća karakteristične tipologije za lokaciju, sačuvanog dijela izvorne

strukture u nizu, te ima značaj u povijesnom ambijentu Tkalčićeve ulice“ (Registar kulturnih dobara RH, 2021).

- Kuća *Rado* – Trg bana Josipa Jelačića 5 zaštićena je kao „atraktivni stilski detalj bravarije, stolarije, podnih obloga, štukatura – ključno ostvarenje hrvatskog arhitektonskog secesijskog modernizma“
- Kuća u Radićevoj 12 zaštićena je kao „prva dvokatnica u Podgrađu“ (18. stoljeće)
- Cijeli niz palača Gornjeg grada također je zaštićen, a između ostalih: Palača *Vojković, Oršić, Rauch* (Hrvatski povijesni muzej, Ulica Antuna G. Matoša 9) o čijem nastanku je bilo riječi u povijesnom dijelu ovog rada, palača *Raffay-Plavšić* (Ulica sv. Ćirila i Metoda 3), palača *Magdalenić-Drašković-Jelačić* (Demetrova ulica 7-9, sl. 15.), palača *Bužan* (Opatička ulica 8).



Sl. 15. Palača *Magdalenić-Drašković-Jelačić*

Izvor: fotografija autorice

Jedinstvenost i autentičnost su kriteriji prema kojima se vrednuje i identificira kulturna baština, a što se može iščitati iz navedenih primjera. Baština kako materijalna tako i nematerijalna, nositelj je obilježja prošlih vremena i jedan od glavnih elemenata za prepoznavanje identiteta neke zajednice. Baština je u stalnom procesu evoluiranja i pri tom možemo reći da je odraz međudjelovanja ljudi i mjesta u vremenu. U skladu s temom ovog rada zanati tj. umijeća i vještine izrade u smislu „žive baštine“ postavljeni su kao osnova, ali se moraju uzeti u obzir i kulturološki prostori u kojima se zanati susreću. Kako bi se upravljalo



kulturnom baštinom u cilju očuvanja i gospodarskog korištenja potrebno je poznavati složeni sustav zaštite i očuvanja koji uključuje tri velika podsustava: zakonodavstvo, financiranje i nositelje (Karamehmedović, 2017). Prema Nikočević i dr. (2012) u središtu procesa očuvanja nematerijalne baštine nalaze se njihovi nositelji i prenositelji, konkretni živi ljudi, koji su ujedno i izvor njezine kreativnosti. Osim zakonodavnih pretpostavki koje se odnose na osnivanje nadležnih tijela na svim razinama vlasti uključenih u zaštitu baštine, potrebno je podići svijest o važnosti nematerijalne kulturne baštine na lokalnoj i nacionalnoj razini, što uključuje „obrazovanje, podizanje svijesti usmjerenu na širu javnost i mlade, te izgradnju kapaciteta“ (UNESCO.org, 2021).

Osim pravnih aspekata zaštite baštine, jedan od mogućih mehanizama je i poticanje kulturnog turizma. Naime, baština je kulturni resurs svake destinacije, te je samim time sukreator turističke ponude i njena je upotreba u turizmu odavno prepoznata. Koristi za baštinu od kulturnog turizma su višestruke: od prevladavanja problema poput nedostatka javnih financijskih sredstava za njenu zaštitu (niti jedno društvo nije toliko bogato da bi moglo ulagati u baštinu samo zato da bi je sačuvalo), omogućavanja veće vidljivosti baštine u širem međunarodnom okruženju, do mogućnosti povećanja prihoda u turizmu i u drugim sektorima (Nikočević i dr., 2012). U sljedećem odlomku bit će više riječi o korištenju kulturne baštine u turističke svrhe.

## **5.2. Baština kao resurs kulturnog i kreativnog turizma**

Korištenje kulturne baštine u turizmu kao i sam kulturni turizam prošli su dugi razvojni put kojeg su pratile promjene u kulturno-turističkoj potražnji, očekivanjima, percepciji, motivaciji i ponašanju samih turista. To je uvjetovalo i promjene u kulturno-turističkoj ponudi, željama i nastojanjima da turist doživi ono što očekuje (Karamehmedović, 2017). Zadnjih desetljeća turizam se više ne svodi na more i sunce, nego se sve više potenciraju razni selektivni oblici turizma. U sklopu kulturnog turizma kao novi oblik sve je traženiji tzv. kreativni turizam, a razvio se kao odgovor na statičnost koju nude tradicionalne atrakcije kulturnog turizma. Nudi doživljaj destinacije i pritom uključuje specifična programska rješenja, te nadograđuje postojeće resurse (Rudan, 2012). U skladu s time Grad Zagreb donio je 2015. godine temeljni dokument, planski okvir za provedbu kulturne politike – Strategiju kulturnog i kreativnog razvitka Grada Zagreba 2015.-2022. Kao opći strateški ciljevi u strategiji se spominju očuvanje, zaštita i prepoznavanje materijalne i nematerijalne baštine. Nadalje, želi povećati interes,

znatiželju i uključiti građane u kulturne atrakcije. Kao iznimnu važnost smatra da se novim naraštajima omogući razumijevanje i korištenje kulturnog naslijeđa, te podupire novo umjetničko i tradicionalno stvaralaštvo (Strategija kulturnog i kreativnog razvitka Grada Zagreba 2015.-2022., 2015). Ministarstvo turizma u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine definira posebno relevantne proizvode kulturnog turizma za Republiku Hrvatsku. Prema navedenom dokumentu to su: gradski turizam, turizam baštine, turizam događanja i kreativni turizam s naglaskom da za zadnji predviđa najbrži rast. Kreativni turisti žele spoznati lokalnu kulturu kroz kulturno-povijesne spomenike, umjetnost, povijesne građevine, muzeje ali pri tome žele biti aktivni i steći iskustva. Lokalna zajednica je sastavni dio kreativnog turizma pošto je naglasak na interakciji s domaćim stanovništvom, dok doživljaj upotpunjuje izvorni i originalni prostor tj. sredina u kojoj se proces odvija (Rudan, 2012). Kušen (2002) navodi da to zahtjeva afirmaciju cjelokupne palete turističkih atrakcija tj. da je potrebno neprestano pretvarati kulturne resurse u turističke atrakcije. Za izgradnju kvalitetnog turističkog doživljaja potrebno je osmisliti višeslojan i kompleksan turistički proizvod (Kušen, 2002). Autor definira resurse kao potencijal na kojem bi se mogao zasnivati razvoj nekog prostora ili djelatnosti. Turistička atrakcija je najvažniji dio turističkog proizvoda ali napominje da „je svaka turistička atrakcija turistički resurs, ali svaki resurs ne mora biti atrakcija“. To nas dovodi do zaključka da nije dovoljno da postoji sam potencijal (kojeg Zagreb ima) već oni moraju biti atraktivni, dostupni potencijalnim turistima i valorizirani kao turistička atrakcija. Tada on postaje kulturni turistički proizvod i ne predstavlja samo neki predmet ili građevinu iz prošlosti nego da bi bio zanimljiv turistima treba stvoriti čitav niz doživljaja za turiste koji danas traže mogućnost svladavanja novih znanja i upoznavanje s tradicijom. Treba stvoriti vezu između raznih kulturnih atrakcija. Osim razgledavanja građevina ili muzeja kao tradicionalnih atrakcija, turistu treba ponuditi sudjelovanje u kulturi u cjelini. Mogućnosti ponude autentičnog doživljaja upoznavanja s procesima nastanka materijalne baštine u kontekstu obrtničkih vještina su velike. Kako bi turist što bolje upoznao naslijeđe destinacije potreban je cjelokupni kvalitetan prikaz mjesta, povijesti, ljudi i umjetnosti. Pružanjem mogućnosti da posjeti autentične radionice, majstore i upozna njihove vještine, te primijeni vlastitu kreativnost, stvorila bi se inovativna i konkurentna turistička atrakcija. Da bi se ostvarila takva kreativna ponuda destinacije potrebna je sinergija svih sudionika od menadžmenta koji kreira proizvod, samih nositelja baštine, lokalnog stanovništva, udruga, poduzetnika i turističkih zajednica. Bitno je naglasiti da se uz minimalna ulaganja može stvoriti konkurentna prednost destinacije koja se temelji na autentičnosti, a u skladu s trendovima na turističkom tržištu (Rudan, 2012). Kreativni turizam između ostalog može biti rješenje za produženje sezone i ublažavanje

sezonalnosti. Također može doprinijeti zaštiti kulturnih tradicija i obogaćivanju kvalitete života u urbanim prostorima (Pančić Kombol, 2006). Već je rečeno da materijalna dimenzija kulturne baštine (spomenici, galerije i sl.) prema današnjim interesima modernog turista mora biti u kombinaciji s nematerijalnom dimenzijom (običaji, tradicija, obrti, razne vještine) (Jelinčić, 2008). Takva kombinacija razgledavanja fizičkih ostataka prošlosti sa iskustvenim doživljajem lokalne kulturne tradicije je trend u svijetu. Takav proizvod se može relativno brzo inovirati, sam proces je održiv, jer su kreativni resursi stalno obnovljivi za razliku od fizičkih koji vremenom degradiraju (Rudan, 2012). Kreativni turizam u neku ruku je mobilan jer se u kontekstu prezentacije nematerijalne kulturne baštine radionice mogu organizirati bilo gdje (muzeji, majstorske radionice, organizirane manifestacije). Važna je činjenica da je kreativni turizam jeftinije razvijati pošto se temelji na procesu lokalnog umijeća i prenošenja iskustva turistu u prikladnom okolišu i ne zahtijeva građenje nove infrastrukture. U današnjem vremenu kada u svijetu vlada serijska reprodukcija kulturnih ponuda stjecanje lokalnih kulturnih iskustava, educiranja, obilaska mjesta bitno drugačijeg od vlastitog i primjena vlastite kreativnosti nešto je za čime teži novi postmoderni turist.

### **5.3. Obrti kao dio kreativnih industrija**

Bitna karakteristika obrtničkog rada je kreativnost pa se postavlja pitanje mogućnosti implementiranja obrta u kreativne industrije. Kreativne industrije podrazumijevaju aktivnosti koje se temelje na individualnoj kreativnosti, vještinama i talentu (Jelinčić i Žuvela, 2013). Prema istom radu kreativne industrije uključuju 13 djelatnosti među kojima su umjetnost i antikviteti, obrti, dizajn, moda, TV, film tj. razna zanimanja bazirana na znanju. Kulturne i kreativne industrije danas su među najdinamičnijim i najbrže rastućim sektorima u svijetu. Za ovaj rad bitna je činjenica da su upravo gradovi ključna mjesta za razvoj kreativnih industrija, jer osim što su i inače nositelji razvoja u njima je najveća koncentracija kreativnih ljudskih resursa. Mnogi gradovi ulažu velike napore za isticanje vlastitog kulturnog i kreativnog identiteta s ciljem prepoznatljivosti u međunarodnom okruženju. Razvoj kreativnih industrija smatra se dobrim rješenjem kako za revitalizaciju, tako i za veću prepoznatljivost (Jelinčić i Žuvela, 2013). U gospodarskom smislu važna je komponenta da kreativne industrije povezuju stvaratelje (u kontekstu ovog rada obrtnike) s tvrtkama. To može potaknuti razvoj i veću profitabilnost za tradicijske obrtnike, a da se pri tome ne utječe na kvalitetu, izvornost i kreativnost njihovog rada i proizvoda.

## **6. Rezultati provedenog istraživanja**

Nakon teorijskog predstavljanja teme u prethodnim poglavljima, u nastavku će se prikazati rezultati provedenog vlastitog istraživanja. Istraživanje je provedeno metodom anketnog upitnika među građanima Zagreba s ciljem ispitivanja njihove osviještenosti i stavova prema tradicijskim obrtima, kao i mišljenja za poboljšanje i revitalizaciju obrtničke tradicije. Za što kvalitetniju obradu problematike rada metodom polustrukturiranog intervjua ispitani su neki od vlasnika tradicijskih obrta i jedna vlasnica dizajnerskog obrta koja posluje na suvremeni način kao dio kreativnih industrija. Nastojalo se doći do podataka o načinu rada, problemima, međusobnoj suradnji kao i razmišljanjima o budućnosti. U nastavku slijedi obrada i analiza podataka dobivenih metodama ankete i intervjua.

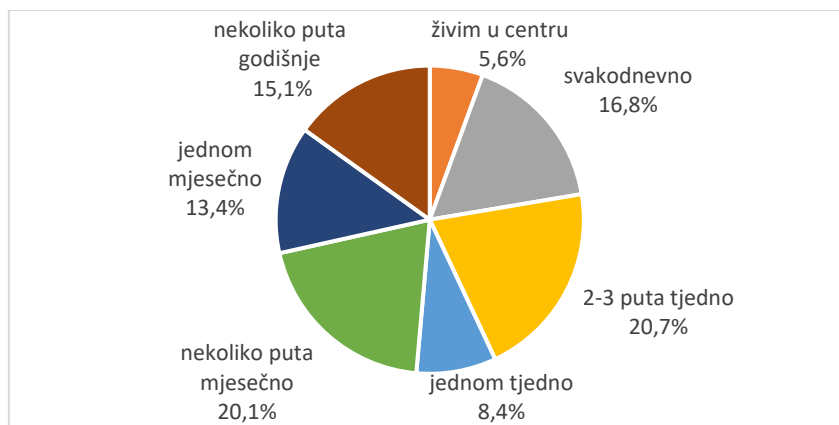
### **6.1. Rezultati anketnog istraživanja**

Pitanjima od jedan do pet prikupljeni su podaci o dobno-spolnoj i obrazovnoj strukturi, statusu zaposlenja i mjestu stanovanja. Većinu ispitanika činila je ženska populacija (64,8%), dok je mušku populaciju činilo 35,2% ispitanih. Što se tiče dobne strukture najveći broj ispitanika bio je u dobi od 46 do 60 godina starosti (37,4%). Ispitanika u dobi od 18 do 25 bilo je 27,9%. Ispitanici su u najvećem postotku (65,4%) zaposleni, dok su drugi najzastupljeniji studenti s 25,1%. Ispitanici u najvećem postotku od 38,5% imaju završeni diplomski studij, a slijede oni sa srednjoškolskim obrazovanjem – 32,4%. Prema mjestu stanovanja u Zagrebu najveći broj ispitanika živi na području šireg centra grada (50,3%), dok se 32,4% izjasnilo kako živi na periferiji grada (tab. 6.).

Tab. 6. Opći podaci o ispitanicima

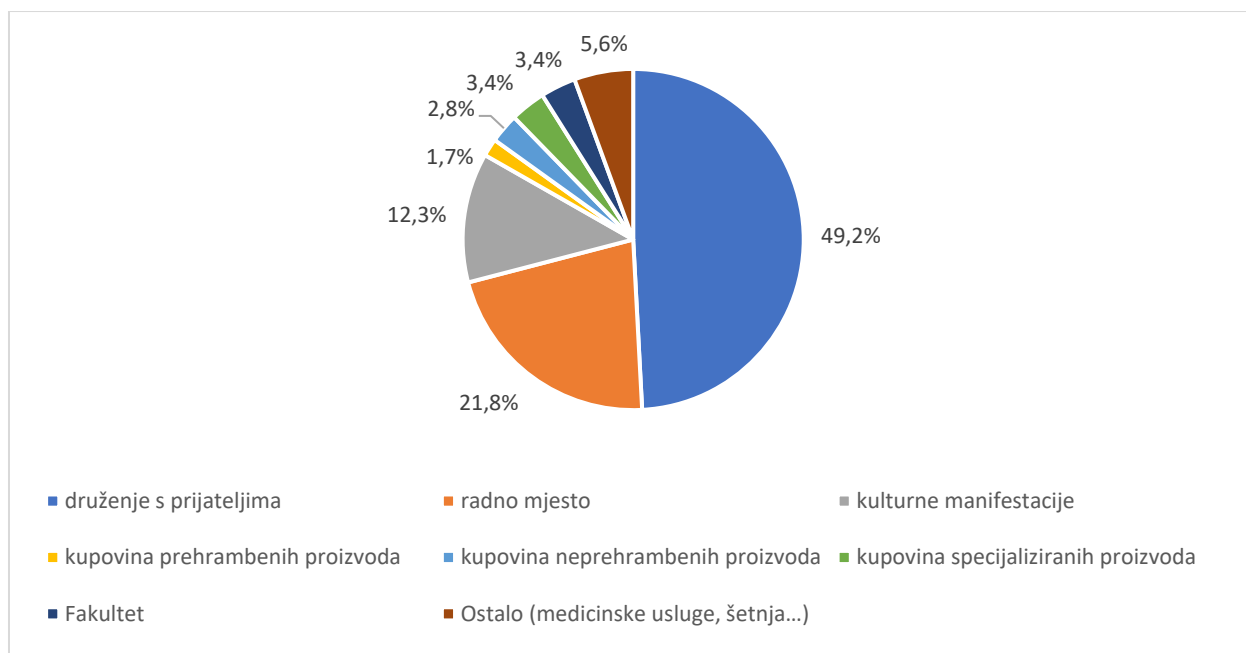
	Broj ispitanika (179)	Postotak (100%)
<b>1. Spol</b>		
Muški	63	35,2%
Ženski	116	64,8%
<b>2. Dob</b>		
manje od 18	1	0,6%
18-25	50	27,9%
26-35	29	16,2%
36-45	28	15,6%
46-60	67	37,4%
više od 60	4	2,2%
<b>3. Status</b>		
učenik/-ca	1	0,6%
student/-ica	45	25,1%
zaposlen/-a	117	65,4%
nezaposlen/-a	10	5,6%
umirovljenik/-a	6	3,4%
<b>4. Završeno obrazovanje</b>		
osnovna škola	1	0,6%
srednja škola	58	32,4%
preddiplomski studij	47	26,3%
diplomski studij	69	38,5%
doktorat	4	2,2%
<b>5. Mjesto stanovanja</b>		
uži centar grada	12	6,7%
širi centar grada	90	50,3%
periferija grada	58	32,4%
okolica Zagreba	19	10,6%

Na pitanje o učestalosti posjećivanja centra grada Zagreba najviše ispitanika (20,7%) odgovorilo je da posjećuje centar grada dva do tri puta tjedno, dok je sličan postotak 20,1% odgovorilo nekoliko puta mjesečno. Zanimljiv je podatak da ih podjednako posjećuje centar svakodnevno (16,8%) i svega nekoliko puta godišnje (15,1%).



Sl. 16. Učestalost posjećivanja centra grada Zagreba

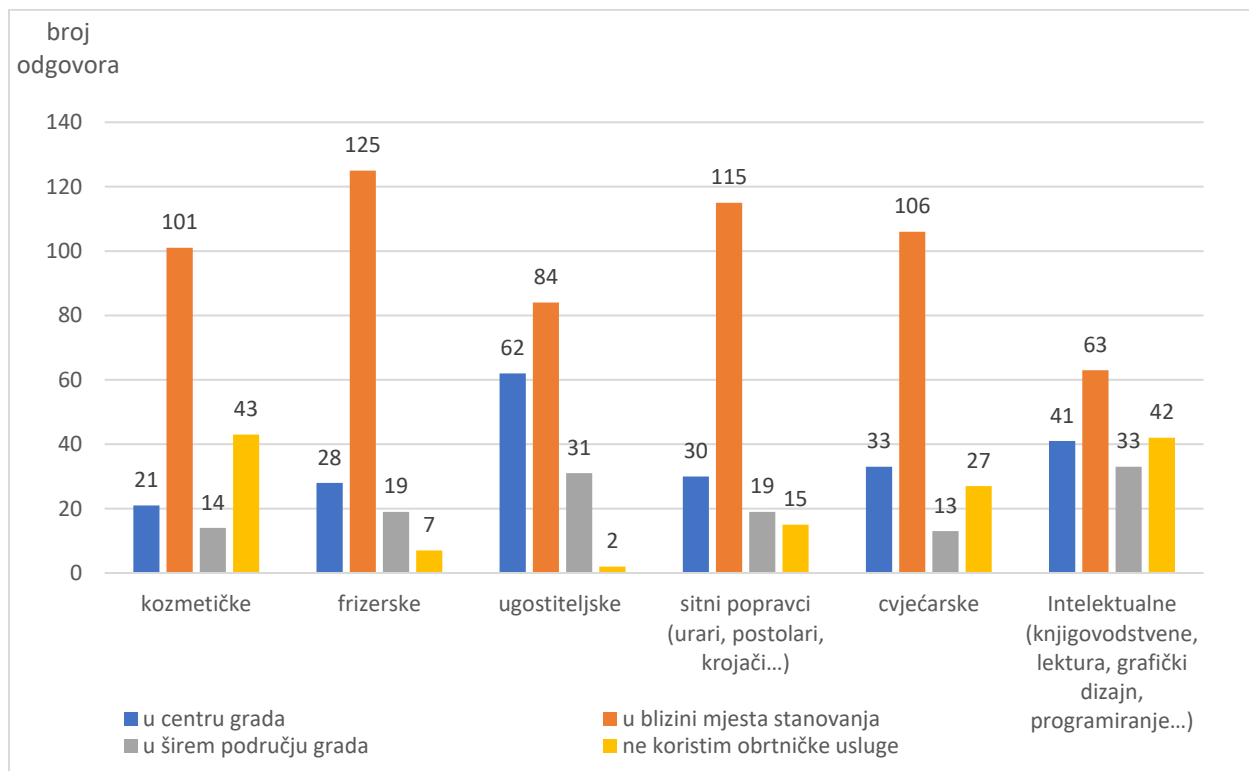
Kao razloge dolaska u centar grada 88 ispitanika (49,2%) kao razlog navodi druženje s prijateljima. Slijedi dolazak na radno mjesto (21,8%). Najveći postotak ispitanika izjasnio se za navedene razloge dolaska u centar grada, dok su kao ostale razloge navodili posjete kulturnim manifestacijama, školovanje, razne vrste kupovine i sl (sl.17.).



Sl. 17. Razlozi dolaska u centar grada Zagreba

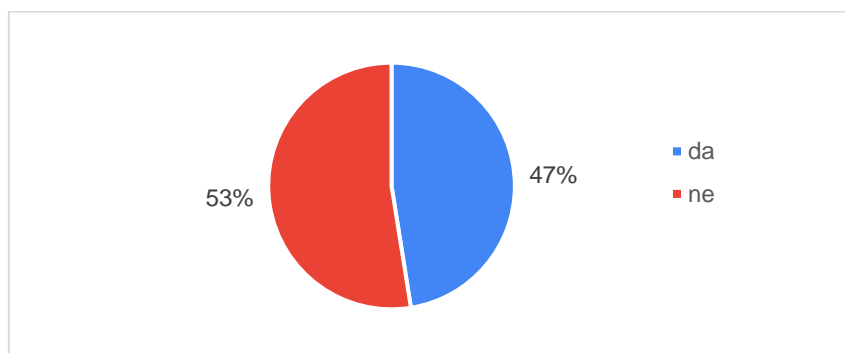
Slijedila su pitanja vezana za korištenje obrtničkih proizvoda i usluga. Ispitanici su zamoljeni da navedu na kojim lokacijama koriste ponuđene usluge. Kao što je vidljivo iz slike 18. većina ispitanika koristi navedene usluge u blizini mjesta stanovanja npr. kozmetičke (56,4%), frizerske (69,8%), cvjećarske (59,2%), te usluge sitnih popravaka (64,2%). U centru

grada ispitanici na prvom mjestu koriste ugostiteljske usluge (34,6%), zatim intelektualne (22,9%), te cvjećarske usluge (18,4%).



Sl. 18. Korištenje nekih obrtničkih usluga u određenim dijelovima grada

Iz prethodne slike vidljivo je da uglavnom svi koriste obrtničke usluge u nekoj mjeri, ali na pitanje kupuju li obrtničke proizvode većina je odgovorila negativno – njih 53% (sl.19.).



Sl. 19. Odgovori ispitanika na pitanje kupuju li obrtničke proizvode

Nadalje, ispitanici su trebali navesti koje proizvode kupuju kod obrtnika te su mogli sami upisati vrstu proizvoda. Rezultati su zanimljivi jer odražavaju asocijacije ispitanika glede obrtničkih proizvoda. Tako je prehrambene proizvode navelo 22 ispitanika, nakit 16, odjeća i obuća zajedno 28, dok su ostali odgovori sakupljeni i prezentirani u tablici br. 7.

Tab. 7. Proizvodi koje ispitanici kupuju kod obrtnika

Odgovori	broj ispitanika
prehrambeni proizvodi	22
Nakit	16
Odjeća	14
Obuća	14
Kozmetika	10
Usluge (sitni popravci)	10
Proizvodi od kože (torbe, remeni, novčanici)	10
Kišobran	9
Cvijeće	8
Šešir	8
Drvni proizvodi (namještaj dekoracije...)	7
Suveniri	5
Kolači	2
Svijeće	2
Licitarska srca	1
Medenjaci	1

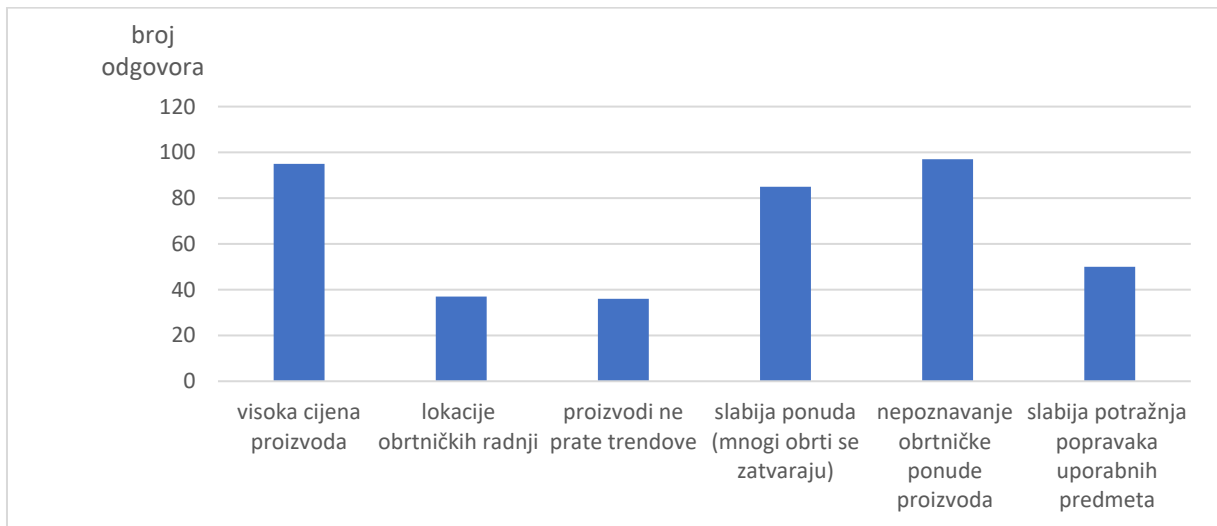
Nastavno na prethodno pitanje od ispitanika je traženo da objasne zašto kupuju obrtničke proizvode. Pitanje je također bilo otvoreno i najveći broj ispitanika izjavio je da kupuje zbog kvalitete (39), slijedi druga veća grupa ispitanika koja se složila da kupuju od lokalnih proizvođača zbog podrške istima (tab. 8.).

Tab. 8. Razlozi kupovine obrtničkih proizvoda

Odgovori	broj ispitanika
Kvaliteta	39
Podrška hrvatskim/lokalnim proizvođačima	19
Sviđaju mi se	8
Unikatnost	5
Lako dostupni	4
Kreativnost	3
Izrađeni po mjeri	3
Zdraviji	3
Dobra ponuda	2
Navika	2
Jedino tamo su proizvodi dostupni	2
Ručni rad	2
Popravak umjesto kupovine novog proizvoda	2
Zadovoljstvo kupovine	1



Za mišljenje ispitanika o tome zašto ljudi sve manje kupuju od zagrebačkih obrtnika dana im je mogućnost odabira više ponuđenih odgovora. Tako se iz slike 20. može vidjeti da većina (97 ispitanika) smatra da ljudi nisu upoznati s ponudom obrtničkih proizvoda. 95 ispitanika smatra da su razlog visoke cijene proizvoda. Slabu ponudu kao razlog navodi 85 ispitanika, dok su razloge poput lokacije radnji, praćenje trendova u proizvodnji i slabiju potražnju za popravcima naveli kao manje bitne.



Sl. 20. Odgovori ispitanika na pitanje zašto ne kupuju obrtničke proizvode

Na ponuđene odgovore u vezi mišljenja ispitanika o razlozima koji bi mogli potaknuti ljude da kupuju obrtničke proizvode, velika većina anketiranih ispitanika (njih 118) odgovorila je da bi to bio bolji marketing putem društvenih mreža. Njih 94 također smatra da je bolja promocija bitna za potaknuti ljude, ali ova grupa smatra da bi se informiranje trebalo vršiti putem medija. 85 odgovora vezano je poticanjem želje kupovine proizvoda izrađenih u Hrvatskoj. Isti broj ispitanika (84) smatra da bi niže cijene potaknule na kupovinu, kao i dostupnost obrtničkih radnji na širem području grada (tab. 9.).

Tab. 9. Odgovori na pitanje što bi ispitanike moglo potaknuti na kupovinu obrtničkih proizvoda

	Broj odgovora	Udio ispitanika
niže cijene	84	46,9%
dostupnost obrtničkih radnji na širem području grada	84	46,9%
garancija kvalitete	43	24,0%
dugotrajnost proizvoda (s obzirom na nekvalitetnije proizvode konkurenata)	52	29,1%
informiranje putem medija	94	52,5%
marketing putem društvenih mreža	118	65,9%
mogućnost sudjelovanja u kreiranju proizvoda	29	16,2%
upoznavanje s obrtničkim proizvodima na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama	62	34,6%
mogućnost izrade proizvoda po mjeri	53	29,6%
želja za kupovinom proizvoda izrađenih u Hrvatskoj	85	47,5%

\*Ispitanici su mogli odabrati više odgovora

Ispitanici su dali i prijedloge za revitalizaciju i bolje poslovanje obrtničkih radionica u Zagrebu. Pitanje je bio otvorenog tipa, pri kraju anketnog upitnika kako bi rješavanjem imali vremena bolje razmisliti o odgovoru. Odgovori su grupirani po sličnim prijedlozima pa je tako 53 ispitanika navelo neki od odgovora: „reklama“, „oglašavanje“, „promocija“, „bolja informiranost“ i sl. Uglavnom veća vidljivost bi po mišljenju ove grupe ispitanika poboljšalo poslovanje obrtnika. Od ostalih prijedloga navodili su poticaje i potpore iz raznih izvora, niži najam, edukacije djece i mladih i dr. Bilo je zanimljivih prijedloga kao što su grupiranja u obrtničke kvartove, izrada digitalne karte obrta, zajednička internetska trgovina, uključenost u *free walking ture*. Još neki od zanimljivih prijedloga i odgovora citirani su u tab. 10.

Tab. 10. Prijedlozi ispitanika za revitalizaciju i bolje poslovanje obrtnika

Odgovori	broj ispitanika
Odgovori u kojima se spominje "reklama", "oglašavanje", "marketing", "promocija", "društvene mreže", "veća vidljivost", "bolja informiranost"	53
Potpore i poticaji (Turističke zajednice, EU, Grada Zagreba)	7
Prostori za najam po nižim cijenama	5
Sajmovi obrtničkih proizvoda	4
Upoznavati djecu i mlađoj populaciji približiti obrte	4
Niže cijene	4
Poticanje školovanja i naukovanja mladih obrtnika (podizanje interesa za deficitarna zanimanja)	4
Grupiranje u obrtničke četvrti/ulice	2
Gradsko financiranje promidžbe gradskih obrtnika s tradicijom	2
"Vratiti obrtnike u Zagreb"	1
Modernizacija	1
"Smanjenje i ukidanje nekih financijskih obaveza i nameta državi"	1
"Povijesna priča o obrtima"	1
Unikatnost proizvoda	1
"Digitalna karta obrta u gradu"	1
"Da se za početak uredi malo, ove na Ilici izgledaju staro i depresivno."	1
Zajednička internetska trgovina zagrebačkih tradicijskih obrtnika	1
uključenost u free walking ture	1
"Zaustaviti izgradnju velikih trgovačkih centara"	1
"Svaki obrtnik trebao bi o tim stvarima brinuti samostalno i razvijati svoja rješenja i ideje kako pridobiti nove kupce i zadržati postojeće, isto kao i svaki drugi vlasnik bilo kakve privatne tvrtke i sl. Budući da više nismo u socijalizmu, nije na društvu da razmišlja o tome kako bi pojedini obrt ili tvrtka trebala bolje poslovati."	1
"Obrtnici se sami trebaju jače promovirati i modernizirati. To je često teško kad su vlasnici stari i konzervativni, zato bi im trebala pomoći udruženja, stručnjaci i Grad. Također, Grad treba imati sluha za probleme obrtnika i pomoći im kad može, npr. kod pitanja oronulosti zgrada i haustora ili previsokog najma"	1
"Ako se baš želi oživiti kultura zagrebačkih obrta, bilo bi dobro da ih se prestane isticati samo kao nekakav turistički simbol Zagreba, a što se stalno nekako gura."	1
"Digitalizirati proizvodnju i prebaciti se na decentraliziranu ekonomiju upotrebom blockchaina te izradom NFT-a, kolekcijama tradicionalnih predmeta izrađenih na blockchainu i dostupnih čitavom globalnom selu prisustvovati na otvorenom i decentraliziranom tržištu."	1

Na pitanje koje načine smatraju najučinkovitijim za promociju obrta, među osam ponuđenih odgovora, najviše je ispitanika odabralo društvene mreže (njih 148), slijede sajmovi i manifestacije (124 odgovora), 104 ispitanika smatra da je najbolja promocija na internetskim

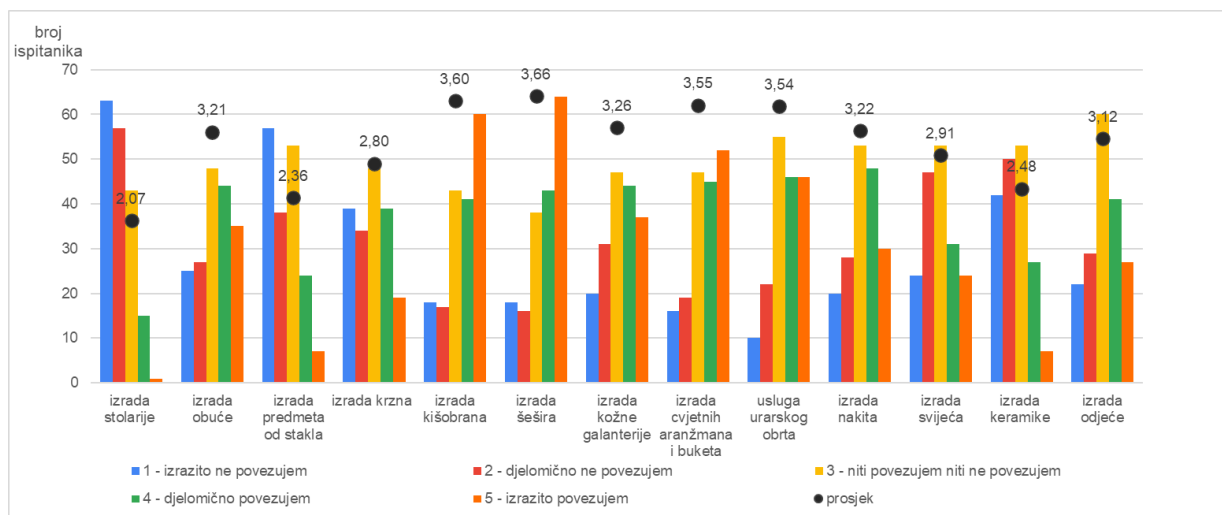
stranicama obrta i 94 ispitanika internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba. Mali postotak ispitanika upisao je još neke prijedloge pod „ostalo“ (tab. 11.).

Tab. 11. Načini promocije obrta koje ispitanici smatraju najučinkovitijima

	broj odgovora	udio ispitanika
društvene mreže	148	82,7%
sajmovi i razne manifestacije	124	69,3%
internetske stranice obrta	104	58,1%
internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba	94	52,5%
usmena preporuka	90	50,3%
promotivni letci i brošure grada Zagreba	58	32,4%
promocijama Udruženja obrtnika grada Zagreba	56	31,3%
putem turističkog informativnog centra	52	29,1%
"reklame u mass medijima i reklamni panoi po gradu"	1	0,6%
"gostujuća predavanja na fakultetima"	1	0,6%
"Promoviranje obrtništva Grada Zagreba kroz škole, Fakultete, tvrtke, turistička mjesta (restorani, hoteli, itd.)"	1	0,6%

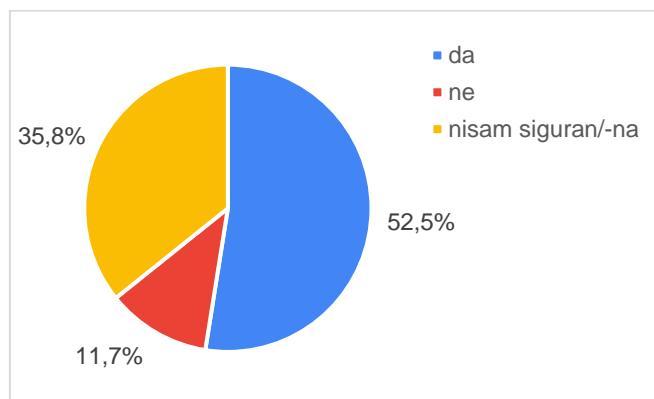
\*Ispitanici su mogli odabrati više odgovora

Pitanjem kojim se nastojalo ispitati u kolikoj mjeri ispitanici povezuju pojedine obrte sa Zagrebom, koristila se Likertova ljestvica s graničnim vrijednostima od 1 do 5 pri čemu je ocjena 1 označavala izrazito nepovezivanje, a 5 izrazito povezivanje. Iz prosječne ocjene od 3,66 vidljivo je da najviše ispitanika izradu šešira najviše povezuje sa zagrebačkim obrtima, dok s ocjenom 3,60 slijedi izrada kišobrana. Ispitanici obrte koji se bave izradom stolari i predmeta od stakla najmanje povezuju s gradom Zagrebom. Mišljenja ispitanika u vezi ostalih ponuđenih odgovora moguće je vidjeti na sl. 21. s napomenom da je za svaki obrt prikazana prosječna ocjena.



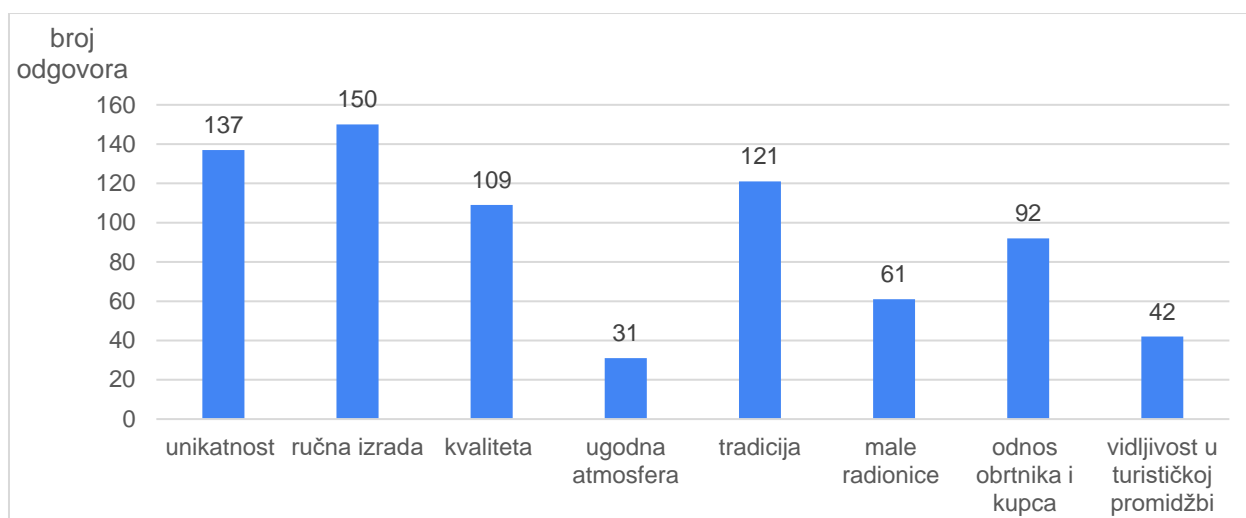
Sl. 21. Povezivanje ispitanika određenih obrta s gradom Zagrebom

Na pitanje jesu li upoznati s pojmom tradicijskih i umjetničkih obrta, većina ispitanika (52,5%) odgovorila je potvrdno, međutim visok je postotak ispitanika 35,8% odgovorio da nije siguran (sl. 22.), što upućuje na nepoznavanje točne definicije.



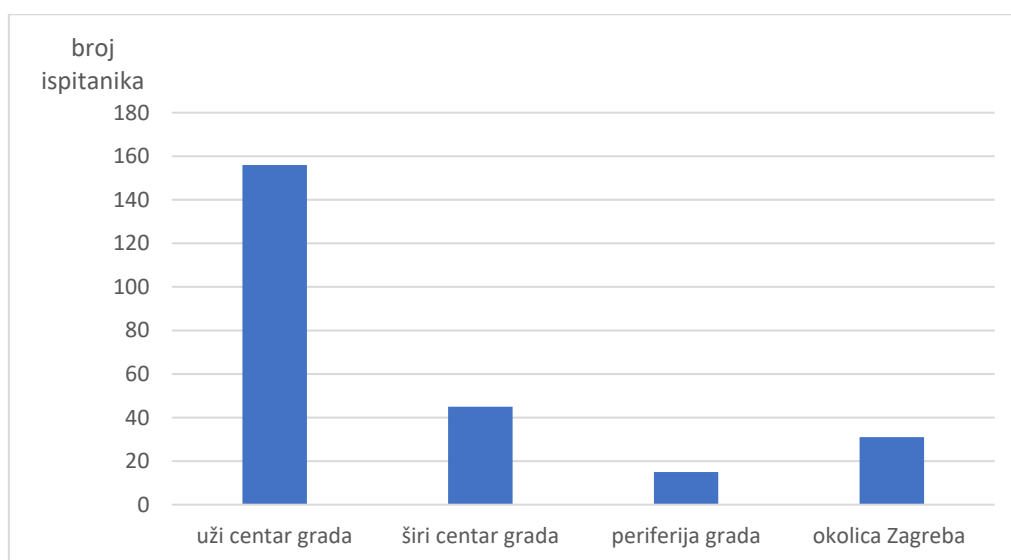
Sl. 22. Odgovori ispitanika jesu li upoznati s pojmovima tradicijskih i umjetničkih obrta

Iako nisu točno sigurni koji obrti pripadaju skupini tradicijskih i umjetničkih obrta, na pitanje koje su to karakteristike tradicijskih obrta koje ih izdvajaju od konkurencije visoki broj ispitanika (150) izjasnilo se za ručnu izradu, zatim slijede unikatnost (137) i tradicija (121). Najmanje od ponuđenih odgovora imaju ugodna atmosfera (31) i vidljivost u turističkoj promidžbi (42) (sl.23.).



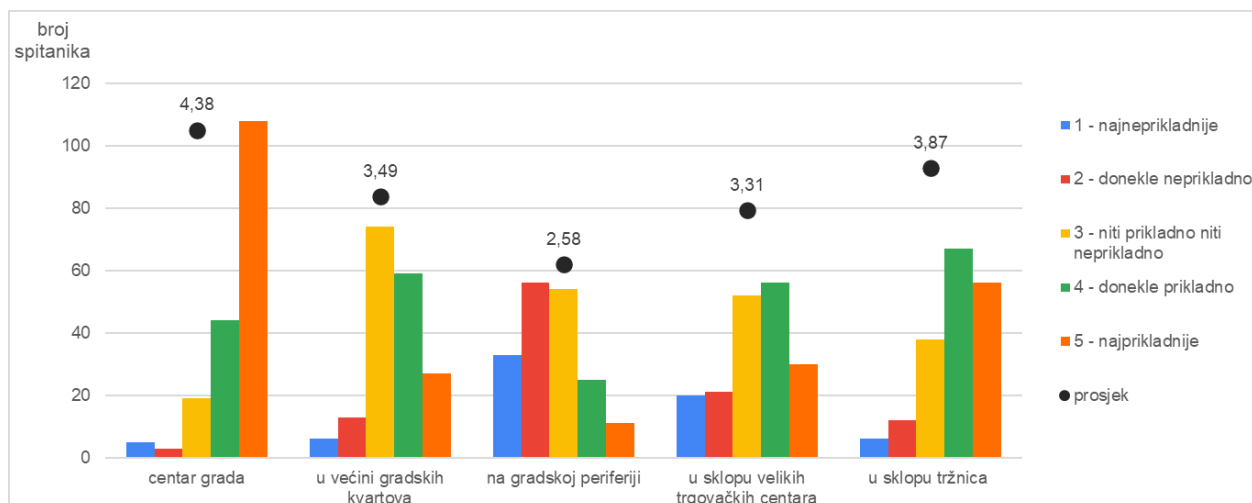
Sl. 23. Karakteristike koje izdvajaju umjetničke i tradicijske obrte

Ispitanici su upitani za koje dijelove grada Zagreba vežu pojam tradicijskih obrta pri čemu su imali mogućnost odabrati više odgovora. Uži centar grada odgovor je za 156 ispitanika, širi centar 45, okolica Zagreba 31 i periferija grada 15.



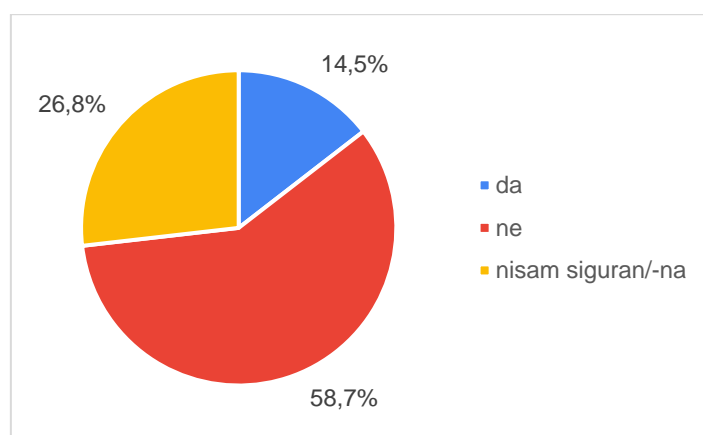
Sl. 24. Dijelovi grada koje ispitanici povezuju s pojmom tradicijskih obrta

U skladu s navedenim odgovorima na prethodno pitanje, na upit koje lokacije smatraju najprikladnijim za smještaj tradicijskih obrta većina s prosječnom ocjenom 4,38 dogovorila je u centru grada. Na ovo pitanje dana je mogućnost ocjena od 1 do 5 s tim da je 1 označavao najneprikladnije, a 5 najprikladnije. Pomalo je iznenađujuće da je sljedeća najveća ocjena od 3,87 dana lokaciji „u sklopu tržnica“ (sl. 25.).



Sl. 25. Odgovori na pitanje na koje lokacije bi bilo prikladno smjestiti tradicijske obrte

Slijedila su pitanja vezana za poznavanje „certifikata“ tj. Značka tradicijskog ili umjetničkog obrta kojeg dodjeljuje Hrvatska obrtnička komora. Pri tome 58,7% ispitanika izjavilo je da nije upoznato, 26,8% da nije sigurno, dok je 14,5% izjavilo da je upoznato (sl. 26).

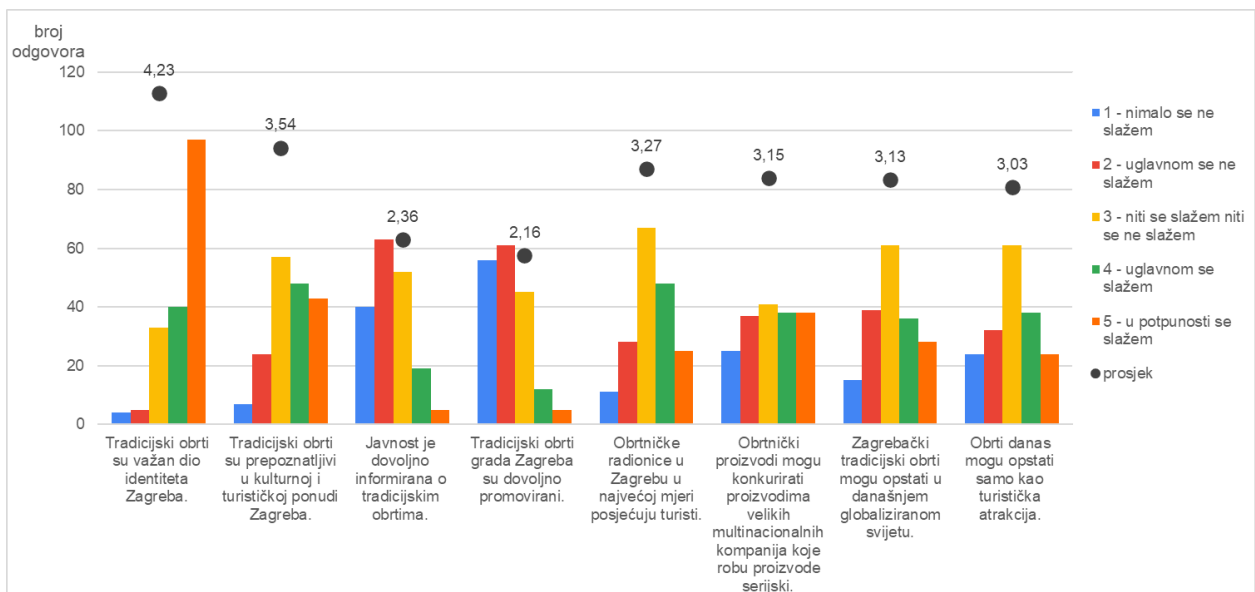


Sl. 26. Upoznatost ispitanika s pojmom Značka tradicijskog odnosno umjetničkog obrta

Međutim kada su zamoljeni da navedu neki obrt koji posjeduje taj Značka, od svih ispitanika samo je 5 navelo tražene obrte. Tri ispitanika znala su *Kišobrane Cerovečki*, jedan ispitanik *Modu Šabić*, jedan obrt za izradu šešira *Cahun* te također jedan *Cipele Bočak*. Ostali ispitanici navodili su pojedine vrste obrta: „izrada licitarskih srca“, „postolarski“, „urari“ ili su odgovorili da ne znaju točna imena obrta.

U idućem pitanju ispitanicima je bilo ponuđeno osam tvrdnji, te su morali ocijeniti u kojoj mjeri se slažu s pojedinom tvrdnjom na skali od 1 – nimalo se ne slažem, do 5 – u potpunosti

se slažem. Tvrdnje su se odnosile na ulogu samih tradicijskih obrta, zastupljenosti u turističkoj ponudi, mogućnostima opstanka i sl. Najveći broj ispitanika (njih 137 je odgovorilo da se u potpunosti ili uglavnom slažu) složio se s tvrdnjom da su tradicijski obrti važan dio identiteta Zagreba s prosječnom ocjenom 4,23. S tom tvrdnjom se ne slaže samo 9 ispitanika. S tvrdnjom da su tradicijski obrti grada Zagreba dovoljno promovirani složilo se najmanje ispitanika (njih 17) te je srednja ocjena 2,16. Dakle, možemo zaključiti da velika većina ispitanika (117) smatra da nisu dovoljno promovirani. S druge strane dio ispitanika (njih 91), smatra da su tradicijski obrti prepoznatljivi u kulturnoj i turističkoj ponudi grada što se donekle ne podudara s prethodno navedenim. Odnosno, ispitanici izgleda smatraju da obrti jesu prepoznatljivi, ali prema mišljenju većine nisu dobro promovirani koliko bi trebali biti s obzirom na činjenicu da predstavljaju jedan važan dio zagrebačkog identiteta. Na pitanja vezana uz daljnji rad obrta prosječna ocjena kreće se od 3,03 do 3,15. Ipak veći dio građana Zagreba smatra da obrtnički proizvodi mogu konkurirati jeftinim serijskim proizvodima i opstati, makar i samo kao turistička atrakcija.



Sl. 27. Razine slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama

Ispitanici prepoznaju manifestacije kao mogućnost promocije obrta i obrtničkih proizvoda što je vidljivo u visokom postotku (69,3%) tog odgovora. Nadalje, ispitanicima je bilo postavljeno pitanje o upoznatosti s takvim manifestacijama u gradu. Pitanje je koncipirano tako da je ponuđeno nekoliko primjera manifestacija, ali je dana i mogućnost da pod „ostalo“ sami navedu manifestaciju koja nije ponuđena, a smatraju da je važna za promociju obrtnika. Bilo je moguće odabrati više odgovora. Čak 37 ispitanika, što je 20,7% nije bilo upoznato niti s jednom



manifestacijom što je iznenađujuće (tab. 12.). Najveći broj odgovora bio je poznavanje *Zlatne igle* što ne čudi s obzirom na dob od 39,6% ispitanika koji su stariji od 46 godina. Navedena manifestacija egzistira od 1935. godine i bila je jedna od najvećih modnih manifestacija ovog dijela Europe. Danas nije toliko zastupljena u medijima te nove generacije vjerojatno ne znaju puno o njoj. 35,8% ispitanika upoznato je s Projektom *Ilica Q'art* te nešto manji postotak – 34,6% sa *Zagrebačkim obrtničkim sajmom*. S obzirom da se zadnja navedena manifestacija održava na Zagrebačkom velesajmu i da je zapravo promocija obrtničkih zanimanja osnovnoškolcima začuđuje visok postotak upoznatosti što upućuje na mogućnost da ispitanici naziv manifestacije povezuju s nečim drugim. U donjoj tablici navedene su ostale manifestacije koje su ispitanici naveli kao vezane za promociju obrta.

Tab. 12. Upoznatost ispitanika s manifestacijama koje promoviraju obrte

	broj odgovora	udio ispitanika (100%)
<i>Zlatna igla</i>	104	58,1%
<i>Projekt Ilica Q'Art</i>	64	35,8%
<i>Zagrebački obrtnički sajam</i>	62	34,6%
Nisam upoznat s navedenim manifestacijama	37	20,7%
<i>Markov sajam</i>	36	20,1%
<i>Manifestacija Zazeleni svaki dan</i>	9	5,0%
<i>Zagreb Crafts Shop</i>	2	1,1%
<i>Hush hush market</i>	1	0,6%
<i>Manifestacija Hrvatski otočni proizvodi</i>	1	0,6%
<i>Festival maslina</i>	1	0,6%

## 6.2. Zaključci iz provedenih intervjua

Ovo istraživanje provedeno je sa željom da se dobije uvid u današnje poslovanje obrtnika iz njihove perspektive. U tu svrhu izabrani su i intervjuirani neki od obrtnika koji prema HOK-u ispunjavaju uvjete za certifikat tradicijskih i umjetničkih obrta. Tomislav Cerovečki vlasnik je tradicijskog obrta *Kišobrani Cerovečki* koji se bavi izradom i popravkom kišobrana. Slađana

Štulec suvlasnica je tradicijskog obrta *A shoo* koji se bavi izradom ženske obuće po narudžbi i popravcima. Mira Petrović suvlasnica je tradicijskog i umjetničkog obrta *Zlatarna Popek*. Ivana Puzak Perikić vlasnica je tradicijskog obrta *Urarski servis Omega* koji se bavi servisiranjem i popravcima vrhunskih ručnih satova. Urarski servis izabran je kao primjer uslužnog obrta, ali i kao predstavnik vrhunske i priznate kvalitete urarskog ručnog rada tj. kao profesije prepoznatljive u Zagrebu kroz stoljeća i uvijek na cijeni.

Intervju je proveden i s vlasnicom dizajnerskog obrta Hippy Garden kao predstavnicom obrta koji nije nositelj Znak tradicijskog ili umjetničkog obrta, ali svojom kreativnošću, inovativnim rješenjima i idejama kako dizajna tako i načina poslovanja predstavlja nove generacije obrtnika.

U razgovoru s obrtnicima izdvojene su neke teme, njihova iskustva, i razmišljanja o istima. Svima su postavljena ista opća pitanja, dok se potpitanjima došlo do nekih zanimljivosti vezanih za njihovu djelatnost. Prva grupa pitanja odnosila se na njihovo profesionalno i osobno predstavljanje. Svi ispitanici su odgovorili da su obrti naslijeđeni, u vlasništvu obitelji drugu ili treću generaciju. Tradicija i ljubav prema poslu prenošena im je od roditelja s kojima su u radionicama provodili djetinjstvo. Iako imaju različita formalna obrazovanja kod svih je prevagnula ljubav prema zanatu. Ističu da su im zanimanja super kreativna i svoj rad shvaćaju kao primijenjenu umjetnost, pritom se svaki izražava kroz drugačiji medij. Svi su položili majstorske ispite, te smatraju da su za održavanje kvalitete osim talenta i ljubavi prema poslu najbitniji trud i praksa.



Sl. 28. Postolarska radionica *A shoo* u Marićevoj ulici 19



Sl. 29. *Urarski servis Omega* u Prolazu sestara Baković 3

Izvor: fotografija autorice

Zanimljivi su bili odgovori na pitanje jesu li im naslijeđeni brendovi teret i opterećenje ili izazov. Svi su se složili da je naslijeđen i uhodan posao ujedno i svojevrstan teret i izazov. „Sve troje... Izazov, jer su ljestvice postavljene visoko. Naslijedio si i brend i mušterije i znanje, te je izazov stalno održavati vrhunski nivo i opravdati brend“ (*Kišobrani Cerovečki*). Također se slažu da su mušterije naviknute na kvalitetu, ali im je i pomalo opterećenje ne iznevjeriti ih. Baš zbog njih, naglašavaju da ne odustaju bez obzira na sve probleme, te im je zadovoljstvo klijenata najveća motivacija. Najčešće spominjani problem je nedostatak mladog kadra koji bi bio zainteresiran školovati se i nastaviti tradiciju. Taj problem stalno se provlačio kroz intervju, a trenutno stanje dobro oslikava sljedeći primjer: „Imali smo na praksi nekoliko učenica obrtne škole koje su bile toliko nesretne činjenicom da pohađaju školu za postolara, da su se sramile to reći poznicama te im govorile da idu za frizerke i kozmetičarke“ (*A shoo*). Sugovornica time potvrđuje opće mišljenje da je cijeli sustav vrijednosti krivo postavljen što u javnosti stvara percepciju da su strukovne škole samo za loše učenike pa ne čudi nezainteresiranost mladih za te škole. Slažu se da mnogi talenti propadaju, iako poznavanje raznih vještina danas osigurava posao od kojeg se može dobro živjeti. Zbog takvog degradiranja

struke već danas nema majstora niti za osnovne popravke. Iako svi posjeduju licence za naukovanje učenika, nitko ih nema jer se ukidaju razredi u strukovnoj školi. Svi su ukazali na važnost školovanja mladih naraštaja, međutim navode da već godinama nitko nije upisan u razrede za zlatare ili urare. Na važnost školovanja posebno se osvrnula sugovornica koja je vlasnica urarskog obrta. Smatra da je jedina od mnogih urara koji su radili u njezinoj blizini opstala zahvaljujući praćenju promjena, ulaganjem u školovanje, te nove alate i strojeve. Ta upornost stvorila je od njezinog obrta regionalno priznat brend i njihova osposobljenost za najsloženije intervencije na svim vrstama satova prepoznata je od strane vrhunskih švicarskih brendova koji im dodjeljuju status ovlaštenog servisa za satove iz svog programa. Nitko od sugovornika ne zna tko će nastaviti tradiciju nakon njih. „Radit ću do mirovine a onda valjda zatvoriti“ (*Kišobrani Cerovečki*).



Sl. 30. *Kišobrani Cerovečki* u Ilici 49

Izvor: fotografija autorice

Sljedeća grupa pitanja odnosila se na iskustva s kupcima, kako domaćim tako i turistima. Također su upitani da navedu kako kupci dolaze do njih. Kupci su raznih profila iz svih dobnih skupina. Većina su dugogodišnji klijenti, a ostali dolaze uglavnom po preporuci, iako u zadnje vrijeme za njih saznaju i putem društvenih mreža na kojima su aktivni. Kupcima prilagođavaju asortiman u smislu ponude različitih cjenovnih kategorija. Svi sugovornici ističu da na oslabljenu potražnju sigurno utječe poplava jeftinih, ali nekvalitetnih proizvoda iz Azije. Jedan od sugovornika navodi primjer da je od sedam radiona iste djelatnosti jedino još on aktivan. Primjećuju da domaći kupci, osim stalne klijentele, uglavnom ne kupuju ciljano njihove proizvode. Sugovornici imaju dojam da ljudi ne cijene dovoljno kvalitetan ručni rad koji je skuplji, ali s obzirom na dugotrajnost u konačnici je ekološki prihvatljiviji. U tom smislu nedostaje edukacija šire javnosti po tom pitanju. Što se turista tiče slažu se da oni uglavnom slučajno ulaze u njihove prodavaonice i u tom smislu ističu važnost lokacije. Turisti općenito više cijene ručni rad i uglavnom se ugodno iznenade kada im pokažu radionice i način izrade proizvoda. Sa zanimanjem poslušaju priču o obrtničkoj tradiciji, te za razliku od domaćeg stanovništva pokazuju neko poštovanje. Međutim, iako su zadovoljni iskustvima s turistima slažu se da u ekonomskom smislu više posluju s domaćim stanovništvom. „30 godina poslujem u Ilici i ne mogu reći da sam u tom razdoblju nešto značajnije zaradio na turistima“ (*Kišobrani Cerovečki*). Što se tiče činjenice da su svi sugovornici nositelji Znak tradicijskih ili umjetničkih obrta ističu da to kupcima ne znači ništa, jer nisu upoznati sa značenjem istog. U kontekstu poslovanja o važnosti posjedovanja znaka imaju različita iskustva. Neki hvale stručnost preciznost pri dodjeli znaka, te smatraju da se profesionalno poštuju kriteriji. Znak je ponekad pomoć u marketinškom smislu jer neki od sugovornika imaju iskustvo promocije u medijima upravo zahvaljujući posjedovanju istog. Svima posjedovanje znaka najviše pomaže kod dobivanja poticaja i subvencija. Kao pozitivan primjer navode Program očuvanja i razvoja tradicijskih i umjetničkih obrta koje provodi Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, jer im omogućava dodatne bodove na natječaju. „Pomaže nam za dobivanje poticaja i subvencija. Naši strojevi su izuzetno skupi i teško bi ih mogli realizirati bez poticaja“ (*Urarski servis Omega*). Jedan od sugovornika naglašava da je ipak previše birokracije i nefleksibilnosti, te se stoga prijavljuje na natječaje samo ako nema drugog rješenja. Svi sugovornici su zadovoljni današnjim sustavom organizacije obrta, te imaju uglavnom pozitivna iskustva sa strukovnim organizacijama. Naglašavaju dobru suradnju s Gradom kao i Udruženjem obrtnika grada Zagreba. Ističu dobro organizirane tečajeve vezane za problematiku izvan osnovne stručne djelatnosti, pravnu pomoć i zaštitu, te savjetodavnu ulogu. Slažu se da današnje vođenje obrta podrazumijeva usvajanje kompetencija iz raznih područja, te im je navedeno bitno, pogotovo

uvažavajući činjenicu da svi pripadaju grupi obrtnika s malo zaposlenih i bez popratnih službi. „Obrtništvo je danas poduzetništvo zbog svakodnevnog bavljenja administracijom i papirologijom“ (*Zlatarna Popek*).



Sl. 31. Zlatarna Popek u Ulici Nikole Tesle 9

Izvor: fotografija autorice

S obzirom da su njihove radionice smještene u užem centru grada, vlasnici su upitani o važnosti te činjenice za poslovanje, kao i za prepoznatljivost. Iz odgovora se može zaključiti da lokaciju smatraju važnom prije svega zbog lakšeg pronalaska i dostupnosti javnim prijevozom za kupce koji ciljano dolaze. Naglašavaju da su u zoni kretanja turista kao i fluktuacije velikog broja ljudi, što također nije zanemarivo: „lokacija je bitna pogotovo za turiste ali nije presudna, imamo mušterije iz cijele Hrvatske koje naručuju Internetom, dok s druge strane klijent koji stanuje na Črnomercu (nekoliko tramvajskih stanica dalje) se žali da mu je daleko jer ne može doći autom“ (*Kišobrani Cerovečki*). Osvrnuli su se i na problematiku otvaranja trgovačkih centara u smislu konkurencije. Zaključuju da mnogi povijesni centri sa sličnim tradicijskim dućanima izvrsno posluju drugdje u svijetu bez obzira što je trgovačkih centara i više nego u Zagrebu. Zaključak je da ljudi jednostavno nemaju svijest o prednostima kupovanja kvalitetnih obrtničkih proizvoda.

Na pitanja vezana uz promociju putem raznih manifestacija većina sugovornika na njima sudjeluje. Vlasnica *Urarskog servisa Omega* navodi da njezina djelatnost nije tip usluge koja se na taj način promovira, ali napominje da je dio *Zagreb Crafts* priče. Pohvalili su novu manifestaciju *Zazeleni svaki dan* čiji je koncept da obrtnici popravljaju stvari iz svog djelokruga i tako osvještavaju građane o potrebi popravaka stvari s ciljem stvaranja što manje otpada. Kao manifestacije gdje su promovirali svoj rad navode *Sajam vjenčanja*, *Fashion Week*, *Zlatnu iglu* i slična modna događanja. Također surađuju na *Zagrebačkom obrtničkom sajmu* kao predstavnici za promoviranje svojih zanata u sklopu obrtne škole. Svi se slažu da postoji potreba za novim i inovativnijim manifestacijama pristupačnijim mlađim generacijama na kojima bi rado sudjelovali. Svaki od izabranih obrta ima svoje specifičnosti koje ga karakteriziraju. Neki ističu osobni pristup klijentu, unikatnosti dobivenih proizvoda rađenih po mjeri, kojima se kupcima pruža mogućnost sudjelovanja u procesu izrade. Inovativna rješenja koja ih izdvajaju od uniformiranosti proizvoda na tržištu, ističu kao mogući razlog svog dugog poslovanja.

Sve je češća suradnja kako između samih obrtnika tako i s raznim industrijama. Jedna od sugovornica ističe dugogodišnje suradnje s velikim modnim industrijama za koje su izrađivali proizvode iz svojih kompetencija po sistemu *know-how*. Suradnju obrtnika s modnim dizajnerima promovira i HOK: „Naš inovativni proizvod kabanica *Kaplja* nastala je iz suradnje s dizajnericom Anom Rimac za natječaj Zagrebačke banke i HOK-a“ (*Kišobrani Cerovečki*).



Sl. 32. *Hippy Garden* u Masarykovoj ulici 5

Izvor: fotografija autorice

Iako tradicionalni obrtnici ostvaruju suradnje i prisutna je želja za većim uključivanjem u kreativne industrije, sljedeća sugovornica na temelju takvih suradnji stvorila je uspješan brend. Intervju s vlasnicom obrta *Hippy Garden* vođen je ciljem prikazivanja mogućnosti opstanka na tržištu uz primjenu vlastite kreativnosti, kao i mogućnost razvijanja u sklopu kreativnih industrija. S tradicionalnim obrtnicima dijeli karakteristiku da njene kolekcije čini unikatna ručna izrada odjevnih predmeta, te rad s vrhunskim materijalima. Obrt nije naslijedila, te on nema status tradicijskog niti umjetničkog. Otvorila ga je i brendirala sama, te naglašava da iako nema formalno dizajnersko obrazovanje radi ono što voli, vjeruje u svoj rad, te upornost smatra ključem uspjeha. Način prezentacije također smatra vrlo bitnim u današnje vrijeme. Za manifestacije na kojima bi se trebali predstavljati kreativci kaže da su neinovativne i potpuno zastarjele, te da nije isključivo budžet uzrok takvog stanja, već nepostojanje inovativnih ideja. Njezino predstavljanje kolekcija prati inovativnost i neosporna vidljivost i prisutnost u široj javnosti, što upravo nedostaje u promociji tradicionalnih obrta. U prezentacije uključuje neočekivane prostore koje pretvara u kulise za priču koja prati kolekcije, dodaje zanimljive vizualne i zvučne efekte i sl. Zaključuje: „kao što rekoh ja se usudim, uporna sam i to se zove kreativnost.“ U svojim revijama često prezentira hrvatske tradicijske motive, što je rezultiralo vrlo popularnom i prepoznatljivom linijom proizvoda *From Croatia with Love*. Ističe da je projekt nastao iz njenog utopijskom pristupu prema svemu hrvatskome. Sve je započelo financijskom podrškom Grada Zagreba za projekt *Licitarska srca s dizajnerskim potpisom*. Ključna ideja bila je osuvremenjivanje tog hrvatskog simbola. Smatra da suvenir mora imati upotrebnu funkciju, te da suvremeni svijet treba suvremene stvari. Nit vodilja bila je stvoriti prepoznatljiv vizual, a srce je univerzalni simbol. Tako je nastala suvenirski priča koja danas ima preko 40 proizvoda: čokolade, kozmetika, espadrile, tenisice, majice, torbice, maske za lice i sl. Za realizaciju uspostavljena je suradnja s nizom proizvođača kao što su *Borovo*, *Bobis*, *Atlantic Grupa* i dr., te je tako nastao jedinstveni suvenirski brend koji postoji sam za sebe. Povezala je hrvatske proizvođače kroz suradnju na ovom projektu i smatra da je to dobar put razvoja za sve vrste obrta koje svakako smatra dijelom kreativnih industrija. Navodi česte probleme s nefleksibilnošću ljudi koji rade u državnim poduzećima, kao i nedostatak volje za suradnju. Pohvale ipak daje Gradu Zagrebu i Turističkoj zajednici grada Zagreba jer su shvatili da se kultura može promovirati i na neki drugačiji način koji je moderniji i sofisticiraniji. Naglašava da nisu osigurali neke velike stvari ali su bili podrška. Na pitanje o reakciji mladih odgovara da su povratne informacije fantastične, te smatra da je to dokaz kako je dovoljno običnoj stvari dati „moderniju dušu“, unijeti malo vedrine i tako ljude učiniti ponosnima što nose hrvatsku stvar. Zaključuje da Hrvatska posjeduje veliki potencijal ali da takve uspješne



priče uvijek kreću od pojedinca, entuzijasta, a ne nažalost od države. Želja joj je da ljudi shvate koliko ovdje ima mogućnosti, te da proizvedeno u Hrvatskoj ima kvalitetu, tradiciju i neusporedivo je s jeftinom kineskom robom.



Sl. 33. Neki od proizvoda iz kolekcije *From Croatia with Love*

Izvor: Hippy Garden, 2021

## 7. Rasprava

Za razliku od obrta koji su obilježili dugi period u razvoju Zagreba u raznim aspektima, današnji se obrti razlikuju prema vrstama pokrivajući veliki skup djelatnosti kako uslužnih tako i proizvodnih.

Tradicijskim obrtima danas se smatraju oni koji izrađuju proizvode pretežitim udjelom ručnog rada, tradicijskim tehnikama i alatima. Iako se poštuje izvorna tehnologija izrade, neke inovacije u tehnikama su neophodne. Proizvodi i danas svojim oblikom i namjenom slijede obrasce tradicijske kulture, te naglašavaju kreativnost i individualnost majstora. Iako je Zagreb izrastao na obrtničkom radu, današnji tradicijski obrti imaju zanemariv doprinos u gospodarskom smislu. Poštujući navedene kriterije moguće je izrađivati ograničene serije koje uglavnom nisu ekonomski isplative. Tradicijski obrti posluju na području centra Zagreba, u vlasništvu su istih obitelji generacijama i osim vlasnika radi svega nekoliko majstora. Izrađuju vrlo kvalitetne proizvode koji na žalost cijenom teško konkuriraju jeftinoj uvoznoj robi s istoka. To su potvrdili sami obrtnici, ali i rezultati dobiveni anketom među stanovnicima grada. Većina kupaca su dugogodišnji klijenti ili dolaze po preporuci, dok je udio turista kao kupaca zanemariv. Podaci dobiveni anketom potvrđuju polazne hipoteze da većina ispitanih ne kupuje obrtničke proizvode te da većina ispitanika nije ni upoznata sa Znakom tradicijskog ili umjetničkog obrta kojeg dodjeljuje Hrvatska obrtnička komora i shodno tome većinom ni ne znaju navesti obrtnike koji posjeduju taj znak. Obrtnici smatraju da je motiv za kupnju tradicijskih proizvoda kod njihovih klijenata kvaliteta, originalnost, unikatnost proizvoda napravljenih po mjeri i visoki estetski standard, a slične karakteristike obrtničkih proizvoda prepoznate su i prema rezultatima ankete među ispitanicima. Bez obzira na slabo opće poznavanje tradicijskih obrta kao djelatnosti, ispitanici su izdvojili ručnu izradu i unikatnost kao važne karakteristike tradicijskih obrta koje ih po njihovom mišljenju izdvajaju od jeftine konkurencije.

Nedovoljna i zastarjela promocija detektirana je kao osnovni problem koji utječe na prepoznatljivost tradicijskih obrta i njihovih proizvoda. Veća vidljivost po mišljenju ispitanika poboljšala bi poslovanje obrtnika i zainteresiranost za proizvode. Time se nameće potreba kreativne i atraktivne promocije koja bi bila prilagođena suvremenim trendovima i mlađim generacijama. Promociju putem novih medija, prvenstveno društvenih mreža preferiraju ispitanici ankete i to u velikom postotku, dok obrtnici naglašavaju kako bi rado sudjelovali u modernijim i inovativnijim manifestacijama kao načinu prezentacije svojih proizvoda. Da je to možda ključ rješenja problema potvrđuje primjer uspjeha *Hippy Gardena*, pa je u tom smislu s

vlasnicom vođen izdvojeni intervju. Može se zaključiti da se bez obzira na medij i način prezentacije ispitanici slažu da je potrebno osuvremeniti prezentaciju i povećati vidljivost i dostupnost tradicijskih proizvoda. Takve inicijative postoje, ali se svode na napore kreativnih pojedinaca, što je u razgovoru istaknula i dizajnerica Đurđica Vorkapić. Kao jedan od najvećih problema intervjuirani obrtnici ističu nepostojanje mladog kadra koji bi nastavio tradiciju. Osim nedovoljne promocije, kako samih obrta tako i kulturne tradicije Zagreba, postoji niz drugih razloga koji su doprinijeli stvaranju negativne percepcije u javnosti o strukovnim zanimanjima, s čime se obrtnici kontinuirano susreću. Prevladava mišljenje da su strukovna zanimanja rezervirana za loše učenike, da su nedovoljno plaćena i manje vrijedna. Stoga je interes mladih u stalnom padu, a država umjesto da intervenira u tom smislu, ukida čitave razrede za obrazovanje deficitarnih kadrova. Iz svega navedenoga ne čudi brojčana stagnacija tradicionalnih i umjetničkih obrta. Preostali tradicijski i umjetnički obrti danas uglavnom egzistiraju u centru grada što je vidljivo iz prostornog razmještaja istih dobivenog kartiranjem. Iako je to prostor intenzivnog društveno-gospodarskog života i bogate kulturno-povijesne baštine ispostavilo se da to više nije velika prednost pri poslovanju, osim u činjenici da je to zona kretanja turista. U tom kontekstu iskustva obrtnika govore da turisti „slučajno“ uđu u radionice, a onda ostanu zaprepašteni da takve radionice uopće postoje i oduševljeno saslušaju priču majstora o tradiciji radionice. Isti taj centar koji je nekada vrvio obrtničkim radionicama i životom, što se iščitava u radovima koji se bave povijesnom tematikom rada, a koji su korišteni kao literatura. Danas je taj centar pust i devastiran na mnogo različitih načina, a uzroci i eventualna rješenja su teme mnogih stručnih radova. Kartirani poslovni prostori idu tome u prilog s obzirom da je više zatvorenih nego aktivnih. Takva slika u velikoj se mjeri podudara s rezultatima istraživanja provedenog u radu Radeljak Kaufmann i dr. (2020). Neupitna je nužnost revitalizacije centra grada kroz niz aspekata, ali u kontekstu ovog rada to se prvenstveno odnosi na obrtničke tradicijske radionice, s obzirom na mogućnost iskorištavanja napuštenih poslovnih prostora u svrhu revitalizacije tradicijskih radionica. Ponovo možemo zaključiti da su u tom smislu vidljivi samo napori pojedinaca poput projekta *Ilica Q'art* koji uspješno pokušava revitalizirati prostore u Ilici, često surađujući s obrtnicima. Utvrđeno je da mali postotak ispitanika dolazi u gradsko središte, a i kada dolaze uglavnom su u prolazu na posao ili posjećuju ugostiteljske objekte. U kontekstu definiranih problema britanski okvir za revitalizaciju (*Četiri A*) koji Jakovčić (2006) navodi bio bi primjenjiv na Zagreb. Stoljetna prisutnost obrta na tom području ipak je prema rezultatima ankete u svijesti ispitanika mjesto koje u velikom postotku povezuju s tradicijom obrtničkog rada, te ih većina ispitanika i smatra važnim dijelom kulturnog identiteta Zagreba (čime je potvrđena još jedna od polaznih

hipoteza). Grad Zagreb kao nositelj lokalne vlasti uviđa probleme i potrebe tradicionalnih obrtnika, te im na razne načine pokušava osigurati bolje uvjete za očuvanje i rast. Realiziran je niz projekata kojima se osiguravaju financijske potpore za razvoj novih tehnologija i edukaciju. Radi promocije obrtničkih zanimanja organiziran je Zagrebački obrtnički sajam, provode se reklamne kampanje, te dodjeljuju stipendije za učenike i studente deficitarnih zanimanja. Gradu su kvalitetni partneri strukovne organizacije obrtnika kao što su HOK, OKZ i Udruženje obrtnika grada Zagreba. Sve te napore obrtnici prepoznaju i hvale ali naglašavaju da se ništa bitno ne mijenja na bolje te ističu potrebu stvaranja šireg strateškog plana.

Vidljiv je potencijalni iskorak u daljnjem razvoju tradicionalnih obrta prema implementaciji u kreativne industrije. Kako se one temelje na kreativnosti, vještinama i talentu pojedinaca, te povezuju stvaratelje (obrnike) s tvrtkama, uspješnost nekih suradnja opisanih u radu ne čudi. Tradicijski obrtnici i sami su istaknuli kao pozitivan smjer svoju suradnju s drugim dizajnerima što može biti početak za slične suradnje s čitavim industrijama. Takav eventualni smjer razvoja utjecao bi na veću profitabilnost radnji, njihovu vidljivost i prepoznatljivost, a pri tome se ne bi utjecalo na kvalitetu, izvornost i kreativnost u radu i proizvodima. Neki od opisanih primjera dokazuju kako se kreativnošću, suradnjom i inovativnošću može premostiti većina definiranih problema koji prate rad današnjih obrta.

Tradicijski i umjetnički obrti danas ipak imaju najveću vrijednost i važnost kao nositelji nematerijalne baštine. Već je rečeno da su prepoznati kao dio jedinstvenog i autentičnog identiteta Zagreba. Da bi ostali pokretači kulturne raznolikosti koja se danas u doba uniformiranosti kulture osobito cijeni, nameće se potreba njihove zaštite kako ne bi nestali kao kulturna posebnost. Postoji čitav niz mjera kojima se pokušavaju zaštititi. Za razliku od materijalne baštine čija se zaštita bazira na pokušaju fizičkog očuvanja konzervatorskim mjerama, nematerijalna baština štiti se drugim metodama. U središtu očuvanja nematerijalne kulturne baštine su njezini nositelji i prenositelji. Autori koji se bave tom tematikom govore o potrebi podizanja svijesti o važnosti kulturne baštine prije svega na lokalnoj razini ističući lokalno stanovništvo kao glavni faktor zaštite. U tom smislu donesena je UNESCO-ova Konvencija o zaštiti nematerijalne baštine koja između ostalog naglašava potrebu osvještavanja mladih ljudi. Republika Hrvatska, kao potpisnica konvencije, u zakonskom smislu ispunjava svoje obaveze po pitanju „identifikacije i dokumentiranja“ nematerijalne kulturne baštine. Na listi Ministarstva kulture trenutno je pet tradicijskih obrta Grada Zagreba kao dijela zaštićene kulturne baštine. Međutim, utvrđeno je da je malo ljudi s tim upoznato, kao i s načinom zaštite tradicijskih i umjetničkih obrta dodjeljivanjem Znaka/Uvjerenja kao certifikata autentičnosti vještina. Samo 14,5% ispitanika ankete je izjavilo da je upoznato s pojmom Znaka tradicijskog

obrta. Nameće se potreba inovativnog načina za isticanje tradicijskih obrta putem suvremenih display-a koji bi zainteresirali slučajne prolaznike i turiste te tako pridonijeli vidljivosti kako samih tradicionalnih radiona tako i obrta kao nematerijalne baštine.

Poticanje kulturnog turizma jedan je od mehanizama zaštite nematerijalne kulturne baštine. U gradovima u kojima je najveća koncentracija bogate kulturno-povijesne baštine, ona je neizostavan faktor prilikom kreiranja i osmišljavanja ponude turističke destinacije.

Govoreći o kulturnom turizmu razvidno je da ne postoji jedinstvena definicija istog, jer kulturni turizam obuhvaća širok raspon specijaliziranih vrsta poput gradskog turizma, turizma baštine, turizma događaja i kreativnog turizma. Upravo je kreativni turizam u Strategiji razvoja turizma RH istaknut kao najbrže rastući, a Grad Zagreb donio je kao lokalna vlast Strategiju kulturnog i kreativnog razvitka. U fokusu kulturnog turizma je iskustvo, atraktivnost, edukacija, doživljaj destinacije kroz upoznavanje kulture. Bitna karakteristika je i interakcija s domaćim stanovništvom, jer kreativni turizam između ostalog potiče iskustvenu aktivnost s ciljem razvijanja kreativnih potencijala turista. Ukratko, umjesto statičnosti eksponata i objekata, kreativni turizam stavlja na prvo mjesto ljudsku kreativnost i najčešće autohtono djelovanje na nekom prostoru.

Zagreb ima bogatu kulturnu tradiciju čiji su važni dio tradicijski obrti. Međutim da bi se mogao prezentirati i nuditi na tržištu mora se oblikovati kao turistički proizvod. Nažalost u Zagrebu ne postoji turistički proizvod koji promovira i upoznaje turiste tradicijom obrtničkog rada kako u materijalnoj, tako i nematerijalnoj dimenziji. Upravo je uključivanje obrtničkih radionica u turističku ponudu način za inovativnu prezentaciju znanja i vještina u autohtonom okruženju. Kulturni turist je sklon kretanju i istraživanju, te potencijalni prijedlog iskazan od strane ispitanika ankete za potrebom pješačkih tura na temu tradicijskih i umjetničkih obrta je vrlo zanimljiv. Stvaranje jedinstvene turističke atrakcije koja bi obuhvaćala upoznavanje s tradicijom, prvenstveno kroz obrtnički rad mogla bi sadržavati obilazak objekata koji su nastali radom raznih obrtničkih djelatnosti, uključiti već postojeće edukativne radionice u Etnografskom muzeju, razgledavanje zbirke obrtničkih proizvoda u postavama Muzeja za umjetnost i obrt i Muzeja grada Zagreba, a sve popraćeno zanimljivim pričama koje su vezane uz obrtnički rad kroz povijest, ispričane od strane autentičnih prenositelja baštine. Posjet obrtničkim radionicama pružao bi turistima uvid gdje je i kako nastajala baština grada Zagreba, uz mogućnost primjene vlastite kreativnosti u pokušajima izrade nekih od proizvoda. Ljudi koji su stvarali vizuru i simboliku grada zaslužuju sveobuhvatnu turističku priču, a koja je apsolutno neistražena baštinska osnova.

Preduvjet za stvaranje takvog novog oblika kreativne turističke ponude je postojanje kvalitetne suradnje lokalne zajednice, institucija vezanih za turizam i kulturu, kao i samih nositelja baštine tj. obrtničkih majstora. Takve jedinstvene sadržaje turističke ponude potrebno je suvremenim marketinškim alatima prezentirati turistima, te raditi na brendiranju. Dojam je da danas dominiraju pojedinačne inicijative u provođenju kulturnog turizma. Iskustva tradicijskih obrtnika prema kojima turisti sami i slučajno otkrivaju autentične obrtničke radionice, te vrlo loša upoznatost anketiranih ispitanika o tradicijskim obrtima potvrđuju da je osnovni problem loša promidžba i nedovoljna suradnja svih sektora vezanih za obrazovanje, kulturu i turizam. Iz svega navedenoga detaljno se iščitava uloga obrta nekad i danas što je bio osnovni cilj rada. Također su utvrđeni nedostaci i mogućnosti za smjerove razvoja, te potvrđene polazne hipoteze.

## 8. Zaključak

Tradicijski obrti u današnjem okuženju koje je uvjetovano globalizacijom, masovnom jeftinom proizvodnjom, novim načinima prodaje i poslovanja, nezainteresiranosti šire javnosti i mladih za tradiciju, gube na važnosti poglavito u gospodarskom smislu. Opstanak preostalih tradicionalnih obrta važan je iz dva razloga. Prvi razlog vezan je uz činjenicu da je taj rad obrtnicima djelatnost od koje žive. S obzirom na sve navedeno, od kriterija koje moraju zadovoljiti da bi imali status tradicijskog, skupih finalnih proizvoda koji su kvalitetni ali teško konkuriraju trendovima na tržištu, pa do nedostatka radne snage, potrebno je pronaći model daljnjeg poslovanja. Jedno od mogućih rješenja je povezivanje s kreativnim industrijama. Takvo povezivanje obrtnika tj. implementiranje njihovih znanja i vještina u druge gospodarske aktivnosti može potaknuti daljnji razvoj i veću profitabilnost ne utječući pritom na kvalitetu i izvornost proizvoda, kao i kreativnost u radu. Drugi razlog je velika vrijednost tradicijskih obrta kao nematerijalne baštine koji se kao takvi moraju očuvati. Zagreb ima povijesno naslijeđe koje je vrijedni turistički resurs, ali nedovoljno istražen i valoriziran. Aktualni trendovi u turizmu danas se baziraju na doživljajima, autentičnosti ponude, upoznavanju s lokalnom baštinom, te interakcijom s nositeljima baštine. Turistički proizvod baziran na upoznavanju kulturnog naslijeđa kroz materijalnu i nematerijalnu ostavštinu stoljetnog rada zagrebačkih obrtnika s mogućnošću obilaska autentičnih radionica bio bi jedinstven i originalan kako za turiste tako i za edukaciju šire domaće javnosti. Osim što je razvoj kulturnog turizma jedan od mehanizama zaštite kulturne baštine, ujedno omogućava i njenu veću vidljivost, te je potencijal za razvoj drugih grana gospodarstva.

Unatoč bogatstvu resursa i relativno dobroj turističkoj infrastrukturi Zagreb u praksi ne iskorištava te potencijale.

Umjetničke i tradicijske radionice veliki su potencijal koji bi se trebao bolje istražiti, brendirati i osuvremeniti, pogotovo u marketinškom smislu. Potrebno je izraditi strategiju koja bi uključivala pronalaženje načina za edukaciju javnosti, turističku valorizaciju, osmišljavanje turističkih proizvoda, pronalaženje načina financiranja, uključivanje i povezivanje svih struka bitnih za revitalizaciju urbanih prostora, te tako vratiti „duh starog Zagreba“ u novim urbanim okolnostima uvažavajući trendove kao i potrebe građana i turista.

## 9. Literatura i izvori

### Literatura:

1. Bilić, J., Ivanković, H., 2006: Zagrebački leksikon, 2 sv., Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Masmmedia, Zagreb, „Sajmovi“ str. 281-282.
2. Buntak, F., 1996: Povijest Zagreba, Nakladni zavod Matice hrvatske
3. Dobronić, L., 1994: Gradski teritorij, njegova urbana i ruralna naselja, u: Zagrebački Gradec 1242. -1850. (ur. Kampuš, I., Margetić, L., Šanjek, F.), Zagreb, Grad Zagreb, 1994, str 29.-36.
4. Herkov, Z., 1987: Povijest zagrebačke trgovine, Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti „Zagreb“, Zagreb
5. Horjan, G., 2009: Nematerijalna baština kao pokretač regionalnog razvoja Craftattract - tradicijski obrti - nove atrakcije za kulturni turizam. *Informatica museologica*, 40 (1-2), 79-84.
6. Horvat, R., 1992: Prošlost grada Zagreba, August Cesarec, Zagreb
7. Horvat, R., 1994: Povijest trgovine, obrta i industrije u Hrvatskoj, AGM u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom, Zagreb, original je iz 1927.
8. Jakovčić, M., 2006: Business Functions and Problem of Closure of Commercial Premises in Ilica Street in Zagreb, *Hrvatski geografski glasnik*, 68.(1), str. 27-50.
9. Jelinčić, D., A., 2008: Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zagreb
10. Jelinčić, D.A., Žuvela, A., 2013: Što nas čini različitima? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnoj Europi. *Medijske studije*, 4 (7), 75-91.
11. Karamehmedović, D., 2017: Uloga europske inicijative Interreg III. u valorizaciji kulturne baštine u Republici Hrvatskoj, *Putokazi*, 5 (2017), 1; 125-142
12. Klarin, T., 2018: Pretpostavke uspješne implementacije koncepta održivog razvoja turizma: Primjer urbanih destinacija Republike Hrvatske. *Acta turistica*, 30 (1), 43-85.
13. Kolar, M., 2014: Urbanistički razvoj Zagreba tijekom 17. i 18. stoljeća. *Essehist*, 6 (6), 77-83.
14. Kolar-Dimitrijević, M., Šoić, M., Horvat, Đ., 2005: Obrtništvo Zagreba: 650 godina tradicije i 120 godina organiziranog obrta, Zagreb, Udruženje obrtnika grada Zagreba
15. Kušen, E., 2002: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb
16. Lončar, J., 2005: Globalizacija kao nositelj suvremenih promjena u svijetu. *Geoadria*, 10 (1), 91-104.



17. Magdalenić, I., 1971: Urbanizacija i socijalna diferencijacija s posebnim osvrtom na prostornu segregaciju unutar gradova. *Sociologija i prostor*, (31-32), 62-71.
18. Mumford, L., 2010: *Kultura gradova*, Mediterran Publishing, Novi Sad, prijevod izdanja iz 1970.
19. Nikočević, L., Gavrilović, Lj., Hrovatin, M., Jelinčić, D.A., Kale, J., Ratković, D.L., ... Zebec, T., 2012: *Kultura ili baština? Problem nematerijalnosti*. *Etnološka tribina*, 42 (35), 7-56.
20. Pančić Kombol, T., 2006: *Kulturno naslijeđe i turizam*. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (16-17), 211-226.
21. Radeljak Kaufmann, P., Kliček, S., Bišćević, F., Dokupil, D., Jašinski, D., Begonja, M., Harjač, D., Bosanac, T., Komes, S., Slavuj Borčić, L. 2020: *Hollowing out and revitalising a post-socialist city centre: Vacant commercial premises in Zagreb*, *Geographia Polonica*, 93 (3), 341-360
22. Raukar, T., 1994 : *Gradec i grad na hrvatskom prostoru*, u: *Zagrebački Gradec 1242. - 1850.* (ur. Kampuš, I., Margetić, L., Šanjek, F.), Zagreb, Grad Zagreb, 1994, (str. 13.-17.)
23. Roksandić, D., 2012: *Izlazak izvan zidina: Povijest grada Zagreba*, Knjiga 1. *Od prehistorije do 1918*, Goldstein, I., Goldstein, S. (ur.), Zagreb, Novi liber, 2012. str. 200-251
24. Rudan, E., 2012: *Razvojne perspektive kreativnoga turizma Hrvatske*, *Ekonomski misao i praksa*, (2), 713-730.
25. Svirčić, A., 2002: *Javni prostori u Zagrebu: primjer dvaju središnjih trgova*, *Sociologija sela*, Vol. 40, 1/2 (155-156): 117-135.
26. Szabo, Đ., 1990: *Stari Zagreb*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb
27. Šestan, I., 2006: *Tradicijski zanati O problemima etnološkog definiranja «jasnog pojma»*, *Etnološka istraživanja*, (11), str. 111-121.
28. Vresk, M., 1986: *Neki pokazatelji funkcionalno-prostorne strukture Zagreba*, *Acta Geographica Croatica*, 21. (1.), 45-53.

Izvori:

1. Glorija.hr, 2021: <https://www.gloria.hr/gl/fokus/price/srce-ga-je-izdalo-tamo-gdje-je-najvise-volio-ici-odlazak-najpoznatijeg-obrtnika-kojeg-je-volio-cijeli-zagreb-15133778> (20.12.2021.)
2. Grad Zagreb, 2021: Potpore za očuvanje i razvoj tradicijskih, deficitarnih i proizvodnih obrtničkih djelatnosti, <https://www.zagreb.hr/potpore-za-ocuvanje-i-razvoj-tradicijskih-deficita/166965> (4.10.2021.)
3. Hippy Garden, 2021: Hippy Garden From Croatia with Love, <https://hippygardenbrand.tumblr.com/post/146750740583/hippy-garden-from-croatia-with-love-suveniri> (20.12.2021.)
4. Hrvatska obrtnička komora, 2021a: Tradicijski i umjetnički obrti, <https://www.hok.hr/cehovi-i-sekcije/tradicijski-i-umjetnicki-obrti> (2.9.2021.)
5. Hrvatska obrtnička komora, 2021b: O nama, <https://www.hok.hr/o-hok-u/o-nama> (2.9.2021.)
6. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2014., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2014, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
7. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2015., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2015, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
8. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2016., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2016, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
9. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2017., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2017, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
10. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2018., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2018, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>

11. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2019., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2019, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
12. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2020., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2020, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
13. Hrvatska obrtnička komora: Statističke informacije lipanj 2021., izdavač: Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, kolovoz 2021, <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/statistika/obrtnistvo-u-brojkama>
14. Hrvatska tehnička enciklopedija, 2021: Portal hrvatske tehničke baštine, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://tehnika.lzmk.hr/pivo/> (21.9.2021)
15. Klesarska škola, 2021: <https://klesarskaskola.hr/upisi/> (10.12.2021)
16. Portal obrtnog registra Republike Hrvatske, 2021: O obrtu, <https://portor.gov.hr/index.php/o-obrtu/> (14.12.2021)
17. Pravilnik o tradicijskim odnosno umjetničkim obrtima, 2007, Narodne novine, donositelj: Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, NN 112/2007, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_10\\_112\\_3312.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_10_112_3312.html)
18. Pravilnik o vezanim i povlaštenim obrtima i načinu izdavanja povlastica, 2008, Narodne novine, donositelj: Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, 2008, NN 42/2008, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008\\_04\\_42\\_1419.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_42_1419.html)
19. Program poticanja razvoja obrta, malog i srednjeg poduzetništva u Gradu Zagrebu 2019. - 2023., 2019: Grad Zagreb, <https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/gospodarstvo/program%20poticanja%20Orazvoja%20obrt%20malog%20i%20srednjeg%20poduzetni%20C5%A1tva/Program%20poticanja%20razvoja%20obrt%20malog%20i%20srednjeg%20poduzetni%20C5%A1tva%20u%20GZ%202019-2023.pdf>
20. Projekt Ilica, 2021: O projektu, <https://projektilica.com/o-projektu-2019/> (12.12.2021.)
21. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (3.4.2021.)

22. Strategija kulturnog i kreativnog razvitka Grada Zagreba 2015.-2022., Grad Zagreb, 2015, <https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/04%20Strategija.pdf>
23. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Vlada Republike Hrvatske, 2013, <https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/04%20Strategija.pdf>
24. Tportal.hr, 2019: Ministarstvo gospodarstva potiče obrtnike: Gdje su ruke, ima i struke!, <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/ministarstva-gospodarstva-potice-obrtnike-gdje-su-ruke-ima-i-struke-20190619> (21.9.2021.)
25. Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021a: O nama: Riječ predsjednika, <http://www.obrtnici-zagreb.hr/node/255> (21.9.2021.)
26. Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2021b: Povijest, <http://www.obrtnici-zagreb.hr/node/258> , 13.10.2021.
27. Unesco.org, 2021: Linguistic versions of the 2003 Convention, Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, <https://ich.unesco.org/en/in-other-languages-00102> (3.9.2021.)
28. Wish.hr, 2021: Kuća za ljude i umjetnost, <https://www.wish.hr/kuca-za-ljude-i-umjetnost/> (3.10.2021.)
29. Zagreb.info, 2018: Zagrepčani su pravi kavoljupci: Prve kavane kriju bogatu povijest, <https://www.zagreb.info/ritam-grad/o-gradu/zagrepčani-su-pravi-kavoljupci-prve-kavane-kriju-bogatu-povijest-2/171617/> (2.9.2021.)
30. Zakon o obrtu, 2020, Narodne novine, donositelj: Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, NN 143/13, 127/19, 41/20, <https://www.zakon.hr/z/297/Zakon-o-obrtu>
31. Zakon o potvrđivanju Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, 2005, Narodne novine, 2005, NN 5/2005, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2005\\_06\\_5\\_47.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2005_06_5_47.html)

## 10. Prilozi

### Prilog 1: Anketni upitnik za građane grada Zagreba

1. Spol
  - M
  - Ž
  
2. Dob
  - Manje od 18
  - 18 – 25
  - 26 – 35
  - 36 – 45
  - 46 – 60
  - Više od 60
  
3. Status
  - Učenik/-ca
  - Student/-ica
  - Zaposlen/-a
  - Nezaposlen/-a
  - Umirovljenik/-ca
  
4. Završeno obrazovanje
  - Osnovna škola
  - Srednja škola
  - Preddiplomski studij
  - Diplomski studij
  - Doktorski studij
  
5. Mjesto stanovanja
  - Uži centar grada
  - Širi centar grada
  - Periferija grada
  - Okolica Zagreba
  
6. Koliko često posjećujete centar grada Zagreba?
  - Živim u centru
  - Svakodnevno
  - 2 – 3 puta tjedno
  - Jednom tjedno
  - Nekoliko puta mjesečno
  - Jednom mjesečno
  - Nekoliko puta godišnje

7. Koji je najčešći razlog vašeg dolaska u centar grada?

- Radno mjesto
- Druženje s prijateljima
- Kulturne manifestacije
- Kupovina prehrambenih proizvoda
- Kupovina neprehrambenih proizvoda
- Kupovina specijaliziranih proizvoda
- Ostalo: \_\_\_\_\_

8. Gdje najčešće koristite navedene obrtničke usluge?

	U centru grada	U blizini mjesta stanovanja	U širem području grada	Ne koristim obrtničke usluge
Kozmetičke	1	2	3	4
Frizerske	1	2	3	4
Ugostiteljske	1	2	3	4
Sitni popravci (urari, postolari, krojači...)	1	2	3	4
Cvjećarske	1	2	3	4
Intelektualne (knjigovodstvene, lektura, grafički dizajn, programiranje...)	1	2	3	4

9. Kupujete li obrtničke proizvode?

- Da
- Ne

10. Ako kupujete koji su to proizvodi?

\_\_\_\_\_

11. Zašto te proizvode kupujete kod zagrebačkih obrtnika?

\_\_\_\_\_

12. Što mislite zašto ljudi sve manje kupuju kod zagrebačkih obrtnika? (moguće je odabrati više odgovora)

- Visoka cijena proizvoda
- Lokacije obrtničkih radnji
- Proizvodi ne prate trendove
- Slabija ponuda (mnogi obrti se zatvaraju)
- Nepoznavanje obrtničke ponude
- Slabija potražnja popravaka upotrebnih predmeta

13. Što bi dodatno moglo potaknuti ljude na kupovinu obrtničkih proizvoda?

(moguće je odabrati više odgovora)

- Niže cijene
- Dostupnost obrtničkih radnji na širem području grada
- Garancija kvalitete
- Dugotrajnost proizvoda (s obzirom na nekvalitetnije proizvode konkurenata)
- Informiranje putem medija
- Marketing putem društvenih mreža
- Mogućnost sudjelovanja u kreiranju proizvoda
- Upoznavanje s obrtničkim proizvodima na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- Mogućnost izrade proizvoda po mjeri
- Želja za kupovinom proizvoda izrađenih u Hrvatskoj

14. U kojoj mjeri navedene obrte povezujete s gradom Zagrebom? (1 - izrazito ne povezujem, 5 - izrazito povezujem)

	Izrazito ne povezujem	Donekle ne povezujem	Niti ne povezujem niti povezujem	Donekle povezujem	Izrazito povezujem
Izrada stolarije	1	2	3	4	5
Izrada obuće	1	2	3	4	5
Izrada predmeta od stakla	1	2	3	4	5
Izrada krzna	1	2	3	4	5
Izrada kišobrana	1	2	3	4	5
Izrada šešira	1	2	3	4	5
Izrada kožne galanterije	1	2	3	4	5
Izrada cvjetnih aranžmana i buketa	1	2	3	4	5
Usluga urarskog obrta	1	2	3	4	5
Izrada Nakita	1	2	3	4	5
Izrada svijeća	1	2	3	4	5
Izrada keramike	1	2	3	4	5
Izrada odjeće	1	2	3	4	5

15. Jeste li upoznati s pojmom tradicijskih i umjetničkih obrta?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/-na

16. Za koje od ponuđenih karakteristika tradicijskih obrta smatrate da ih najviše izdvajaju od konkurentskih proizvođača? (moguće je odabrati više odgovora)

- Unikatnost
- Ručna izrada
- Kvaliteta
- Ugodna atmosfera
- Tradicija
- Male radionice
- Odnos obrtnika i kupca
- Vidljivost u turističkoj promidžbi

17. Koje dijelove grada Zagreba povezujete s tradicijskim obrtima? (moguće je označiti više odgovora)

- Uži centar grada
- Širi centar grada
- Periferija grada
- Okolica Zagreba

18. Jeste li upoznati s pojmom Znak tradicijskog ili umjetničkog obrta kojeg dodjeljuje Hrvatska obrtnička komora?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/-na

19. Ako jeste, znate li možda neke obrte s tim znakom?

---

20. Molim Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite svoje slaganje s navedenim tvrdnjama (1 - nimalo se ne slažem, 2 - uglavnom se ne slažem, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - uglavnom se slažem, 5 - u potpunosti se slažem)

	Nimalo se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem, niti se ne slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem
Tradicijski obrti su važan dio identiteta Zagreba.	1	2	3	4	5



Tradicijski obrti su prepoznatljivi u kulturnoj i turističkoj ponudi Zagreba.	1	2	3	4	5
Javnost je dovoljno informirana o tradicijskim obrtima.	1	2	3	4	5
Tradicijski obrti grada Zagreba su dovoljno promovirani.	1	2	3	4	5
Obrtničke radionice u Zagrebu u najvećoj mjeri posjećuju turisti.	1	2	3	4	5
Obrtnički proizvodi mogu konkurirati proizvodima velikih multinacionalnih kompanija koje robu proizvode serijski.	1	2	3	4	5
Zagrebački tradicijski obrti mogu opstati u današnjem globaliziranom svijetu.	1	2	3	4	5
Obrti danas mogu opstati samo kao turistička atrakcija	1	2	3	4	5

21. Jeste li upoznati s nekom od navedenih manifestacija vezanih za promociju obrta grada Zagreba? (moguće je odabrati više odgovora)

- Zlatna igla
- Projekt Ilica Q'art
- Markov sajam
- Zagrebački obrtnički sajam
- Manifestacija „Zazeleni svaki dan“
- Nisam upoznat s navedenim manifestacijama
- Ostalo: \_\_\_\_\_

22. Koji od navedenih načina promocije smatrate najučinkovitijim za promociju obrta grada Zagreba? (moguće označiti više odgovora)

- Promotivni letci i brošure Grada Zagreba
- Sajmovi i razne manifestacije
- Internetske stranice obrta
- Internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba
- Društvene mreže
- Putem turističkog informativnog centra
- Promocijama Udruženja obrtnika grada Zagreba
- Usmena preporuka
- Ostalo: \_\_\_\_\_

23. Koji su vaši prijedlozi za revitalizaciju i bolje poslovanje obrtničkih radionica na području grada Zagreba?

---



---



---



---

24. Što mislite koje su lokacije najprikladnije za smještaj tradicijskih obrta? (označite brojevima od 1 do 5, pri čemu je 1 - najneprikladnije, a 5 najprikladnije)

Centar grada	1	2	3	4	5
U većini gradskih kvartova	1	2	3	4	5
Na gradskoj periferiji	1	2	3	4	5
U sklopu velikih trgovačkih centara	1	2	3	4	5
U sklopu tržnica	1	2	3	4	5

## Prilog 2: pitanja iz intervjua s obrtnicima

1. Recite nešto o svom obrtu (čime se bavite, je li naslijeđen, kako ste se odlučili nastaviti tradiciju...)?
2. U tom kontekstu je li naslijeđeni brend za vas bio opterećenje i teret ili izazov?
3. Kakvo je vaše formalno obrazovanje i što općenito mislite o zainteresiranosti mladih za strukovna zanimanja? Kako vi dolazite do stručnog kadra?

4. Tko su kupci vaših proizvoda? Na koji način dolaze do vas?
5. Kakva su vaša iskustva s turistima?
6. Nositelj ste znaka ili uvjerenja tradicijskog ili umjetničkog obrta. Pomaže li Vam ta činjenica u poslovanju i u kojem smislu? (olakšice, subvencije i sl.)
7. Kakva su vaša iskustva s HOK-om, Udruženjem obrtnika grada Zagreba, turističkom zajednicom...?
8. S obzirom na potrebne kompetencije današnjih obrtnika smatrate li da se obrtništvo transformira u neki oblik malog poduzetništva i kako vidite budućnost svog obrta?
9. Koliko smatrate da je lokacija vašeg obrta bitna za poslovanje obrta? Je li lokacija u užem centru garancija prepoznatljivosti obrta širem krugu ljudi?
10. Sudjelujete li na nekoj manifestaciji na kojoj je moguće prezentirati Vaš rad? Smatrate li se dijelom kreativnih industrija?

#### Hippy Garden – Đurđica Vorkapić

1. Recite nešto o svojim počecima, imate li obiteljsku tradiciju bavljenja dizajnom i kakvo Vam je formalno obrazovanje?
2. Kako plasirate svoje osnovne dizajnerske proizvode i koliko je prezentacija danas bitna?
3. Što smatrate najvažnijim elementom opstanka na tržištu u Vašem poslu danas?
4. Recite nešto o Vašoj liniji proizvoda „*From Croatia With Love*“?
5. Osvremenili ste i dali upotrebnu vrijednost hrvatskom suveniru, pa mi recite tko su kupci tih proizvoda i kako reagira mlađa populacija?
6. Na kojem probleme nailazite pri realizaciji svojih projekata, a čiju suradnju možete pohvaliti?
7. Smatrate li se dijelom kreativnih industrija i smatrate li da se obrti općenito mogu razvijati u tom smjeru?
8. Što mislite o postojećim manifestacijama na kojima je moguća prezentacija obrtničkih proizvoda i sudjelujete li na njima?

### Prilog 3: popis slika

Sl. 1. Cehovske škrinje.....	9
Sl. 2. Najstariji sačuvani sat iz 1776. godine.....	10
Sl. 3. Hrvatski povijesni muzej, nekadašnja palača Vojković iz 1764. godine.....	12
Sl. 4. Crkveno zvono A. Schiffera iz 1835. godine.....	13
Sl. 5. Logo umjetničkog i tradicijskog obrta.....	23
Sl. 6. Ulice užeg centra Zagreba.....	25
Sl. 7. Prostorni razmještaj aktivnih obrta u centru Zagreba.....	26
Sl. 8. Prostorni razmještaj zatvorenih poslovnih prostora u centru Zagreba.....	27
Sl. 9. Prostorni razmještaj umjetničkih i tradicijskih obrta u gradu Zagrebu.....	28
Sl. 10. Promotivna suradnja Grada Zagreba i Obrtničke komore Zagreb (2022. godina).....	33
Sl. 11. Reklamna kampanja za strukovna zanimanja.....	34
Sl. 12. Udio obrta u Grada Zagreba u ukupnom broju obrta RH od 2014. do 2021. godine...	36
Sl. 13. Odnos broja vlasnika i suvlasnika obrta i broja radnika zaposlenih u obrtima od 2014. do 2021. godine.....	36
Sl. 14. Klobučarska radionica <i>Cahun</i> .....	39
Sl. 15. Palača <i>Magdalenić-Drašković-Jelačić</i> .....	40
Sl. 16. Učestalost posjećivanja centra grada Zagreba.....	46
Sl. 17. Razlozi dolaska u centar grada Zagreba.....	46
Sl. 18. Korištenje nekih obrtničkih usluga u određenim dijelovima grada.....	47
Sl. 19. Odgovori ispitanika na pitanje kupuju li obrtničke proizvode.....	47
Sl. 20. Odgovori ispitanika na pitanje zašto ne kupuju obrtničke proizvode.....	49
Sl. 21. Povezivanje ispitanika određenih obrta s gradom Zagrebom.....	53
Sl. 22. Odgovori ispitanika jesu li upoznati s pojmovima tradicijskih i umjetničkih obrta....	53
Sl. 23. Karakteristike koje izdvajaju umjetničke i tradicijske obrte.....	54
Sl. 24. Dijelovi grada koje ispitanici povezuju s pojmom tradicijskih obrta.....	54
Sl. 25. Odgovori na pitanje na koje lokacije bi bilo prikladno smjestiti tradicijske obrte.....	55
Sl. 26. Upoznatost ispitanika s pojmom Znaka tradicijskog odnosno umjetničkog obrta.....	55
Sl. 27. Razine slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama.....	56
Sl. 28. Postolarska radionica <i>A shoo</i> u Marićevoj ulici 19.....	59
Sl. 29. <i>Urarski servis Omega</i> u Prolazu sestara Baković 3.....	59
Sl. 30. <i>Kišobrani Cerovečki</i> u Ilici 49.....	60

Sl. 31. <i>Zlatarna Popek</i> u Ulici Nikole Tesle 9.....	62
Sl. 32. <i>Hippy Garden</i> u Masarykovoju ulici 5.....	63
Sl. 33. Neki od proizvoda iz kolekcije <i>From Croatia with Love</i> .....	65

#### Prilog 4: popis tablica

Tab. 1. Srednjovjekovni sajmovi u Zagrebu	
Tab. 2. Nastanak zagrebačkih cehova od 15. do 19. stoljeća	
Tab. 3. Uvjeti za obavljanje određenih obrta	
Tab. 4. Popis umjetničkih i tradicijskih obrta 2021. godine	
Tab. 5. Broj registriranih obrta u Gradu Zagrebu po sektorima od 2014. do 2021. godine	
Tab. 6. Opći podaci o ispitanicima	
Tab. 7. Proizvodi koje ispitanici kupuju kod obrtnika	
Tab. 8. Razlozi kupovine obrtničkih proizvoda	
Tab. 9. Odgovori na pitanje što bi ispitanike moglo potaknuti na kupovinu obrtničkih proizvoda	
Tab. 10. Prijedlozi ispitanika za revitalizaciju i bolje poslovanje obrtnika	
Tab. 11. Načini promocije obrta koje ispitanici smatraju najučinkovitijima	
Tab. 12. Upoznatost ispitanika s manifestacijama koje promoviraju obrte	