

Greg Richards, Lian Duif, 2018:
Small Cities with Big Dreams:
Creative Placemaking and Branding Strategies

Routledge, New York,

ISBN 978-0-8153-8542-4

Knjiga *Small Cities with Big Dreams: Creative Placemaking and Branding Strategies* autora Grega Richardsa i Lian Duif nastoji ponuditi kreativna rješenja za pozicioniranje malih gradova na globalnom tržištu, vodeći se pritom načelom uravnotežena rasta te potrebom za povećanjem kvalitete života lokalnoga stanovništva.

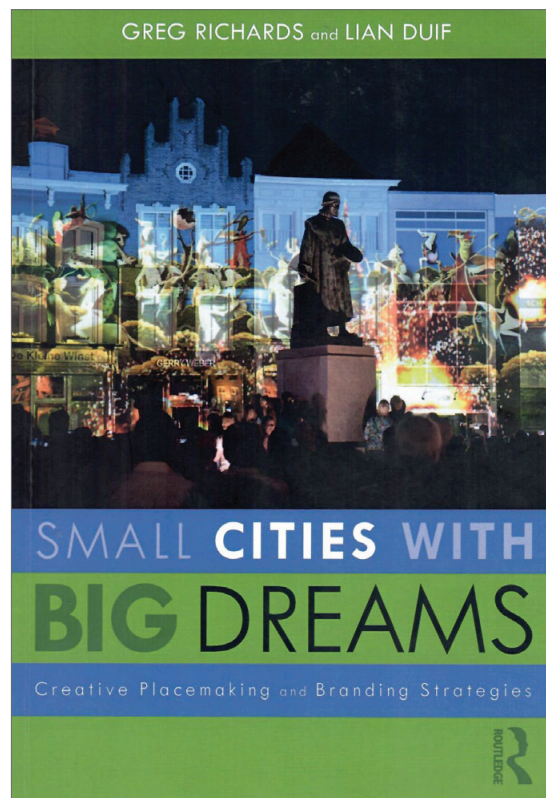
Procesi ekonomskoga restrukturiranja i globalizacije bitno su promijenili poziciju malih gradova koji su uslijed gubitka resursa i ljudskoga kapitala naglo počeli propadati. Kako bi privukli pozornost na sebe te potakli neke nove početke, mali gradovi se danas najčešće odlučuju za dva tipa rješenja: imitaciju modela urbane regeneracije velikih industrijskih gradova s Bilbom i Baltimoreom kao čelnim primjerima te za brendiranje mjesta koje se zasniva na prijenosu tradicionalnih alata marketinga proizvoda na razinu mjesta.

U prvom slučaju gradovi se suočavaju s nemogućnošću udovoljavanja zahtjevu za znatna financijska sredstva koja iziskuje angažman međunarodno priznatih arhitekata i konzultanata, zbog čega se često povlače i prije nego su započeli. Ako im ipak pođe za rukom osigurati potrebna sredstva, zahvaljujući reproduciranju istih ili vrlo sličnih rješenja, rezultat se izgledom i atmosferom u velikoj mjeri ne razlikuje od već poznatih primjera.

U slučaju brendiranja, koje bi se trebalo odvijati kroz interpretaciju značenja utkanih u narativ mjesta, a kojim se otkrivaju njegova temeljna svojstva, najčešće se ne ide dalje od izgradnje atraktivne ali površne slike odnosno imidža usmjerenog na kratkoročne ciljeve privlačenja posjetitelja.

Oba rješenja tek će u rijetkim slučajevima rezultirati korjenitim promjenama i cjelovitim lokalnim razvojem koji se temelji na rješavanju kritičnih društvenih problema, jačanju socijalnih veza te stvaranju i protoku znanja.

Primjenom holističke prakse (pre)oblikovanja mjesta (eng. *placemaking*) autori Greg Richards i Lian Duif nastoje ponuditi alternativno rješenje za regeneraciju malih gradova kojim se istodobno osigurava kompetitivnost i ostvaruje kvalitetniji i dugoročniji učinak na kvalitetu života lokalne zajednice (1. i 2. poglavlje). Koncept (pre)oblikovanja mjesta odnosi se na stvaranje koherentnih programa koji obuhvaćaju



aktivnosti usmjerene na poboljšanje *tvrde* i *meke* infrastrukture grada. Osnovni elementi (pre)oblikovanja mjesta prema autorima su materijalni i nematerijalni resursi, značenja koja vode emocionalnom povezivanju s prostorom te kreativnost kao postupak stvaranja narativa na temelju pridruživanja značenja postojećim resursima. Osnovna razlika kreativnoga (pre)oblikovanja mjesta u odnosu na konvencionalno planiranje (koje ponajprije počiva na fizičkim promjenama u prostoru), prema autorima, krije se upravo u uključivanju što većega broja lokalnih dionika u kreativne aktivnosti te u inzistiranju i na netržišnim procesima kojima se udovoljava potrebama lokalnoga stanovništva, čime ujedno izlazi iz okvira klasičnih strategija brendiranja.

Knjiga na vrlo konkretan i pragmatičan način nastoji ponuditi odgovor na pitanje koje su vještine, resursi i znanja u kontekstu (pre)oblikovanja mjesta potrebni da bi mali gradovi postali uspješni i ostvarili rast u kvaliteti, napuštajući tako inferiorni položaj u odnosu na velike gradove. Štoviše, oslanjajući se ponajviše na primjer maloga nizozemskog grada „s-Hertogenboscha, koji je aktivnostima vezanima za proslavu 500-te obljetnice smrti poznatoga srednjovjekovnog slikara Hieronymusa Boscha postigao velik uspjeh, ostvario brojne društvene i kulturne dobiti te zadobio globalnu prepoznatljivost, autori ističu kako veličina nije ključna za rast i prosperitet (3. poglavlje). Temeljna misao koja se provlači kroz sva poglavlja knjige odnosi se upravo na činjenicu kako za uspjeh nije presudna količina resursa, nego način na koji se koriste postojeći resursi, čime se u prvi plan stavlja kvaliteta i jedinstvenost koje proizlaze iz kreativnosti.

U prilog malim gradovima idu brojne promjene na društvenom, ekonomskom i tehnološkom planu što dovodi do prestrukturiranja naizgled skromne resursne osnove. Moderne tehnologije na području telekomunikacija, transporta i proizvodnje te sve veći naglasak na povećanoj kvaliteti života, čime sve više dolaze do izražaja drugi izvori vrijednosti koji nisu samo ekonomske prirode, poput socijalnih, kulturnih i kreativnih resursa (tzv. *meka* infrastruktura), dovode do sve veće popularnosti malih gradova kao mjesta stanovanja.

Jedna od temeljnih preporuka za uspješan razvoj malih gradova odnosi se na umrežavanje, i to ne samo na lokalnoj i regionalnoj, nego i na nacionalnoj i međunarodnoj razini (4. poglavlje). Umjesto međusobnoga natjecanja za resurse gradove se potiče na promjenu načina razmišljanja što rezultira povećanom suradnjom te razmjenom znanja i resursa na korist svih uključenih.

Promjena paradigme potrebna je i u kontekstu gradske administracije (5. poglavlje). Umjesto prevladavajućega modela gradske vlasti (eng. *government*), koja se zasniva na pravilima i kontroli s jedne strane te građanskoj poslušnosti s druge, predlaže se uspostava modela upravljanja (eng. *governance*) u kojem se naglasak stavlja na koordinaciju, veću inkluzivnost građana te interakciju između javnih institucija i civilnoga društva. U tom kontekstu, zahvaljujući participativnom pristupu odozdo prema gore, grad postaje svojevrsna platforma za aktivnosti građana.

U svrhu isticanja svoje jedinstvenosti na globalnoj razini mali se gradovi potiču na unaprjeđivanje vlastitoga brenda kroz interpretaciju i stvaranje značenja lokalnih dionika (6. poglavlje). Na taj način nastoji se proces brendiranja promatrati i kao sredstvo urbanoga razvoja, a ne samo kao postupak stvaranja imidža (koji nužno ne odgovara stvarnosti).

Kako bi programi temeljeni na kulturnim aktivnostima rezultirali što trajnijim pozitivnim učincima na grad, autori neizostavno smatraju nadzor i vrednovanje učinaka, pri čemu je ključno s mjerenjima različitih indikatora uspješnosti započeti prije samoga početka programa kako bi se uspostavila osnova za kasniju analizu (7. poglavlje). Unatoč činjenici da gradovi vrlo često ističu potencijalne društvene i kulturne učinke svojih programa autori primjećuju da se vrednovanje najčešće svodi na ekonomske indikatore te broj posjetitelja. Primjer „s-Hertogenboscha pokazao je kako su kulturni (povećano sudjelovanje u kulturnim aktivnostima, poboljšanje kulturnoga života) i društveni (povećanje socijalne kohezije i osjećaja ponosa) učinci znatno dugotrajniji, a time i važniji za lokalnu zajednicu od ekonomskih, zbog čega smatraju ključnim njihovo uključivanje u procese nadzora i vrednovanja.

Kao još jedan važan čimbenik uspjeha autori ističu vrijeme potrebno za realizaciju kompleksnih kulturnih programa koji unatoč svojoj dugotrajnosti i zahtjevnosti dokazano polučuju puno bolje rezultate od jednokratnih događanja (8. poglavlje). Kako bi se ostvarila željena transformacija, autori ključnim smatraju ustrajnost, planiranje i odupiranje pritisku postizanja kratkoročnih rezultata na štetu dugoročnih ciljeva.

U zaključnom poglavlju (9. poglavlje) autori sažimaju preporuke za uspjeh malih gradova, još jednom podcrtavajući važnost dosljednosti u stvaranju i provedbi kulturnih programa, kao i neophodnu fleksibilnost u suočavanju s izazovima. Osim toga, još jednom ističu prednosti korištenja kulture kao alata regeneracije s obzirom na njezin širok utjecaj na društvenu stvarnost i univerzalne vrijednosti koje promiče. U oslanjanju na koncept (pre)oblikovanja mjesta autori smatraju ključnim uspostavu ravnoteže između resursa, značenja i kreativnosti, čime se izbjegavaju potencijalne zamke koje nastaju isticanjem jednoga od elemenata, poput iterativnosti, površnosti i elitizma.

Autori poglavito smatraju kako pokretanje kompleksnih kulturnih projekata nikako ne bi trebalo biti potaknuto isključivo turističkim razlozima, već istinskom željom za doprinosom kvaliteti življenja lokalnoga stanovništva (što će se u konačnosti odraziti i na kvalitetu turističkoga iskustva).

Kako su i sami autori primijetili, posljednjih godina prisutan je sve veći znanstveni i stručni interes za male gradove iako su spoznaje o njihovu razvoju i čimbenicima uspjeha još uvijek nedostatne. Ova je knjiga zahvaljujući svojoj teoretskoj utemeljenosti te istodobno vrlo preciznim praktičnim preporukama podjednako namijenjena kako istraživačima tako i djelatnicima u javnim službama i udrugama civilnoga društva koje se bave urbanim planiranjem i organizacijom kulturnih aktivnosti te svakako doprinosi boljem razumijevanju razvoja malih gradova temeljenog na kulturi.

Ives Vodanović Lukić