

ULOGA LOKALNE AKCIJSKE GRUPE U RIBARSTVU U STVARANJU TURISTIČKE DESTINACIJE KROZ RAZVIJENI LOKALNI IDENTITET

Nina Mrkonja

Sažetak

Rad se temelji na etnografskom istraživanju „Ribarstvo kao snažan lokalni identitet – Antropologija ribarstva otočnog naselja Kali“ (Mrkonja 2016) u kojem se naglašava značaj ribarstva, protkanoga u sve sfere života lokalnoga stanovništva, koje čini glavni izvor prihoda, ali i kulturnu baštinu, zahvaljujući društvenim odnosima i događanjima tijekom vremena, te predstavlja lokalni identitet zajednice s etnografskoga, ekonomskog i antropološkog stajališta. Istraživanjem je potvrđeno da se ta zajednica identificira s ribarstvom.

Ovim radom ukazuje se na važnost uloge *Lokalne akcijske grupe u ribarstvu* (LAGUR) koja, koristeći etnološku građu i mogućnost provedbe projekata zasnovanih na potrebama lokalnog stanovništva; ulaganjem u obnovu i zaštitu kulturne maritimne baštine s ciljem očuvanja tradicije, unaprijeđenja turističke ponude te otvaranja novih radnih mjesta, doprinosi prepoznatljivosti i diversifikaciji mjesta što ga čini prepoznatljivim turističkim odredištem. Problem nerazvijenosti kulturnoga turizma, i turizma općenito, u općini Kali prepoznat je u mnogim strateškim dokumentima, ali i od strane lokalnoga stanovništva. Cilj LAGUR-a je povezivanje ribarstva s drugim gospodarskim granama, osobito turizmom, kako bi se smanjio ribolovni napor te razvili novi izvori prihoda za lokalno stanovništvo. Korištenjem sredstava koje LAGUR ima na raspolaganju, zajednica ima mogućnost stvoriti vizualni identitet mjesta, potaknuti promociju i lokalnu proizvodnju što, uz snažno razvijeni lokalni identitet, može stvoriti jedinstvenu i diversificiranu turističku ponudu te riješiti problem nedostatka turističkih atrakcija. Stvaranje turističke destinacije dovodi do sveukupnoga razvoja turizma ruralnoga područja te automatski stvara nove prilike za zapošljavanje u raznim turističkim sektorima i nove izvore prihoda što doprinosi i dugoročnom cilju poboljšanja kvalitete življenja i smanjenju depopulacije.

ključne riječi: etnografija ribarstva, Kali, lokalni identitet, *Lokalna akcijska grupa u ribarstvu*, stvaranje turističke destinacije.

UVOD

Većina znanstvenih i stručnih radova na temu mora i ribe razmatra brojnost i karakteristike ribljih vrsta, ribolovnih alata i slično kao što se i antropologija mora (ili maritima antropologija) najčešće bavi istraživanjem modernoga ribarstva, života na brodu te prapovijesnih početaka života na moru (Acheson 1981). Naravno, te su tri teme nerazdvojive te ovise jedna o drugoj. U radu „Ribarstvo kao snažan lokalni identitet – Antropologija ribarstva otočnoga naselja Kali“ (Mrkonja 2016) prikazan je antropološki pogled na moderno ribarstvo, ribarstvo koje je danas glavna gospodarska grana mjesta Kali, ali koje nije odvojeno od svojih povijesnih početaka i tradicionalnih aktivnosti niti od antropoloških značajki života na moru jer su ribari svakodnevno na svojim plovilima gdje nerijetko borave više nego na kopnu. Taj rad, pisan u obliku etnografije, kao predmet istraživanja uzima cijelu ribarsku zajednicu otočnog naselja Kali na otoku Ugljanu.

Spomenuta etnografija, na kojoj se temelji ovaj članak, dovela je do zaključka kako je u Kalima razvijena snažna svijest lokalnoga stanovništva o važnosti ribarstva za cijelu zajednicu, kako u gospodarskom, tako i u tradicijskom smislu te je ono, protkano u sve sfere života lokalne zajednice, postalo faktor prepoznatljivosti mjesta i njegovih stanovnika. Zavisnost cijele zajednice o ribarstvu dovelo je do stvaranja lokalnoga identiteta za što je najvažnija težnja lokalnoga stanovništva da po tome budu prepoznati. Tako snažan lokalni identitet doprinosi društvenom, ekonomskom i kulturnom kapitalu, ali i uzajamnom povjerenju unutar cijele zajednice. Stvaranjem zajedničkog identiteta, otvara se mogućnost suradnje svih sektora i stvaranja lokalnih partnerstva koja zajedničkim znanjem i iskustvom mogu riješiti prepreke s kojima se njihova zajednica susreće. Upravo takva partnerstva iz različitih lokalnih društveno-gospodarskih djelatnosti čine lokalne akcijske grupe u ribarstvu.

Kaljani su oдавna svjesni vlastitoga identiteta kao ribarske zajednice, ali i toga da ih po tome nisu mnogi prepoznali, osim možda onih koji su slučajno došli u mjesto ili onih koji se bave istom ili sličnom gospodarskom djelatnošću. Iako oni vole nazivati svoje mjesto „najribarskijim na Jadranu“, više puta se zna dogoditi da na spomen Kali ljudi ne znaju ni gdje se nalaze. Zato su stanovnici toga mjesta osjetili potrebu za promjenom.

Na inicijativu Europske unije i Uprave ribarstva, ali i lokalne samouprave, krajem 2015. godine javila se želja za osnivanjem *Lokalne akcijske grupe u ribarstvu* (LAGUR-a) te je u veljači 2016. osnovan LAGUR „Plodovi mora“ sa sjedištem u Kalima kao snažnim središtem ribarstva. LAGUR „Plodovi mora“ pokriva pet jedinica lokalne samouprave Zadarske županije od kojih su gotovo sve otočne – Općine Kali, Kukljica i Preko na otoku Ugljanu, Općina Sali na Dugom otoku te Grad Zadar kojem, osim samoga grada i nekoliko obalnih naselja, pripadaju i ona otočna: Brgulje, Molat i Zapuntel na otoku Molatu, Ist, Mali Iž i Veli Iž na otoku Ižu, Mala Rava i Vela Rava na otoku Ravi te Olib, Silba i Premuda.

LAGUR-i su financirani iz Europskoga fonda te proračuna Republike Hrvatske za pomorstvo i ribarstvo, a ponuđena financijska i druga sredstva za provedbu ideja i projekata izravno se daju lokalnom stanovništvu, što je zapravo pristup po kojem lokalne inicijative djeluju „odozdo prema gore“ jer lokalno stanovništvo najbolje razumije s kojim problemima i poteškoćama se susreće, lakše prepoznaju stvarne potrebe i težnje za razvoj svoje zajednice. Premda se ribarska područja diljem Hrvatske, a pogotovo Europe, veoma razlikuju, ono što je svim lokalnim akcijskim grupama zajedničko jest motivirati lokalne dionike da sami postanu pokretač lokalnoga napretka i razvoja.

Cilj lokalnih akcijskih grupa u ribarstvu, rečeno jednostavnim riječima, je pomoći ribarima i ostalim dionicima iz gospodarskog sektora ribarstva u ostvarenju njihovih ideja za bolji rad i općenito život. Ribarskim zajednicama tako se pokušava omogućiti stvaranje drugih izvora prihoda koji su održivi i inovativni, ali i vezani uz njihovu primarnu granu, ribarstvo, na ovaj ili onaj način. Veoma je važno da je na LAGUR područjima ribarstvo bitna gospodarska grana i jedan od glavnih izvora prihoda te dio društvenog života – da je zajednica, povijesno gledano, ovisila o ribarskoj djelatnosti te da još uvijek ovisi, da u njoj postoji ribarsko naslijeđe, tradicija i kultura ribarstva te da ono ima veliku ulogu u očuvanju dobara, bilo prirodnih, bilo kulturnih. A sve to karakteristično je za malo mjesto Kali. Kali, koje kako bi njeni stanovnici rekli „počiva

na ribarstvu“, ima snažni razvojni potencijal, a zajednica snažan lokalni identitet. Prednosti koje ovo mjesto ima su visoka kvaliteta proizvoda ribarstva te značajan udio marikulture u ukupnoj hrvatskoj proizvodnji. Ribarstvo predstavlja snažnu tradicionalnu gospodarsku djelatnost, a sektor ribarstva prepoznat je kao jedan od prioritetnih sektora u strateškim dokumentima lokalne samouprave, ali i onih Zadarske županije. Ono što LAGUR na ovom području može ostvariti je otvaranje novih radnih mjesta za ribare, dodavanje novih vrijednosti i diversificiranje proizvoda ribarstva, njihovo brendiranje i bolju promociju, što ujedno pomaže rastu i razvoju turističkog sektora s potencijalnim povećanjem tržišne potražnje i integracijom sa sektorom ribarstva, a time i skrenuti pozornost javnosti na probleme s kojima se susreću ribari.

RIBA KAO GLAVNI IZVOR PRIHODA

Unatoč kasnom okretanju ribarstvu, stanovnici otoka Ugljana stoljećima su prehranjivali obitelji onime što im je davalo more. Premda u davnoj prošlosti nisu imale preveliku važnost, ni gospodarsku ni administrativnu, nema Kaljanina koji ne voli naglasiti kako im je „ribanje u krvi“ od kad su Kali nastale. Kako su Kali jedino mjesto na otoku koje cijelom svojom dužinom i širinom ima prohodne putove, naseljeno je i sa sjeverne i s južne strane te se na obje strane odvijaju gospodarske djelatnosti. Razvijenost Kali na uzvisini, onemogućila je daljnji razvoj poljoprivrede, osim, naravno, za privatnu korist, a pogodna duljina i dubina obale činile su ih pogodnima za okretanje ribarstvu u potpunosti. Obala i more koje okružuju Kali predstavljaju najvažniji prirodni potencijal mjesta i to kao prirodni resurs, osim za ribarstvo, sve više i za unaprjeđenje i razvoj turizma.

Gospodarski razvoj na otoku Ugljanu stoljećima se bazirao na ribarstvu i poljoprivredi, što je potvrdio i Alberto Fortis u svom putopisu (1984), brodogradnji i servisiranju brodova te u zadnje vrijeme nautičkom turizmu. Većina radno sposobnog stanovništva Kali bavi se ribarstvom ili radi u prerađivačkoj industriji, dok su mnogi zaposleni na drugim pozicijama u sektoru ribarstva (uzgoj, prerada, ulov) ili imaju privatni obrt prerade ribe. A, teško je i pronaći neku kaljsku obitelj u kojoj barem jedna osoba, bilo zaposlena ili ne, ne soli, marinira ili suši ribu u slobodno vrijeme. Nezaposlenost je ovdje već godinama manja od 5 %¹, a općina pripada II. skupini jedinica lokalne samouprave čija vrijednost indeksa razvijenosti iznosi 75–100 %, što je za malo otočno mjesto s nedovoljno razvijenim turizmom, mnogo.

Uz lov sitne plave te uzgoj bijele ribe, kaljski ribari specijalizirali su se za lov tune. Basioli (1974) spominje da je već sredinom 18. stoljeća tunolov bio razvijen u jednoj uvali u Kalima. Tune se danas uzgajaju u gotovo svim dijelovima svijeta, no kada je uzgoj započeo u Kalima (1995), one su bile tek treće na svijetu s takvim načinom uzgoja, poslije Australije i Španjolske (u kojoj je takav način uzgoja bio samo pokusno isproban), a kvalitetu su prepoznali i drugi u svijetu pa se, kako se Kaljani vole našaliti, „kaljski sashimi“ proširio svugdje gdje su kaljski ribari prenosili svoje znanje te

¹ Podatak *Hrvatskog zavoda za zapošljavanje* o registriranoj nezaposlenosti u Općini Kali od 2011. do 2016. godine.

ostvarivali iznimne rezultate. Od prvoga pokušaja uzgoja tuna i plasiranja na japansko tržište, ono je postalo od iznimne važnosti za sveukupnu hrvatsku marikulturu.

Uloga ribarskih zadruga od početka je bila socijalno osigurati ribare, omogućiti pravilniji i sigurniji plasman ulova ribe te suradnju kroz koju bi se ostvarila modernizacija ulova, prerade ili stavljanja proizvoda na tržište te poticanje zajedništva samih ribara. Zbog povećanja zahtjeva tržišta i drugih gospodarskih promjena, 1997. u Kalima je osnovana prva hrvatska moderna ribarska zadruga – RZ *Ribarska sloga* koja slovi kao najstarija u Hrvatskoj. Zadruga danas ima i pogon za preradu sitne plave ribe, koja se soli i marinira na tradicionalan način te obrt brze prehrane na bazi ribljih proizvoda *Srdela snack*. Kao logičan slijed očuvanja ribarske tradicije i učvršćivanja statusa ribara, u Kalima je 2008. osnovana i, danas veoma uspješna, RZ *Omega 3*. Svoje sjedište u malom mjestu smjestila je i tvrtka *Cenmar* koja je u uvali Mala Lamjana, uz pomoć kaljskih ribara, uvela kavezni uzgoj bijele ribe. *Cenmarovo* mrijestilište danas je pripojeno poznatom poduzeću *Cromaris*. Prirodni uzgoj ribe glavni je razlog što, već godinama, brancin uzgojen „u Kali iza Cenmara” slovi kao pionir svjetskog ranga. Osnovana uzgajališta tune i bijele ribe, ali i zadruga, potaknula su zapošljavanje i ekonomski rast, ali i zaustavila depopulaciju otoka čime se Kaljani zaista ponose.

Ribarstvo i marikultura već stoljećima predstavljaju glavni izvor prihoda te zapošljavaju najveći broj stanovnika Kali, ali i okolnih naselja i gradova. Tako stvaraju trend porasta proizvodnje u smislu prerade i konfekcioniranja, dovodeći do oplemenjivanja ribe i plodova mora, u čemu leži budućnost ribarstva. Jako je važno da ribarstvo u Kalima nije sezonskog karaktera pa u tom slučaju predstavlja snažan gospodarski, ali i turistički potencijal, ne samo mjesta Kali, već i cijeloga područja pa i šire.

Premda je ribolov odavno siguran i neiscrpljiv izvor hrane, danas, uz veću napućenost i izrabljivanje okoliša, stručnjaci su uveli dvije obustave gospodarstvenog ribolova godišnje koje se odnose na sitnu plavu ribu kako bi spriječili iscrpljivanje ribljega fonda, a ulovne kvote sve se više ograničavaju. Kako je većini Kaljana ribarstvo jedini, odnosno stalni, izvor prihoda, ovakve odluke nisu prihvatili s oduševljenjem. Kaljani već dugo u hrvatskim razmjerima prednjače u lovu gospodarski najznačajnijih vrsta plave ribe – srdele i inćuna. Kaljska flota plivaričara je među brojnijima na Jadranu, a čini je čak više od 10 % ukupnog broja plivaričara u Hrvatskoj. Još do prije desetak godina cijela kaljska flota bila je sastavljena od 30-ak drvenih brodova kada je obnovljena kupnjom polovnih čeličnih brodova, popularno zvanim „amerikancima“. Mnogi stari drveni brodovi dospjeli su u rezališta jer je održavanje takvih brodova sve skuplje, a ribarski sektor izvor sve manjih prihoda. Europska unija potiče uništavanje brodova kako bi se smanjio izlov ribljeg fonda te konstantno uvođenje novih mjera radi smanjivanja ribolovnog napora. Oni vlasnici koji su odlučili ne podleći svoje brodove *scrapingu*, nisu to napravili kako bi sačuvali tradiciju, već zato što im nije bilo isplativo. No, polako se kod mještana budi inicijativa da uz pomoć lokalne samouprave i lokalne akcijske grupe u ribarstvu očuvaju svoje drvene brodove koji su ih hranili, tunolovce i plivaričare, te prenamijene njihovu funkciju u turističke brodove ili jednu vrstu muzejskog eksponata kako bi se i drugi mogli upoznati s njihovom tradicijom ribarstva. Naravno, još uvijek postoji znatan broj drvenih brodova na kaljskoj obali koji i dalje obavljaju svoju primarnu, za mjesto, gospodarski važnu funkciju – ribolov.

RIBARSTVO KAO KULTURNI I LOKALNI IDENTITET

Kali i riba postaju sinonimi što se može smatrati najjačim identitetskim i diferencirajućim obilježjem lokalne zajednice. Govoreći o kulturnoj dimenziji identiteta, ona uključuje zajednička pravila ponašanja i norme, a gotovo uvijek odgovara zajedničkim ciljevima i vrijednostima. Često je izraženija u homogenim područjima gdje ljudi dijele snažniji osjećaj zajedničkog identiteta. Ne temelji se toliko na razmišljanju o tome „što nam je zajedničko“, nego na tome „koji su naši zajednički izazovi“ ili „što je to što nas čini drukčijima od drugih“ ili na kombinaciji tih dvaju elementa. Također, često sadrži izraženu komponentu lokalnoga ponosa. Jačanje „osjećaja pripadnosti“ i razvijanje tog osjećaja mogu biti izrazito važna motivacija i pozitivan poticaj za daljnji razvoj nekog područja. Lokalni identitet može se shvatiti kao motiv onih koji ga stvaraju. U manjim, ruralnim sredinama, oni koji inzistiraju na izgradnji lokalnoga identiteta motivirani su zapravo na ekonomskoj razini (Tilley 2006), na unapređenju ili stvaranju nove ponude i potražnje. Stvaranjem identiteta povećava se mogućnost brendiranja lokalnih proizvoda i aktivnosti, u ovom slučaju ribe i ribarstva. Postizanje lokalnoga identiteta gotovo uvijek počinje od neke kulturne manifestacije koja postaje prepoznatljiva upravo za to područje. Za Kali su to *Kualjske ribarske noći – Tunuara*. S druge strane, *Ribarske noći* se ne bi razvile da se Kaljani već nisu identificirali s ribarstvom. U tom slučaju, identitet je glavni pokretač, a njegovo osnaživanje i stvaranje prepoznatljivosti glavni ciljevi koje zajednica želi postići. Želja da „svi čuju za naše malo mesto“ teško bi se mogla realizirati da Kaljani nemaju snažno ekonomsko i gospodarsko zaleđe koje je u stalnom napretku i razvoju. Isto tako, važna je i tradicija i tradicijske vrijednosti koje u ovom primjeru, kao što je opisano, stvaraju autentičnost mjesta čijom kombinacijom konstruiramo i nadograđujemo identitet (Carbonell 2012: 14).

TURISTIFIKACIJA RIBARSTVA – KAD KULTURA POSTANE BAŠTINA, A RIBARSTVO BREND

Premda se smatraju ruralnim dijelom obale, Kali donekle imaju oblik tradicionalnoga otočnog dalmatinskog naselja urbanih značajki (Magaš, Faričić 2000). Kali, također, imaju iskrajnu luku, remontno brodogradilište, dvije ribarske zadruge i dva uzgajališta s pogonom, ali upravo nedostatak veće industrije i prometa čini ih, kao i ostale otočne lokalitete, privlačnim turističkim odredištem. Bez obzira na to što slove kao neuređene i turistički neprivačne u odnosu na susjedna mjesta, Kali mogu razviti snažan potencijal za razvoj turizma osnovanog na „suncu i moru“, sportskom turizmu, nautičkom i ribolovnom, ali najvažnije na onom što će naglasiti autentičnost tog mjesta – *pescaturizmu*. U *Strateškom planu razvoja turizma Općine Kali 2015. – 2020.* kao jedna od glavnih stavki za razvoj turizma navodi se tradicija ribarstva. Razvoju turizma također nikako ne odmažu promjene uvjeta u ribarstvu (kvote, obustava ribolovnih aktivnosti i slično). Smatra se, međutim, da u Kalima nema dovoljno znanja ni iskustva u turizmu, ni potrebne infrastrukture za njegov razvoj te ljudi koji bi u njega ulagali. Uz primarnu orijentaciju na ribarstvo i marikulturu, a potom na brodogradnju te u određenoj mjeri i na poljoprivredu, interes za razvojem turizma u općini Kali javlja se tek u proteklih pet do deset godina, iako svjesni da je u njihovom selu turizam slabije razvijen nego na ostatku otoka (Strateški plan gospodarskog razvoja za Općine Kali, Kukljica, Pašman, Preko, Tkon 2006. – 2010., 2005: 33). Često su se od mještana čule izjave poput „ki

turizam, mi smo poznati samo po ribami“ ili “(...) ko' nuas u Kalimi ti nema baš kruha o' turizma, i ono ča je turistima zanimljivo ima veze s ribom, riba donosi šoldi.”. Upravo po potonjoj rečenici, što su više puta o njoj razmišljali, postajali su svjesniji da je zaista riba ono što ih obilježava i ono što mogu ponuditi drugima te su počeli primjećivati da je ona glavni faktor njihova preživljavanja i daljnjeg razvitka, ne samo u prehrambenom i ribolovnom smislu, jer sve je povezano s njom, i tradicija i kultura življenja. Dakle, možemo zaključiti da glavne odrednice razvoja turizma, na ovom primjeru, moraju uključiti ribarstvo u turističku ponudu, a turiste uključiti u djelatnost ribarstva (*pescaturizam*). Trenutna situacija, nažalost ne ide u tom smjeru – gospodarski sektor u ribarstvu slabo je uključen u turističku ponudu, uz iznimku RZ *Ribarske sloge*. No, situacija je prije bila puno bolja. Naime, *pescaturizam* se u Kalima počeo razvijati 50-ih godina 20. st. kada je u plovidbu puštena poznata *kualjska bracera* (ribarska brodica), prva takva na Jadranu, no tu je i stao kada je 1966. *bracera* stradala u naletu juga.

Zbog potrebe za novim приходima, sve većem razvoju turizma na cijelom otoku, mogli bismo reći i zbog sve veće promocije Hrvatske na turističkom tržištu, većina lokalnoga stanovništva postala je svjesna da bi ulaganje u turizam i povezivanje turističkih usluga s ostalim gospodarskim granama – posebno ribarstvom, ali i maslinarstvom, promijenile perspektivu mladih u potencijale hrvatskih otoka što bi ih možda motiviralo na ostanak, ali i privuklo turiste. A, upravo ono što može razlikovati Kali od drugih naših destinacija i dati mu autentičnost je kultura življenja.

Glavna događanja i život mještana odvijaju se uz obalu koja je danas glavna osnova za razvoj, osobito turističkih aktivnosti. U tim središnjim dijelovima mjesta organiziraju se i tradicionalne Ribarske noći – *Tunuara*. Tako je turizam kao moderni fenomen zauzeo područje koje se još uvijek koristi za obavljanje tradicionalnih aktivnosti – ribolova, kranja, soljenja, istezanja i *kalafatanja* brodova, što mjestu daje posebnu atmosferu, a turistu poseban doživljaj. Autentično ribarsko naselje zadržalo je svoj tradicionalni duh upravo zbog tih aktivnosti koje se ne skrivaju u drugim objektima daleko od pogleda turista, zbog mreže i alata koji se ne sklanjaju s rive i brodova prije sezone, a zbog toga, čak i miris ribe, svježe ili pečene, ostaje u zraku nad tim ribarskim mjestom. Kali su zato „živi muzej“, s jedne strane one postaju inscenirano mjesto koje privlači turiste, a s druge pak strane, inscenirano je zapravo ono svakodnevno. Ovdje nije slučaj da to svakodnevno postaje umjetno, već su te svakodnevne osnovne aktivnosti toliko jednostavno izložene turistima, bez ikakve zadržke ili srama, mogli bismo reći, čak i s ponosom, da se čine insceniranima. Čak i kada govorimo o tradiciji, po nekim teorijama i manjku povijesnih podataka, može se smatrati da je tradicija kaljskog ribarstva umjetno stvorena ili izmišljena, nastala tek u suvremeno doba, no to ne znači da ona negira značaj za lokalno stanovništvo koje ju je proživjelo i koje tako ne osjeća. A, sve su to obilježja sve popularnijeg kulturnog turizma (Stebbins 1996).

Prilikom turistifikacije neke primarne gospodarske grane moramo uzeti u obzir da se nerijetko događa da kada se turistička djelatnost počinje razvijati ili gospodarstvo i industrija počinju napredovati, (primarni) sektor ribarstva nazaduje. Sa sličnim „problemom“ susrela su se susjedna otočna mjesta Preko i Kukljica u kojima je ribarstvo jednom bila glavna gospodarska grana, a danas su je zamijenili ugostiteljstvo i turizam. Kaljani, specifični po svojoj tvrdoglavoj naravi punoj inata i velikoj volji za radom, nisu dopustili da i njima za „kruh svagdašnji“ pomažu zaraditi *furešti*, već to nastavljaju

vlastitim rukama – ribolovom. Zato su sigurni da se zbog razvoja turizma neće dogoditi da će prevladati nad ribarstvom ili da će ribarstvo početi postepeno nestajati jer se to nije dogodilo ni gradnjom velike luke i gospodarskih objekata, ni uvođenjem novih regulativa ili smanjenjem prihoda, naprotiv, može ga samo oživjeti. Najvažniji argument je da turizam ovdje nije nužan zbog zarade, već kako bi se postigla prepoznatljivost.

Unatoč zatvorenosti i još uvijek nepovjerenju prema turizmu kao potencijalu svoga mjesta, Kaljani ipak imaju želju za stvaranjem snažnog imidža Kali kao „mjesta ribe i ribarenja“. Većina mještana oduvijek je naglašavala raznolikost i jedinstvenost kaljske gastronomske ponude, razvijenu marikulturu i općenito rad lokalne zajednice zasnovane na ribarstvu. Ponavljajući stalno da su Kali „najribarskije mjesto na svijetu“, oni zapravo uzdižu kulturu življenja svoje zajednice te žele da ju i drugi prepoznaju. Činjenica je da Kali do sada nisu prepoznate kao turističko odredište. Kao jedan od razloga može se uzeti to što je otok Ugljan tijekom prošlosti bio povezan s gradom Zadrom, koji je i danas njegovo administrativno središte (u pogledu regionalne uprave) gdje su se događale sve glavne aktivnosti, a opet je bio dosta izoliran da na njemu nisu mogli nastati značajniji spomenici kulture koji bi danas privlačili turiste. Drugi razlog mogao bi biti prevelika usredotočenost cijele zajednice na ribarstvo zbog čega je nedostajalo vremena i sredstava za ulaganja u uređenje infrastrukture ili obnove i ono malo kulturnih građevina koje imaju. Stoga se javila potreba za stvaranjem destinacijskog brendiranja temeljenog na onom za što su cijeli život radili i čime se najviše ponose. Destinacijski brendovi počivaju na nekim jedinstvenim, posebnim ili snažno prisutnim atributima destinacije koji su dio lokalnoga identiteta i ujedno su obilježja relevantna potencijalnim posjetiteljima. To je u Kalima tradicija ribarstva, gdje su još uvijek glavne gospodarske aktivnosti ribarstvo i marikultura, glavno prijevozno sredstvo brod, gdje je riba glavna tema svih razgovora i glavno jelo svih obroka, gdje se sva društvena događanja odvijaju „kako riba kaže“. Upravo to je danas najpoželjnije na turističkom tržištu – autentično, nesvakidašnje, ali prirodno. Odnos turizma i baštine najviše se prepoznaje u sve popularnijem obliku turizma – kulturnom turizmu (Carbonell 2012: 13). Takvih primjera, gdje je najznačajnija kulturna vrijednost neke zajednice maritimna baština, u svijetu je mnogo što potkrepljuju i mnoga humanistička i društvena istraživanja (Carbonell 2014, Diegues 2005, Florido del Corral 2014, Gibbs 2005), no ono što Kali čini jedinstvenima je to što je ovdje razvijeniji *veliki* obalni ribolov, što o ribarstvu ovisi i oni koji se njime izravno ne bave te što je jedno od malobrojnih takvih mjesta na ovoj strani Sredozemlja.

Osim ribolova, još od početaka ribarstva u Kalima, prerada ribe soljenjem skriveni je izvor prihoda većine kaljskih obitelji. Ranije su sol sami vadili iz mora, a glavni razlog su bile nepovoljne cijene i nepovezanost s kopnom. U Kalima postoji desetak ribarskih obrta od kojih se većina bavi tradicionalnim načinom prerade sitne plave ribe – soljenjem. Osim slane, većina kaljskih obitelji priprema i mariniranu ribu. Drugi proizvod na koji su iznimno ponosni je tradicionalna suha riba, za koju su neki obrti dobili i oznaku Hrvatskog otočnog proizvoda, ali i mnoga stara tradicionalna jela koja se pripremaju jedino još u tom mjestu na cijelom otoku, a možda i na cijeloj obali. Najveći problem kod promocije tih tradicionalnih i jednostavnih proizvoda su manjak inovativnosti i poduzetništva, nedostatak *brenda*, ali i loši uvjeti rada, nedostatak znanja, a često i dotrajala oprema. Upravo tako dobro očuvani tradicionalni načini prerade ribe, uz mjere koje lokalna akcijska grupa u ribarstvu može financirati, Kali može postati

snažno i jedinstveno gastronomsko središte s jedinstvenim destinacijskim proizvodom što itekako može osnažiti razvoj turizma.

ULOGA LOKALNE AKCIJSKE GRUPE U RIBARSTVU U RAZVOJU TURIZMA

Navedene posebnosti kojima Kali obiluje, od snažno očuvane tradicije i izgrađenoga identiteta do autentičnoga načina života i gastronomije, ali i bogate ekonomske podloge, prednosti su i potencijali unaprjeđenju turističke ponude. Lokalna akcijska grupa omogućava takvim zajednicama da zajedno kreiraju mjere koje će doprinijeti ciljevima koje žele ostvariti. U ovom slučaju, lokalna samouprava sama je potaknula razvoj i provedbu projekta te je otvorena za njegov napredak i daljnji razvoj. Mjere, odnosno projekti, omogućit će poboljšanje prirodnoga okruženja i kvalitete okoliša, valorizaciju i promociju ribarske i maritimne baštine, poticati će potrošnju ribe te alternativne načine zarade u ribarskom sektoru što će dovesti i do razvoja turističkoga sektora.

Trenutno turiste u Kalima čine obitelji s malom djecom, pokoji nautičar i izletnici iz obližnjih gradova i otoka. Razlog tome je slaba turistička i ugostiteljska ponuda te nedostatak turističkih atrakcija. Realizacijom projekata, Kali će postati turistička destinacija s moderniziranom turističkom ponudom i raznim turističkim punktovima. Nautičarima će Kali predstavljati tek jedno od pristaništa i odmornih točaka na putovanju gdje se može dobro pojesti tradicionalna i zdrava hrana, obitelji s malom djecom moći će razgledavati obnovljene tradicionalne eksponate poput drvenih brodova ili alata te aktivno sudjelovati u razgledavanju. Ovakva destinacija privući će i bicikliste, koji dolaze na otok zbog njegovih brojnih staza, da prenoće upravo u Kalima te u slobodno vrijeme razgledaju njegovu baštinu. Broj noćenja turista, koji inače odsjedaju u gradu Zadru, a na otok dolaze samo na jednodnevne izlete, povećat će se jer će se projektima obnove postojeće infrastrukture u kojoj se godinama obavljaju ribolovne aktivnosti osigurati mjesto za organiziranje raznih događanja, povećat će se ugostiteljska ponuda, a ujedno će se omogućiti turistima da se kulturno informiraju. Ovdje će se sigurno zateći i etnolozi i antropolozi, ali i oni koji vole vidjeti drugačiji način življenja i kulture i doživjeti ga. Sredstvima koja imaju na raspolaganju, lokalno stanovništvo ima mogućnost stvoriti brend zasnovan na ribarskom identitetu i baštini. Stvaranjem vizualnog identiteta i brenda stvara se turistička destinacija što dovodi do razvoja turizma te daje stanovnicima mogućnost za bavljenje drugim zanimanjima izvan gospodarskog sektora u ribarstvu. Specifična ponuda mjesta Kali te njena realizacija i promidžba omogućit će daljnji razvoj i unaprjeđenje turizma. Dugoročno će se stvarati još modernija turistička ponuda, otvarat će se nova radna mjesta i time će se spriječiti odlazak mladih s otoka. To je osobito važno u kontekstu održivog razvoja na lokalnoj razini. Prilikom otvaranja novih radnih mjesta, vodit će se briga o tome da se zaposle i osobe s invaliditetom ili ribari koji zbog bolesti nisu više sposobni za rad na brodu. Osim njih poticati će se i uključivanje i umirovljenih ribara čija je socijalna uključenost u ovoj sredini veoma snažna (pomažu pri krpanju mreža, iskrcaju riba i slično).

Realizacijom projekata koji možda nisu izravno vezani uz turizam, on će se i dalje razvijati. Predviđa se da će nakon ribarstva i akvakulture, a upravo zahvaljujući njima, turizam postati treća grana po ostvarenju prihoda čime će se razviti i gospodarstvo jer će ugostiteljstvo i turizam postati dodatni izvor prihoda za mnoge obitelji. Povećat će se smještajni kapaciteti, a lokalnim proizvođačima kroz razne mjere omogućena je promocija i prodaja proizvoda čime će razvijati svoju proizvodnju jer će se potražnja prema proizvodima povećati, osobito nakon provedbe plana brendiranja i kreiranja turističke destinacije. Dobro osmišljenim marketinškim planom i promidžbom, popraćenost medija pozitivno će utjecati na razvoj turizma. Postankom turističke destinacije, moguće je uvođenje novih trajektnih linija ili čak drugih načina transporta (poput turističkih brodova ili taksi brodova) čime će se poboljšati kvaliteta života lokalne zajednice. Zajednička potreba i želja lokalne zajednice je sačuvati tradicijske vrijednosti i stvoriti turističku destinaciju obnovom kulturne baštine čime će se osigurati dodatni prihodi, bolji uvjeti za rad, a pospješit će se i komunikacija između zajednice i javnog sektora.

ZAKLJUČAK

Unatoč tome što ribarstvo čini veliki udio u dohotku otočnog stanovništva, prosječne plaće za sektor ribarstva manje su od prosječnih neto plaća u Hrvatskoj. Upravo zbog navedenih razloga, mnoga mjesta na hrvatskoj obali izgubila su značajan dio svoje flote, sve više ljudi prestaje se baviti ribarstvom, a većina onih koji ostaju u toj grani je staro stanovništvo. U Kalima je stanje malo drugačije. Ribarstvo je u ovom mjestu naslijeđe, ljubav prema moru prenosi se ne samo s oca na sina, već i „na sve druge muškarce u bližoj i daljoj obitelji“. Mogli bismo reći kako je ono postalo i dio kulturnog naslijeđa. Ribarstvo ovdje dominira poviješću, sadašnjim gospodarstvom, tradicionalnim feštama, gastronomskom ponudom i svakodnevnim životom, od normalnog radnog tjedna do velikih blagdana, a Kaljani su uvjereni kako će tako i ostati sve dok ne ulove i zadnju ribu iz mora. U Kalima je razvijena snažna svijest lokalnoga stanovništva o važnosti ribarstva, ne samo za mjesto, za otok ili Hrvatsku, već i za cijeli svijet. Kaljani imaju značajnu ulogu u povijesti i razvoju ribarstva s bogatom maritimnom baštinom što je slabo poznato, čak i većinskom dijelu regionalnog stanovništva, jako je malo korišteno u svrhe turističke promocije mjesta, što se tek nedavno počelo mijenjati. Tek prije nekoliko godina lokalno stanovništvo počelo je prepoznavati i obnavljati svoje bogatstvo i naslijeđe. U tome je pomogla i novoosnovana Lokalna akcijska grupa u ribarstvu. Kaljsko ribarstvo je dio tradicije cijelog mjesta, protkano je u svakodnevni život njegovih stanovnika, ali opet ono mu nije svojstveno od pretpovijesti, naglo se razvilo u modernu gospodarsku djelatnost pa je izgubilo osnovu za stvaranje turističke destinacije na povijesnoj osnovi.

Ribarstvo i marikultura postali su simbol neovisnosti cijele zajednice od ostatka otoka i županije, pa čak i države. Ono što je veoma važno u društvenom kontekstu je lokalna svijest o nužnosti obnavljanja maritimne baštine kako se tradicionalne aktivnosti i zanimanja ne bi trajno izgubile. Isto tako, sve aktivnosti vezane uz baštinu, odnosno turizam i kulturu, mogle bi privući pozornost ostalih na probleme ribarstvenog područja i ribarskih zajednica. Time bi se sigurno pridonijelo i većoj valorizaciji lokalnih proizvoda i većoj lokalnoj potrošnji ribe, čime bi se smanjio preveliki izvoz u druge

države, a ujedno i nepotrebni troškovi uvoza. Uz to, više bi se cijenilo ovo tradicionalno zanimanje što bi produžilo i njegov profesionalni opstanak, ali i ribarima bi se otvorile nove mogućnosti zapošljavanja gdje bi mogli prenositi svoja znanja i iskustva, čime bi se ujedno smanjio i ribolovni napor.

Ulaganja u zaštitu kulturne maritimne baštine u Općini Kali provode se s ciljem očuvanja tradicije, diversifikacije turističke ponude te otvaranja novih radnih mjesta. Istovremenim ulaganjima u kulturnu baštinu, koja je od posebnog značaja za društveno-gospodarski razvoj Hrvatske, kao i u sektor turizma, planira se postići doprinos rastu bruto nacionalnog dohotka, ali i porastu broja zaposlenih. Osim projekata koje može provoditi, opći cilj *Lokalne akcijske grupe u ribarstvu* jest poboljšanje kvalitete života cijele zajednice i, dugoročno gledano, osiguravanje napretka ribarske zajednice.

LITERATURA

- Acheson, J. M. (1981), "Anthropology of fishing", *Annual Review of Anthropology*, 10, 275-316.
- Basioli, J. (1974), "Ribarstvo na zadarskom otočju u prošlosti", *Zadarsko otočje – Zbornik*, 1, 485-521.
- Carbonell, E. (2012), "The Catalan fishermen's traditional knowledge of climate and the weather: a distinctive way of relating to nature", *International journal of intangible heritage*, 7, 62-75.
- Carbonell, E. (2014), "Opportunities and Contradictions in Maritime Heritage and Small-scale Fishing – A Case Study of Catalonia", *Collegium Antropologicum*, 38 (1), 289-296.
- Carbonell, E. (2014), "Les tradicions marineres com a patrimoni immaterial", *Revista d'Etologia de Catalunya*, 39, 116-121.
- Carbonell, E. (2014), "Memories of the seafaring world in Catalonia and its transformation into cultural heritage: notes for a debate on the theory and practice of maritime heritage", u: *Revisiting the Coast: New Practices in Maritime Heritage*, ur. J. L. Alegret i E. Carbonell, Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural, Girona, 201-210.
- Diegues, A.C. (2005), *Maritime anthropology in Brazil*, Center for Research on Human Population and Wetlands in Brazil, São Paulo.
- Florido del Corral, D. (2014), "De-heretaged culture and heritage inventions", u: *Revisiting the Coast: New Practices in Maritime Heritage*, ur. J.L. Alegret i E. Carbonell, Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural, Girona, 45-60.
- Fortis, A. (1984), *Put po Dalmaciji* [prijevod iz 1774.], Globus, Zagreb.
- Gibbs, M. (2005), "Watery Graves: When ships become places", u: *Object Lessons*, ur. J. Lydon i T. Ireland, Australian Scholarly Press, Melbourne, 50-70.
- Lokalna razvojna strategija u ribarstvu Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Plodovi mora 2016.-2020. (2016), Key consulting d.o.o., Poreč.
- Magaš, D., Faričić J. (2000), "Geografske osnove razvitka otoka Ugljana", *Geoadria*, 5, 49-92.
- Mrkonja, N. (2016), *Romanismi nel campo semantico marinaresco e peschereccio nella parlata croata di Kali*, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb.
- Stebbins, R.A. (1996), "Cultural tourism as serious leisure", *Annals of tourism research*, 23, 948-950.
- Strateški plan gospodarskog razvoja za Općine Kali, Kukljica, Pašman, Preko, Tkon 2006-2010. (2005), Pelican consult – Urban Insitute, Zadar.
- Strateški plan razvoja turizma Općine Kali 2015.-2020. (2015), Institut za turizam, Zagreb.
- Tilley, C. (2006), "Introduction: Identity, place, landscape and heritage", *Journal of Material Culture*, 11 (1/2), 7-32.

**THE ROLE OF FISHERIES LOCAL ACTION GROUP IN THE CREATION OF A
TOURIST DESTINATION THROUGH A DEVELOPED
LOCAL IDENTITY**

Abstract

This article is based on an ethnographic research “Fishing as the strong local identity – Anthropology of fishing of the island village of Kali“ (Mrkonja 2016) which emphasizes the importance of the fishing trade that penetrated all spheres of life of the local population, has a role as a major source of income and has become an important part of the cultural heritage, what is associated with a variety of social relations and events over the years and represents the local identity from an ethnographic, economic and anthropological perspective. The research shows that such a community identifies itself with fishing.

This article emphasizes the importance of the role of the Fisheries local action group (FLAG), which, using the ethnological data and the possibility of implementing projects based on the needs of the local population; investing in the restoration and protection of the cultural maritime heritage to preserve the tradition, improve the tourist offer and open new jobs, contributes to recognizability and diversification of the village, making it a recognizable tourist destination. The problem of the underdevelopment of cultural tourism in Kali, and tourism in general, has been recognized in many strategic documents, but also by the local population. The main aim of the FLAG is to link fisheries with other industries, particularly tourism, to reduce fishing effort and develop new sources of income for the local population. Using the FLAG's available resources, the community has the possibility to create a visual identity of the village, boost promotion and local production, which, together with a strongly developed local identity, can create a unique and diversified tourist offer and resolve the lack of tourist attractions. Creating a tourist destination leads to the overall development of tourism in the rural area and automatically creates new opportunities for employment in different sectors within the tourism industry and new resources of income, what contributes to the long-term goal of improving the quality of life and reducing depopulation.

Keywords: ethnography of fishing, Kali, local identity, Fisheries local action group, creating tourist destination.

Nina Mrkonja, mag. Ethnol. Et philol. Ital.
Lokalna akcijska grupa u ribarstvu “Plodovi mora”
Trg Marnjive 23, 23272 Kali, Hrvatska
E-mail: nina.mrkonja@gmail.com