

Razvoj multimedijalnog koncepta izložbe "Turopoljski identitet: tradicionalna arhitektura i baština"

Slanec, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:708400>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-24**

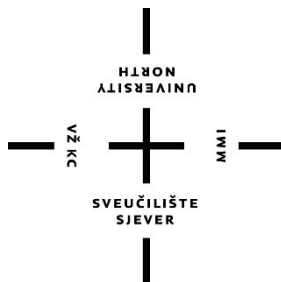


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



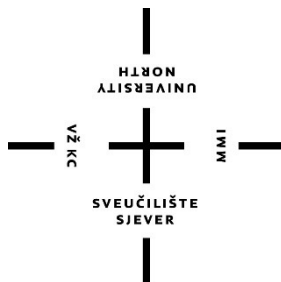
DIPLOMSKI RAD br. 144-MMD-2024

RAZVOJ MULTIMEDIJALNOG KONCEPTA
IZLOŽBE "TUROPOLJSKI IDENTITET:
TRADICIONALNA ARHITEKTURA I BAŠTINA"

Katarina Slanec

Varaždin, rujan 2024.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Multimedije



DIPLOMSKI RAD br. 144-MMD-2024

RAZVOJ MULTIMEDIJALNOG KONCEPTA
IZLOŽBE "TUROPOLJSKI IDENTITET:
TRADICIONALNA ARHITEKTURA I BAŠTINA"

Katarina Slanec

Student:
Katarina Slanec, 2905/336

Mentor:
izv.prof.art.dr.sc. Robert Geček

Varaždin, rujan 2024.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Multimedija		
PRISTUPNIK	Katarina Slanec	JMBAG	0336026420
DATUM	03.09.2024.	KOLEGIJ	Projektni studio 2
NASLOV RADA	Razvoj multimedijalnog koncepta izložbe "Turopoljski identitet: tradicionalna arhitektura i baština"		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Development of the multimedia concept for the exhibition "Turopolje identity: traditional architecture and heritage"		
MENTOR	Robert Geček	ZVANJE	izv.prof.art.dr.sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Andrija Bernik - predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Emil Dumić - član 3. izv. prof. art. dr. sc. Robert Geček - mentor 4. doc. art. dr. sc. Mario Periša - zamjenski član 5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	144-MMD-2024
OPIS	<p>U ovom radu će biti prikazano na koji način je moguće integrirati multimedijalne elemente u postav izložbe te kako ti multimedijalni elementi utječu na iskustvo posjetitelja izložbe.</p> <p>Izložba je organizirani prikaz predmeta, umjetničkih djela, informacija ili drugih materijala koji su namijenjeni javnosti. Izložbe se često održavaju u muzejima, galerijama, izložbenim prostorima, ali i na otvorenom, u školama, knjižnicama i drugim javnim mjestima. Multimedija je pojam koji označava kombinaciju različitih oblika sadržaja. To uključuje tekst, slike, zvuk, video i interaktivne elemente. Cilj rada je istražiti kako multimedijalni pristup može doprinijeti očuvanju i prezentaciji turopoljske kulturne baštine kroz izložbu, te kako se putem interaktivnih i digitalnih medija može približiti bogatstvo ove regije široj publici. Kroz multimedijalnu izložbu se želi prikazati tradicionalna drvena arhitektura, ali i kulturna baština Turopolja. Multimedijalne izložbe nude mogućnost integriranja različitih medija, kao što su slike, tekstovi, video, zvuk, interaktivne ploče ili digitalni fotookvir, što omogućava bogatiji i dublji doživljaj za posjetitelje. Uz tradicionalan oblik izlaganja eksponata na izložbi, u praktičnom dijelu rada biti će prikazano kako u izložbu integrirati i multimedijalne elemente kao što su interaktivne ploče, grafički paneli s QR kodovima, digitalni fotookviri te zvučni i video zapisi. Vizija izložbe je stvoriti inovativno i edukativno iskustvo koje spaja prošlost i sadašnjost, naglašavajući važnost očuvanja kulturne baštine. Kroz interaktivne sadržaje, cilj je angažirati posjetitelje svih uzrasta i potaknuti ih na istraživanje i učenje o bogatoj tradiciji Turopolja.</p> <p>U sklopu ovog rada provedeno istraživanje o tome kako multimedijalni i interaktivni sadržaj može poboljšati cjelokupno iskustvo posjetitelja izložbe. Također, može li multimedijalni i interaktivni sadržaj na taj način doprinijeti edukaciji posjetitelja, očuvanju i promoviranju kulturne baštine, ali i razvitku turizma na lokalnoj razini.</p>

ZADATAK URUČEN

5.9.2024.



Zahvala

Najveću zahvalnost dugujem mami, tati i bratu Mihaelu koji su mi u svakom trenutku pružali neizmjernu ljubav i podršku. Hvala mojoj Katarini i mojoj Ivani koje su mi uvijek pomagale i bile uz mene. Hvala mojoj Korini.

Zahvaljujem i mentoru izv.prof.art.dr.sc. Robertu Gečeku na trudu i pomoći pri izradi ovog rada te na svim savjetima tijekom studiranja.

Ovaj rad posvećujem svojoj obitelji.

Sažetak

Izložba je organizirani prikaz predmeta, umjetničkih djela, informacija ili drugih materijala koji su namijenjeni javnosti. Izložbe se često održavaju u muzejima, galerijama, izložbenim prostorima, ali i na otvorenom, u školama, knjižnicama i drugim javnim mjestima. Multimedija je pojam koji označava kombinaciju različitih oblika sadržaja. To uključuje tekst, slike, zvuk, video i interaktivne elemente.

Cilj rada je istražiti kako multimedijalni pristup može doprinijeti očuvanju i prezentaciji turopoljske kulturne baštine kroz izložbu, te kako se putem interaktivnih i digitalnih medija može približiti bogatstvo ove regije široj publici. Kulturna baština se može definirati kao jedno od najvrjednijih nasljeđa koje zajednica može imati i očuvati. Ona uz to što čuva uspomene na prošle generacije i tradiciju, oblikuje identitet koji ocrtava sadašnje, ali i buduće generacije. Turopolje je regija u središnjoj Hrvatskoj koja ima bogatu kulturnu baštinu i arhitekturu. Kroz multimedijalnu izložbu se želi prikazati tradicionalna drvena arhitektura, ali i kulturna baština Turopolja.

U sklopu ovog rada provedeno istraživanje o tome kako multimedijalni i interaktivni sadržaj može poboljšati cjelokupno iskustvo posjetitelja izložbe. Također, može li multimedijalni i interaktivni sadržaj na taj način doprinijeti edukaciji posjetitelja, očuvanju i promoviranju kulturne baštine, ali i razvitku turizma na lokalnoj razini.

Ključne riječi: izložba; koncept; multimedija; interaktivnost; arhitektura i kulturna baština;

Summary

An exhibition is an organized display of objects, works of art, information or other materials intended for the public. Exhibitions are often held in museums, galleries, exhibition spaces, but also outdoors, in schools, libraries and other public places. Multimedia is a term that combines different forms of content. This includes text, images, sound, video and interactive elements.

The goal of this work is to investigate how a multimedia approach can contribute to the preservation and presentation of cultural heritage through an exhibition, and how this region can be brought closer to a wider audience through interactive and digital media. Cultural heritage can be defined as one of the most valuable legacies that a community can have and preserve. In addition to preserving the memories of past generations and traditions, it forms an identity that outlines the current and future generations. Turopolje is a region in central Croatia that has a rich cultural heritage and architecture. The multimedia exhibition goal is to show the traditional wooden architecture, as well as the cultural heritage of Turopolje.

As part of this work, the research talks about how multimedia and interactive content can improve the overall experience of visitors to the exhibition. Also, can multimedia and interactive content in this way contribute to the education of visitors, the preservation and promotion of cultural heritage, but also the development of tourism at the local level.

Keywords: exhibition; concept; multimedia; interactivity; architecture and cultural heritage;

Popis korištenih kratica

QR kodovi	Quick Response kodovi
RH	Republika Hrvatska
POT	Plemenita općina Turopoljska
TV	Television, televizija

Sadržaj

1. Uvod	10
2. Izložba	11
3. Multimedija	11
4. Multimedijalni elementi u izložbi	11
4.1. Fotografije i tekst	11
4.2. Zvuk	12
4.3. Video	12
4.4. Interaktivna ploča	12
4.5. Digitalni footookviri	13
4.6. QR kodovi	13
5. Turopoljski identitet	14
5.1. Povijesni pregled Turopolja i Plemenite općine Turopoljske	14
5.1.1. Naziv Turopolje	14
5.1.2. Geografski položaj	15
5.1.3. Plemenita općina turopoljska	16
5.1.4. Stari grad Lukavec	18
5.2. Tradicionalna arhitektura	20
5.2.1. Drvene kuće	20
5.2.2. Čardaci i kurije	21
5.2.3. Sakralni objekti	22
5.3. Baština i tradicija	23
5.4. Turopoljska baština obitelji Slanec	24
6. Koncept multimedijalne izložbe	27
6.1. Vizija izložbe	27
6.2. Ciljevi izložbe	27
6.3. Ciljana skupina	28

6.4. Struktura izložbe	29
7. Vizualni i promotivni koncept izložbe.....	38
7.1. Vizualni identitet	39
7.2. Promotivni materijali.....	42
7.2.1. Offline materijali	42
7.2.2. Online materijali	43
8. Istraživanje	45
8.1. Hipoteza	45
8.2. Informacije o istraživanju.....	46
8.3. Rezultati ankete	51
8.4. Zaključak istraživanja	63
9. Zaključak.....	65
10. Literatura.....	66
11. Popis slika	68
12. Prilozi	71

1. Uvod

Kulturna baština se može definirati kao jedno od najvrjednijih nasljeđa koje zajednica može imati i očuvati. Ona uz to što čuva uspomene na prošle generacije i tradiciju, oblikuje identitet koji ocrtava sadašnje, ali i buduće generacije. Turopolje je regija u središnjoj Hrvatskoj koja ima bogatu kulturnu baštinu i arhitekturu. Kada se govori o arhitekturi, Turopolje je nadaleko poznato po svojim drvenim građevinama. U današnje doba je sve napredovalo od načina života do arhitekture. Međutim, tehnološki napredak današnjice nam nudi nove i drugačije prilike kako bi kulturna baština i arhitektura prošlih vremena bila prezentirana. U takvoj prezentaciji važnu ulogu zauzima multimedija i njeni elementi poput slike, teksta, zvuka, videa itd.

Postavlja se pitanje zašto postoji potreba za prezentaciju arhitekture i kulturne baštine Turopolja kroz multimedijalnu izložbu. Potreba postoji zato da bi se očuvala i promovirala arhitektura i kulturna baština i da bi se educirala šira javnost, ali i oživjela kulturna baština Turopolja. Također, vrijedi napomenuti kako bi se iz toga mogao roditi turistički potencijal, što nije loše za zajednicu u širem smislu.

Ovaj diplomski rad se bavi razvojem multimedijalnog koncepta izložbe pod nazivom "Turopoljski Identitet: Tradicionalna arhitektura i baština". Cilj rada je istražiti kako multimedijalni pristup može doprinijeti očuvanju i prezentaciji turopoljske kulturne baštine, te kako se putem interaktivnih i digitalnih medija može približiti bogatstvo ove regije široj publici. Multimedijalne izložbe nude mogućnost integriranja različitih medija, kao što su slike, tekstovi, video, zvuk, interaktivne ploče ili digitalni fotookviri, što omogućava bogatiji i dublji doživljaj za posjetitelje.

Uz tradicionalan oblik izlaganja eksponata na izložbi, u izložbu će biti integrirani i multimedijalni elementi kao što su interaktivne ploče, grafički panoi s QR kodovima, digitalni fotookviri te zvučni i video zapisi. Ovakav pristup ne samo da obogaćuje izložbeni sadržaj, već i omogućava posjetiteljima da na inovativan način istraže bogatstvo turopoljske baštine i tradicionalne arhitekture.

Osim toga, rad istražuje kako multimedijalni pristup može pomoći u očuvanju tradicije kroz angažiranje mlađih generacija. Danas, kada su mladi sve više uronjeni u digitalni svijet, nužno je pronaći načine kako ih zainteresirati za kulturnu baštinu koristeći tehnologije s kojima

su već upoznati. Kroz radionice i interaktivne sadržaje koji će biti dio izložbe, cilj je potaknuti djecu i mlade na aktivno sudjelovanje u očuvanju kulturne baštine, čime se osigurava da žele učiti o povijesti i tradiciji, ali i de će svoja znanja kasnije prenijeti na buduće generacije.

2. Izložba

Izložba je organizirani prikaz predmeta, umjetničkih djela, informacija ili drugih materijala koji su namijenjeni javnosti. Izložbe se često održavaju u muzejima, galerijama, izložbenim prostorima, ali i na otvorenom, u školama, knjižnicama i drugim javnim mjestima. Danas ne postoji striktno određeno mjesto gdje bi se neka izložba trebala održati. Razlog održavanja izložbe može biti edukacija, promocija, umjetnički doživljaj ili jednostavno zabava. [1]

Izložbe mogu biti samostalne, grupne ili retrospektivne. Samostalne izložbe najčešće prikazuju radove jednog umjetnika, dok grupne izložbe okupe više umjetnika koji imaju neku zajedničku poveznicu. To npr. može biti tema ili stil umjetnina koje izlažu. Također, postoje i retrospektivne izložbe koje prikazuju cjelokupni rad jednog umjetnika kroz određeno vremensko razdoblje.

3. Multimedija

Multimedija je pojam koji označava kombinaciju različitih oblika sadržaja. To uključuje tekst, slike, zvuk, video, animaciju i interaktivne elemente kako bi se stvorilo bogato i raznoliko korisničko iskustvo. [2] Multimedija integrira više medijskih formata u jedinstvenu ideju i omogućava korisnicima interaktivno i dinamično doživljavanje sadržaja.

4. Multimedijalni elementi u izložbi

U nastavku će biti pobliže objašnjeni multimedijalni elementi koji su korišteni u konceptu izložbe.

4.1. Fotografije i tekst

Fotografija je postupak dobivanja trajne slike objekta tehnikom digitalnog ili kemijskog zapisivanja prizora na sloju materijala koji je osjetljiv na svjetlost koja na njega pada. Ona predstavlja trajno vidljivu snimku tragova elektromagnetskog zračenja, što označava njihovu osnovu i bitnu jezgru u tehničkom i estetskom fotografskom segmentu. [3] To je medij koji je

izvršio ogroman utjecaj na povijesne, medijske, ekonomske, političke i ostale procese modernog svijeta, te bi se moglo reći kako je ona masovna i globalna vizualna komunikacija.

Riječ fotografija dolazi od grčke riječi „phos“ što znači svjetlo i „graphein“ što znači pisati. To na našem jeziku možemo protumačiti kao „svjetlopis“. To pisanje svjetlom, to jest fotografija već je u svojim ranim danima postojanja pokazala kako može postati relevantan odraz okoline u kojoj se fotografira. [4]

Tekst služi kao primarni nositelj informacija. Tekst u multimediji se odnosi na upotrebu pisanih riječi kao jednog od elemenata unutar multimedijalnog sadržaja. Često se koristi zajedno s drugim elementima kao što su slike, zvuk, video i animacija. [2]

4.2. Zvuk

Zvuk je sve što čujemo. Potreban je medij kako bi sve zvuk proširio. Može se širiti kroz plinovitu, tekuću ili kroz krutu elastičnu tvar. Što je medij gušći, otpor širenju je manji, a otpor širenju zvuka kroz medij naziva se impedancija. Zvuk se ne širi kada medij izostaje. Zvuk nastaje više ili manje periodičnim titranjem izvora zvuka koji u neposrednoj okolini mijenja tlak sredstva (medija). [5] Kada se govori o muzejskom kontekstu, u drugoj polovici 20. stoljeća se počinje shvaćati da informacije ne prenosi samo nešto što je isključivo vizualno, već i ono zvučno. [6] U multimediji zvuk je vezan uz snimanje, reprodukciju itd. Predstavlja važnu komponentu multimedije jer povećava razumljivost i poboljšava jasnoću nekog koncepta. [7] Uz pomoć zvuka se početna ideja zaokružuje u dobar koncept.

4.3. Video

Video ili videotehnika zajednički je naziv za niz tehničkih postupaka kojima se ostvaruje snimanje, zapis, obrada, prijenos i prikaz pokretnih slika koje se gledaju na televizijskom ili računalnom zaslonu. [7] To je moćan medij koji omogućuje kreativno izražavanje, efikasno prenošenje informacija i duboko angažiranje publike, što ga čini nezamjenjivim dijelom moderne komunikacije.

4.4. Interaktivna ploča

Interaktivna ploča je digitalni uređaj koji korisnicima omogućuje interakciju s prikazanim sadržajem putem dodira ili specijalnih olovaka. Ploče podržavaju različite vrste medija, uključujući slike, zvukove i videozapise, što omogućuje bogato i raznoliko korisničko

iskustvo. [8] Često dolaze s različitim alatima i aplikacijama koje se mogu prilagoditi potrebama korisnika, bilo da se radi o nastavnicima, učenicima, poslovnim ljudima ili prezenterima. Mogu biti vrlo korisne za edukacije i prezentacije, ali i za izložbe. Pomoću njih se može prikazivati tekstualni sadržaj, fotografije, videozapisi ili videoigre.

4.5. Digitalni fotookviri

Digitalni fotookviri su elektronički uređaji dizajnirani za prikazivanje digitalnih fotografija, videa, i drugih multimedijalnih sadržaja. Umjesto da prikazuju samo jednu fotografiju poput tradicionalnog okvira za slike, digitalni fotookviri omogućuju prikazivanje više slika ili videozapisa u formi prezentacije. [9] Mogu se koristiti za prikazivanje povijesnih fotografija, umjetničkih djela, ili drugih vizualnih sadržaja koji se periodički mijenjaju, omogućujući posjetiteljima da dobiju dinamičan uvid u prošlost ili umjetnost.

4.6. QR kodovi

QR kodovi (Quick Response kodovi) su dvodimenzionalni bar kodovi koji mogu pohraniti informacije poput URL-ova, tekstova, kontakata, i drugih podataka. QR kodovi su čitljivi pomoću kamera na pametnim telefonima i tabletima, koristeći aplikacije ili ugrađene funkcije za skeniranje QR kodova. QR kod može voditi korisnike izravno na određenu web stranicu. Na taj način korisnici brzo i jednostavno dolaze do dodatnih informacija. Isto tako, mogu voditi na trgovine aplikacija (App Store, Google Play) gdje korisnici mogu brzo preuzeti aplikaciju povezanu s određenim proizvodom ili uslugom. Za ovaj diplomski rad je najvažnije to da mogu biti povezani s multimedijalnim sadržajima poput videozapisa, audio datoteka, web stranica itd. To može povećati interaktivnost izložbe ili događaja. [10] Vrijedno je spomenuti kako QR kodovi omogućuju digitalnu distribuciju informacija, smanjujući potrebu za tiskanim materijalima, što je ekološki prihvatljivije. Korisnici mogu skenirati QR kodove u nekoliko sekundi, što pruža brzo povezivanje s digitalnim sadržajem. QR kodovi se mogu primjenjivati na plakatima, letcima, vizitkama ili proizvodima kako bi omogućili brz pristup dodatnim informacijama ili web stranicama.

5. Turopoljski identitet

Turopolje je regija koja je smještena u središnjoj Hrvatskoj. Prostire se između rijeka Save i Kupe. Ova regija ima bogatu povijest, kulturu i tradiciju. Njena posebnost je u specifičnoj arhitekturi, običajima i prirodnim ljepotama. [11]

Identitet se može definirati kao skup značajka koje pojedinci ili skupine smatraju samo sebi svojstvenima ili koje drugi prepoznaju kao njihovu posebnost. [12]

Stoga, Turopolje ima svoj identitet. Sebi je svojstveno i jedinstveno kao i bilo koje drugo područje Lijepe naše.

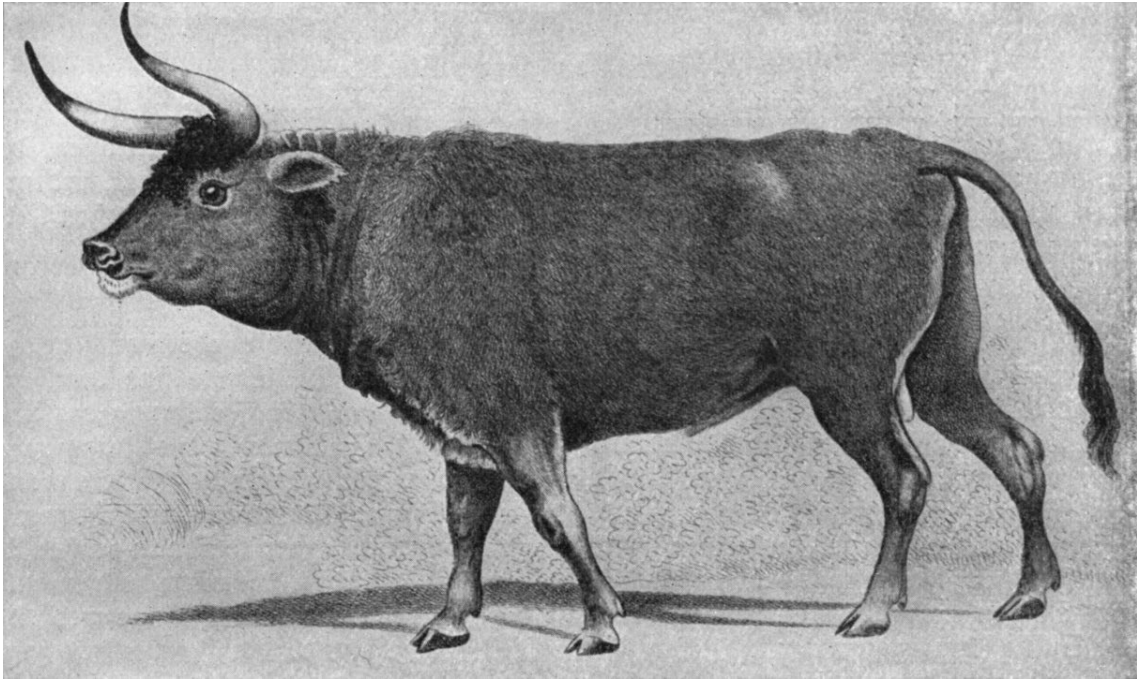
5.1. Povijesni pregled Turopolja i Plemenite općine Turopoljske

Ovo poglavlje sadrži kratki povijesni pregled Turopolja. Biti će objašnjeno kako je Turopolje dobilo ime, gdje se nalazi, odnosno koji je njegov geografski položaj. Također, biti će opisano što je to Plemenita općina Turopoljska, koja je njena uloga kao i uloga turopoljskog banderija u starom gradu Lukavcu i općenito cijelom Turopolju. Spomenuti će se i sveta Lucija i sveti Juraj kako bi se saznalo zašto su oni bitni za turopoljski kraj.

5.1.1. Naziv Turopolje

Najstariji naziv za Turopolje bio je „Zagrebačko polje“ (Campus Zagrabiensis). Geografski gledano, Turopolje je područje koje se nalazi južno od rijeke Save do Kupe i Vukomeričkih gorica. Prema sačuvanim pisanim spomenicima, ime „Polje Turovo“ (Campus Turouo = Turopolje) se spominje 1334. godine. Spominje ga arhiđakon Ivan Gorički u svom zborniku u kojem navodi crkvu „Turovog polja“. [13]

Postavlja se pitanje odakle naziv Turopolje za to područje. Ime „Turopolje“ je izvedenica od imenice „tur“ kojom su Slaveni nazivali svetu životinju – govedo. Tur je bio nalik volu. No bio je daleko veći, s ogromnom glavom bez grive, debelim vratom i velikim rogovima koji su bili okrenuti prema naprijed i zavnuti prema gore. Tur je, prema izvorima, izumro u 13. stoljeću.



Slika 1 - Prikaz Tura

5.1.2. Geografski položaj

Kada se govori o Turopolju, ljudima je prva asocijacija nizinsko područje koje se nalazi neposredno Zagrebu, glavnom gradu RH. To je točno, no geografski položaj Turopolja najdetaljnije opisuje dr. Milan Šenoa. [13] On definira položaj u Turopolja u okviru Hrvatske. Govori da je Turopolje u širem smislu nizina na desnoj obali Save koja seže sve do Vukomeričkih gorica. Turopolje obuhvaća trinaest naselja u nizinskom dijelu, odnosno u Polju, i osam u brdskom dijelu, odnosno u Vrhovlju. U nizinskom dijelu to su: Buševac, Velika Gorica, Mala Gorica, Hrašće, Kobilić, Kuće, Kurilovec, Donja Lomnica, Gornji i Donji Lukavec, Velika Mlaka, Mraclin, Pleso i Rakitovec, dok se u Vrhovlju nalaze: Bukovčak, Cerovski vrh, Cvetković Brdo, Dragonožec, Dubranec, Gustelnica, Prvonožina i Vukomerić. Osim navedenih naselja, tu pripadaju i naselja Rakarje, Kušanec, Lazi, Gornja Lomnica, Lipnica, Markuševac, Havidić Selo, Petravci i Jarebić. [14]



Slika 2 – Karta Campus Turopolje

5.1.3. Plemenita općina turopoljska

Plemenita općina turopoljska se u ovo novije vrijeme može definirati kao udruga koja za cilj ima očuvanje povijesti, folkloru i baštine Turopolja u svim njenim segmentima. Treba istaknuti da je POT u prošlosti bio od jako velikog značaja jer je bio zajednica slobodnih plemića. Prve vijesti o Turopolju i stanovništvu Turopolja spominju se tek početkom XIII. Stoljeća. 1225. godine kralj Bela IV. je neke Turopoljce učinio slobodnim plemićima tako što ih je izuzeo iz službe Gradu Zagrebu. Bili su slobodni i oslobođeni plaćanja poreza, no u zamjenu za svoju slobodu Turopoljci su trebali služiti vojsku. 1279. godine kralj Ladislav IV. je potvrdio Statut POT-a. Prema tom statutu birao se turopoljski župan koji je bio na čelu POT-a. Župan je mogao biti samo onaj koga su zajedničkim dogovorom odobrili turopoljski plemići. [15] Takva okupljanja u svrhu rješavanja problema i postizanja dogovora unutar POT-a se i dan danas naziva spravišće. Nekad prije se izborno, odnosno glavno spravišće održalo na dan svetog Jurja, 23. travnja, a od početka 17. stoljeća, pa sve do danas, ono se održava na dan

svete Lucije, 13. prosinca. Sveta Lucija i sveti Juraj su kršćanski mučenici iz početka 4. stoljeća. Oni su zaštitnici Turopolja, a posebno grada Velike Gorice. [16]

Godine 1848. za bana je izabran Josip Jelačić i tada su nastupile promjene za Plemenitu općinu turopoljsku. Ukinuli su se feudalni odnosi što je rezultiralo time da je 1895. godine, kada je donesen novi zakon, Plemenita općina turopoljska postala isključivo zemljišna zajednica. U periodu između dva svjetska rata POT je imao svoje zadaće. POT je bio zadužen za gospodarski razvoj turopoljskog kraja, izgradnju škola, kulturni napredak i upravljanje šumama. 1947. nakon Drugog svjetskog rata, POT prestaje postojati. POT-u su oduzete šume, Turopoljci više nisu smjeli hraniti Turopoljske svinje i sva je imovina bila nacionalizirana. No, 7. srpnja 1991. godine na prvom obnoviteljskom spravišću, nakon osamostaljenja Republike Hrvatske, obnovljena je i Plemenita općina Turopoljska. [17]

Uprava POT-a organizirana je u dva dijela: Polje (Campus) i Vrhovlje (montes S. Catherinae). Svaki dio se sastoji od manjih zajednica – sučija (iudicatuš), a na čelu sučije bio je sudac (iudex). Na čelu Plemenite općine stajao je župan, kojemu je bio podređen podžupan za Vrhovlje, koji je vodio upravu Vrhovlja. Oni su birani na spravišću za razdoblje od godinu dana. Uz župana, u POT-u su postojale i druge dužnosti. Prisjednici su uz župana sudjelovali na sudu, bilježnik se brinuo o spisima, dok se tiskuš se brinuo o gospodarstvu i o parničkim poslovima. Prema ovim poslovima služba je razdijeljena na fiškuša i fiškala. Lugar se brinuo se o općinskim šumama, a pomagali su mu vojvode). Kapetan je bio zapovjednik turopoljske vojne jedinice, banderija, koja je brojila oko 130, a u ratu 300 ljudi. Kaštelan je kao zadaću imao čuvati stari grad Lukavec, stvari u njemu, zatvorenike, a pomagali su mu čuvari ili vratari. Zastavnik je nosio turopoljsku zastavu, a blagajnik je upravljao općinskom blagajnom. [15]

Turopoljski banderij je povijesna vojna postrojba turopoljskog kraja. Najpoznatija je po rubcu koji vojnici nose oko vrata – podgutnici. Podgutnicu su djevojke i žene vezale svojim muškarcima pred putovanje u bitku da ih podsjeća na dom. Taj je rubac vojska donijela sve do Pariza u Tridesetogodišnjem ratu gdje ga je primijetio i sam kralj Luj XIV. Takav način vezanja marame nazvao je „A la Croat“. Zato se podgutnica smatra pretečom današnje kravate. [18]



Slika 3 - Djevojka banderijalcu veže podgutnicu oko vrata

5.1.4. Stari grad Lukavec

Stari grad Lukavec je zidana utvrda. Nalazi se u istoimenom naselju Lukavec i u sastavu je grada Velike Gorice. Smješten je nedaleko od Velike Gorice kraj Zagreba te se nalazi u središtu Turopolja. Prvi put se spominje 1256. godine kao „caput Lukavez“, no točna godina kao ni mjesto izgradnje nisu poznati. Zidanoj građevini starog grada Lukavca, kakav je danas, prethodila su 2 drvena dvorca. Prvi iz druge polovice 15. stoljeća, i drugi s početka 17. stoljeća. Funkcija utvrde bila je obrambena jer je i podignuta u vrijeme prodora Turaka u Turopolju. [15] Stari grad Lukavec kakvog danas poznajemo, sagrađen je 1749. godine. Sagrađen je u obliku nepravilnog kvadrata s 4 kvadratične kule. Sa svih strana po zidovima poredane su puškarnice u obliku ključanice.



Slika 4 – Stari grad Lukavec

Nad ulaznim vratima, dva lava drže grb POT-a iz 1752. godine. Kralj Bela IV. je uzdigao nekoliko Turopoljaca u plemićki stalež, zbog dobrog služenja, čime su bili priznati kao slobodni plemići. Na Saboru u Zagrebu 1278. godine, Turopoljski plemići dobivaju posebnu organizaciju na čijim se temeljima razvija status Plemenite općine Turopoljske. Da bi imali čvrsto obrambeno uporište i sjedište Plemenite općine turopoljske, Turopoljci su vlastitim radom i o svojem trošku sagradili prvu drvenu utvrdu Lukavec koja je bila građena od 1474. – 1479. godine. Dvorac je tijekom svoje povijesti mijenjao mnoge gospodare. Nakon silnih vladara, Grad Lukavec ponovno dolazi u ruke Turopoljaca koji su ga 1612. ponovno sagradili u drugom drvenom zdanju. Srednjovjekovni tip drvenog trešnjevog topa bio je najjače oružje Lukavec grada. Izrađen je od drveta te i danas krasi prizemlje Lukavca. Također, iz njega se puca svake godine na Jurjevo. U prizemlju se nalazio stan gradskog čuvara te mali zatvor bez prozora. To je bio zatvor za teške zločince i coprnjice, odnosno vještice.

Ispod glavnog tornja nalazi se kapelica svete Lucije, zaštitnice Turopolja. Nad oltarom se nalazi slika svete Lucije, a svodovi su oslikani slikama svetaca. Ovdje je misa zadnji put održana 1848. godine. Stari grad Lukavec je jedini zidani dvorac Turopolja i stoga zauzima značajno mjesto kulturne baštine Turopolja.

5.2. Tradicionalna arhitektura

Hrast lužnjak je osnovni materijal tradicijskog graditeljstva u Turopolju. Poznat je kao autohtoni građevni materijal kojemu su domaći majstori znali udahnuti dušu. Od hrasta lužnjaka podignute su mnoge stare drvene seljačke kuće – hiže, ali i čaradaci i kurije. U Turopolju su također građene mnoge drvene crkve i kapele.

5.2.1. Drvene kuće

Stare drvene kuće su se gradile na jednostavan način. Građene su od debelih hrastovih greda ili planjki, koje su bile tesane ili piljene. Te planjke su se slagale horizontalno i bile su spajane drvenim klinovima. Tako složene planjke su stvarale zidove, a postojala su dva načina kako spojiti uglove kuće - horvaški i nemški vugel. Kada su krajevi greda ili planjki ostajali neotesani, to se nazivalo horvaškim vuglom. A nemški vugel je imao otesane krajeve greda. [19] Takve drvene kuće su imale i nekoliko vrsta pokrova. Prvi i najstariji je bio šop, odnosno slama. Nakon njega su majstori kuće pokrivali tzv. šindrom - drvenim daščicama, a u novije vrijeme najčešća vrsta pokrova bio je crijep. Prozori na kućama su bili mali, a iznad prozora su se nerijetko nalazili mali krovovi koji su štitili prozore od kiše. [20]



Slika 5 – Stara drvena turopoljska kuća

Unutar kuće, cijelom dužinom po sredini stropa prolazila je glavna stropna greda – slemečka ili tram. Strop nije bio obojan a pod u prostorijama je bio od nabijene zemlje.

Postojala su četiri tipa drvene kuće:

1. Kuća s jednom prostorijom
2. Kuća s dvjema prostorijama
3. Kuća s dvjema prostorijama i unutarnjim ganjkom
4. Kuća s trima prostorijama i ganjkom

Hiže su gradili seoski majstori koji su se koristili stoljetnim narodnim iskustvom i vještinama koje su naučili od svojih predaka. Stare tradicijske turopoljske drvene kuće bile su posebne. Njihova najveća posebnost bila je u tome što ih je bilo moguće premještati s mjesta na mjesto pomoću raznih drvenih pomagala. Kuće su bile smještene na velika dvorišta na kojima su se nalazile staje, kukuržnjaci i zdenci za vodu.

5.2.2. Čardaci i kurije

U drugoj polovici 19. stoljeća područja oko doline Kupe i Save su bila povremeno poplavljena. Isto tako, ti prostori su bili bogati hrastovim šumama što je bio jedan od razloga da budu vrlo privlačni ljudima da se tamo nastane. Zato su ljudi odlučili podizati svoje domove na stupove kako bi ih zaštitili. Tako su nastali čardaci. [19]



Slika 6 – Čardak, Donji Dragonožec

Kada su se izgradili nasipi, Kupa i Sava više nisu predstavljale stalnu opasnost od poplava. Zbog toga što je tlo bilo vlažno te je ipak postojala opasnost od povremenih poplava, prizemlje drvenih kuća nikada nije služilo za stanovanje. Prizemlja su služila kao spremišta dok su ljudi živjeli na katu. U Mraclinu i Posavini se mogu pronaći najpoznatiji primjerci čardaka koji imaju prekrasno izrezbarene trijemove i vanjska stubištima. Danas su neke od tih građevina obnovljene te se vode kao zaštićeni spomenici kulture i graditeljstva. Drvene kurije su ladanjske kuće imućnijih Turopoljaca poput kurije Modić-Bedeković u Donjoj Lomnici. Poseban su dio arhitekture sjeverozapadne Hrvatske, a preostalo ih je tek petnaestak. U prizemlju kurija nalazile su se gospodarske prostorije, a na katu je obično bilo pet velikih soba. Najveća, zvana palača s velikim stolom, služila je kao blagovaonica, a do nje se nalazio salon s klasičnim namještajem te još tri spavaonice. Prostrana dvorišta su okruživala kurije, a neka od njih pretvorena su u lijepe parkove. [21]



Slika 7 – Kurija Modić-Bedeković, Donja Lomnica

5.2.3. Sakralni objekti

Drvene crkve i kapelice na području Turopolja su najviše građene u razdoblju od 17. do 20. stoljeća. Njihova glavna karakteristika je uporaba drva kao glavnog građevinskog materijala. Najviše su se gradile u razdoblju kad je drvo bilo najdostupniji građevinski materijal u Turopolju. Turopoljci su za gradnju koristili hrastovinu. Hrastove grede su bile spojene bez

da su se upotrebljavali metalni čavli, a krovišta su vrlo često bila pokrivena drvenom šindrom. Interijeri takvih građevina su bili jednostavni, ali često bogato ukrašeni drvenim rezbarijama.

Jedan od najpoznatijih i najvažnijih primjera drvene sakralne gradnje u Turopolju je crkva sv. Barbare u Velikoj Mlaci. Izgrađena je 1642. godine, a kasnije je dograđivana, s posljednjom većom izmjenom 1912. godine kada je dodan trijem. Ova crkva je jednobrodna građevina s pravokutnim zvonikom i trostrano završenim svetištem. Unutrašnjost crkve bogato je ukrašena baroknim motivima. Posebno se ističu i oslikane plohe s prikazima svetaca i biljnih motiva, kao i oltarna slika posvećena sv. Barbari. [22] U sklopu crkve nalazi se i drveni čardak, župni dvor, koji zajedno s crkvom čini skladnu cjelinu. Također, crkva sv. Barbare je zaštićeno kulturno dobro Hrvatske i primjer je narodnog graditeljstva Turopolja.



Slika 8 – Crkva sv. Barbare, Velika Mlaka

5.3. Baština i tradicija

Kulturna baština, materijalna i nematerijalna, zajedničko je bogatstvo čovječanstva u svojoj raznolikosti i posebnosti, a njena zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta. Ministarstvo kulture i medija razvija mehanizme i uspostavlja mjere zaštite kulturne baštine s ciljem osiguranja njene održivosti što

podrazumijeva identificiranje, dokumentiranje, istraživanje, održavanje, zaštitu, korištenje kao i promicanje njenih vrijednosti.

Kulturnu baštinu čine pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja. Baštinu neke regije možemo dijeliti na materijalnu i nematerijalnu. [23] Kategoriji materijalne kulturne baštine Turopolja pripada arhitektura, ručno rađeni predmeti od drva, tekstilni proizvodi koji su izrađeni tehnikama koje su prepoznatljive za to područje. U nematerijalnu kulturnu baštinu Turopolja se mogu svrstati folklorni plesovi i glazba, zatim običaji i tradicionalni događaji te usmena predaja i priče tog kraja.

Tradicija uključuje vrijednosti i običaje koji se prenose s generacije na generaciju u nekoj zajednici. Tradiciji pripada kultura, jezik, religija, umjetnost, ali i obiteljski običaji i društvene norme. Svi smo svjedoci da se običaji kroz vrijeme mijenjaju, ali može se reći da oni često zadržavaju osnovne elemente koji su dobro znani u nekoj zajednici. Sve to je temeljni dio identiteta neke zajednice. Tradicija i običaji uvelike utječu na to kako ljudi percipiraju i interpretiraju svoj svijet.

5.4. Turopoljska baština obitelji Slanec

Obitelj Slanec iz Hrašća Turopoljskog se bavi skupljanjem starih predmeta s područja Turopolja. Josip, glava obitelji, je veliki ljubitelj starina kojih je s vremenom skupio imponantan broj. Svojim se hobbijem aktivno bavi već 15 godina. Velik dio stvari i ishodište nadahnuća je nasljeđe supruginih roditelja - obitelji Vodopivec, gdje je pronašao mnoge stare stvari kojima su se ljudi koristili kroz prošlost. Kako je oduvijek ljubitelj starina, odlučio je da ih ne smije baciti te ih je uredio i dobro sačuvao. Važno je napomenuti da je određen broj eksponata zbirke dar dobrih ljudi koji su saznali da se obitelj Slanec očuvanjem turopoljske baštine. Njihova zbirka sadrži između 1500 i 2000 raznih eksponata. Od starih novaca, zapisa, stolarskog i bačvarskog alata, svega što je bilo potrebno za tkanje do poljoprivrednih alata. Svoju kolekciju nazivaju „svojim malim muzejom“ koji je izložen u kući u centru Hrašća Turopoljskog na kojeg su izuzetno ponosni. Tako su u toj kući izložili postav u više kategorija. U najvećoj prostoriji su izložene sve makete, dok je u ostalim prostorijama prikazana nekadašnja kuhinja, „kupaonica“ i spavaća soba, a ostali dio je spremljen jer nema dovoljno prostora da bi sve bilo izloženo.



Slika 9 - Prikaz maketa



Slika 10 – Prikaz kuhinje



Slika 11 – Prikaz spavaće sobe

Uz sve te starine koje je Josip uz pomoć svoje obitelji uredio i izložio, počeo je izrađivati i drvene makete. Prva maketa koju je izradio bio je Mraclinski čardak koji mu je zapeo za oko kad je autom prolazio pokraj njega. Odlučio se vratiti i fotografirati ga, te je kroz određeno vrijeme nastala njegova maketa. Uz Mraclinski čardak, nastaju makete crkava, kuća, kukuržnjaka, bunara, raspela, krušnih peći i sitnih uporabnih stvari. Posebno je ponosan na maketu Crkve svete Barbare iz Velike Mlake koju Turopoljci nazivaju turopoljskom ljepoticom.

Vrijedno je napomenuti kako je obitelj Slanec dosad održala 7 izložbi. Neke su bile samostalne, a neke u suradnji s udrugama ili lokalnom zajednicom. Izložbe su bile održane u suradnji s Etno udrugom Kurilovec, Centrom za kulturu Novi Zagreb, Turističkom zajednicom zagrebačke županije i Plemenitom općinom Turopoljskom.

Da bi ovakva zbirka nastala i opstala, potrebna je podrška i pomoć obitelji, ali i timski rad. U obitelji svatko na svoj način doprinosi očuvanju zbirke. Obitelj Slanec za glavni cilj ima očuvanje turopoljske baštine i običaja. Žele da budući naraštaji znaju sve o svojoj prošlosti, budu ponosni na nju, ali i da nikad ne zaborave stare običaje i odakle su potekli. Obitelj je voljna svoju zbirku prikazivati raznim naraštajima da se ne bi zaboravila povijest i kultura uz misao „Nek nam nikad ne pogine kaj je naše od starine“. Zbog toga je i namjera da ovaj novo

osmišljeni koncept izložbe koji je i tema ovog rada bude način da se cjelokupni dojam i prezentacija zbirke unaprijedi i dopre do što više ljudi.

6. Koncept multimedijalne izložbe

Kroz multimedijalnu izložbu pod nazivom „Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština“ želi se prikazati tradicionalna drvena arhitektura, ali i kulturna baština Turopolja. Tradicionalna drvena arhitektura biti će primarno prikazana kroz drvene makete čiji je autor Josip Slanec. Kulturna baština i arhitektura Turopolja biti će prikazana kroz integraciju fizičkih eksponata i multimedijalnih sadržaja koji će dodatno oplemeniti samu izložbu.

6.1. Vizija izložbe

Vizija izložbe je stvoriti inovativno i edukativno iskustvo koje spaja prošlost i sadašnjost, naglašavajući važnost očuvanja kulturne baštine. Kroz interaktivne sadržaje, cilj je angažirati posjetitelje svih uzrasta i potaknuti ih na istraživanje i učenje o bogatoj tradiciji Turopolja. Izložba teži postati referentna točka za kulturno-edukativne programe i turističke posjete, promovirajući Turopolje kao destinaciju kulturnog turizma.

6.2. Ciljevi izložbe

Ova izložba ima nekoliko ciljeva.

1. Očuvanje kulturne baštine i arhitekture Turopolja

Očuvanje kulturne baštine i arhitekture Turopolja, ali i bilo koje druge regije u RH je od velikog značaja. To se proteže na društvene, obrazovne i kulturne aspekte. Kulturna baština je temelj identiteta neke zajednice. Važno je očuvati tradiciju, običaje i arhitekturu kako bi stanovnici nekog kraja imali osjećaj pripadnosti.

2. Edukacija

Cilj je edukacija svih onih koji posjete izložbu. Kulturna baština može biti izvor mnoštva materijala koji se mogu iskoristiti u obrazovne svrhe. Škole svojim dolaskom na izložbu mogu potaknuti učenike da se više uključe u samu tematiku izložbe i na taj način nauče nešto više o povijesti, arhitekturi, umjetnosti i zanatima Turopoljskog kraja.

3. Interaktivnost

Ideja je da se posjetitelje potakne da kroz interaktivni sadržaj što više nauče o Turopolju – arhitekturi, običajima i baštini.

4. Angažiranje zajednice

Postoji želja je da se uključi lokalna zajednica, a najviše školska djeca u aktivnosti i radionice povezane s izložbom. Bitno je da djeca nauče što više o povijesti i kulturi svog kraja kako se običaji i tradicija ne bi zaboravili.

6.3. Ciljana skupina

Ciljana skupina je vrlo široka. Može se podijeliti u nekoliko skupina. To su: lokalno stanovništvo, školska djeca i mladi, obitelji i turisti.

1. Lokalno stanovništvo

Ovoj kategoriji pripadaju stanovnici Turopolja i šire okolice. Izložba im pruža priliku da se povežu s vlastitom kulturnom baštinom, uče o povijesti svojih predaka, ali i da razvijaju svijest o važnosti očuvanja kulturnih vrijednosti.

2. Školska djeca i mladi

Ovoj kategoriji pripadaju učenici osnovnih i srednjih škola, kao i studenti. Edukacija je ključna komponenta izložbe. Multimedijalni sadržaji osmišljeni su kako bi bili privlačni i edukativni za mlade, omogućavajući im da kroz interaktivne aktivnosti uče o povijesti, arhitekturi i običajima. Također, radionica potiče njihovu kreativnost i razmišljanje.

3. Obitelji

Ovoj kategoriji pripadaju obitelji s djecom. Izložba nudi obiteljima priliku za zajedničko učenje i kvalitetno provođenje vremena.

4. Turisti

Ovoj kategoriji pripadaju posjetitelji iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva. Izložba može poslužiti kao atraktivna turistička destinacija koja privlači posjetitelje zainteresirane za povijest, kulturu i tradiciju.

6.4. Struktura izložbe

Kao što je prethodno spomenuto, multimedijalni koncept ove izložbe ima nekoliko ciljeva: očuvanje kulturne baštine i arhitekture Turopolja, edukaciju posjetitelja, interaktivnost i angažiranje zajednice.

Naravno, svaka izložba treba svoj izložbeni prostor. Ideja ove izložbe je da bude održana u tradicionalnom drvenom Turopoljskom čardaku kako bi stvorila jedinstven spoj prošlosti i sadašnjosti, tradicije i tehnologije. Kulturna baština i arhitektura Turopolja bit će prikazana kroz integraciju fizičkih eksponata i multimedijalnih sadržaja koji će dodatno oplemeniti samu izložbu. Struktura izložbe je postavljena na način da je izložba podijeljena u 6 cjelina. Svaki se čardak sastoji od prizemlja i kata, a neki imaju i podrum. Dio koncepta ove izložbe je da ona bude održana u čardaku takvog tipa, a kako izgleda vidi se na slici ispod.



Slika 12 - Čardak

1. cjelina: "Arhitektura u malom"

Ova će cjelina prikazivati makete Turopoljskih građevina i predmeta. Multimedijalni elementi koji će biti ukomponirani u tu cjelinu su grafički panoi s QR kodovima te interaktivna ploča.

Ova cjelina bi bila izložena u prizemlju čardaka. Ideja je da izložba u ovoj cjelini sadrži panoje s grafikama na kojima se nalaze ilustracije turopoljskih maketa u okruženju u prirodi, naziv makete i kratak opis makete. Također na dnu panoa se nalazi QR kod koji nas skeniranjem vodi na stranicu na kojoj možemo doznati više o svakoj pojedinoj građevini koja je predstavljena kroz maketu i pano s grafikama.

Napravljeni su mockup-ovi za nekoliko najvažnijih maketa/građevina Turopolja kako bi se vizualno prikazala ideja. Makete koje su prikazane na panoima su Stari grad Lukavec, Crkva sv. Barbare – Velika Mlaka, Buševečka kuća, Rodna kuća Slanec, Mraclinski čardak i Vodenica. Svaka maketa je prvotno fotografirana iz svih kutova, a zatim su fotografije obrađene i montirane u prirodni okoliš tako da izgledaju kao slike koje je naslikao slikar. Fotomontaže su odrađene u grafičkom programu Adobe Photoshop, dok je layout za panoje s grafikama napravljen u Adobe InDesign-u.



Slika 13 - Prikaz maketa na grafičkim panoima



Slika 14 - Prikaz maketa na grafičkim panoima

Uz panoe s grafikama, ovu cjelinu bi dodatno multimedijalno obogatila interaktivna ploča koja bi prikazivala interaktivnu kartu Turopolja i interaktivnu edukativnu slagalicu. Odabirom na jedan ili drugi pojam korisnik može izabrati što želi vidjeti na ploči.



Slika 15 - Prikaz glavnog sučelja na interaktivnoj ploči

Dakle, prvi dio interaktivne ploče je interaktivna karta Turopolja. Ona prikazuje povijesnu kartu Turopolja na kojoj je obilježeno 7 lokacija koje su bitne za povijest i očuvanje kulturne baštine i arhitekture Turopolja.

To su: Crkva sv. Jurja – Odra, Crkva sv. Barbare – Velika Mlaka, Kurija Modić-Bedeković – Donja Lomnica, Kapela ranjenog Isusa – Pleso, Stari grad Lukavec, Mraclinski čardak i Vrata od krča. Pritiskom na bilo koju od označenih lokacija na karti, prikazuje se nova stranica s informacijama o pojedinom lokalitetu.



Slika 16 - Prikaz interaktivne karte Turopolja na interaktivnoj ploči

Drugi dio interaktivne ploče je interaktivna edukativna slagalica. Cilj slagalice je točno spojiti pojam sa slikom. Tematika ponuđenih pojmova se odnosi na Turopolje. Pojmovi su: turopoljski banderij, turopoljski lug, turopoljska podgutnica, tur i grb Plemenite općine turopoljske.



Slika 17 - Prikaz interaktivne edukativne slagalice na interaktivnoj ploči

Sve cjeline koje će biti navedene u nastavku bi bile izložene u zasebnoj prostoriji, u njih sveukupno 4 na katu.

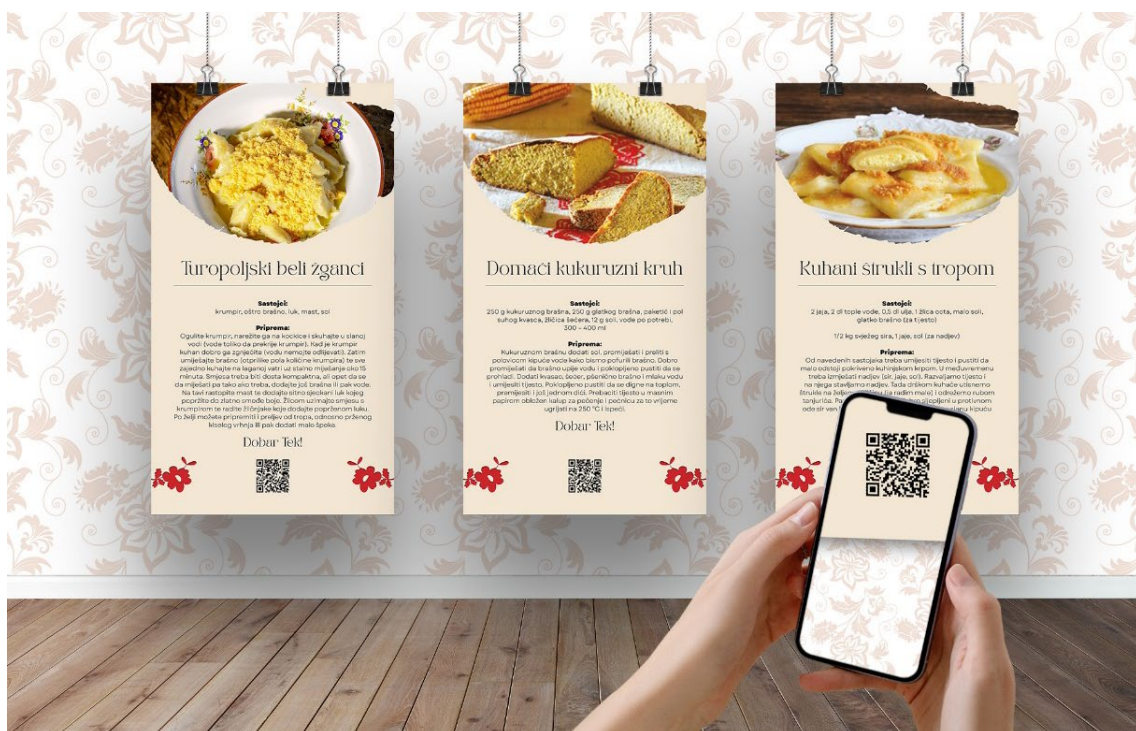
2. cjelina: "Kuhinja naših predaka"

Druga cjelina će biti prikaz tradicionalne kuhinje, a pod nazivom "Kuhinja naših predaka". Multimedijalni elementi u toj cjelini će biti grafički panoji s autohtonim Turopoljskim receptima i QR kodovima. Neki od recepata koji se nalaze na panoima su: turopoljski beli žganci, domaći kukuruzni kruh i kuhani štrukli s tropom. Ideja je da posjetitelj uz pomoć svog mobilnog telefona skenira QR kod koji ga vodi do recepta i da ga može spremiti. Na taj način vrlo jednostavno može doći do tradicionalnog recepta ako neko od tih jela poželi pripremiti kod kuće.

Uz navedene multimedijalne elemente, u ovoj cjelini bili bi prikazani i fizički eksponati starih predmeta. Neki od njih su: starinski stol za blagovanje s kutnom klupom i stolcima, starinske komode, sat, starinsko posuđe i kuhinjska pomagala, cjedila za sir, maslenke, grohače itd. I na kraju, starinsku dječju hodalicu, koja funkcionira na nešto drugačiji način za razliku od današnjih.



Slika 18 - Prikaz receptata na grafičkim panoima



Slika 19 - Prikaz skeniranja QR koda s receptima

3. cjelina: "Snovi prošlosti"

Treća će cjelina prikazivati spavaću sobu koja će za multimedijalni element imati digitalne fotookvire na kojima će se izmjenjivati stare fotografije iz prošlosti. Sve prostorije na katu bi imale tradicionalno ukrašene zidove. Onako kako se to nekad u prošlosti radilo. Time

bi se dočaralo kako su nekadašnje prostorije izgledale, a opet bi se u njih ukomponirali multimedijalni elementi. Izvedba digitalnih fotookvira je zamišljena tako da se na tabletima izmjenjuju stare fotografije. Ti tableti bi oko sebe imali konstruiran starinski drveni okvir. Na taj način bi se dobio dojam klasične fotografije koja je smještena u okvir i obješena na zid, a zapravo je multimedijalni element.

Fizički eksponati koji bi bili prikazani u ovoj cjelini su: dva starinska kreveta – spojena u jedan bračni, noćni ormarići, ormari, psiha (jedan niži ormarić u sklopu kojeg se nalazi veće ogledalo), dječji krevetić, zipka, dječja fotelja i konjić za ljuljanje, igračke. Također, u sobu bi bio smješten i manji stol sa stolcem na kojem bi se nalazila pisaća mašina.



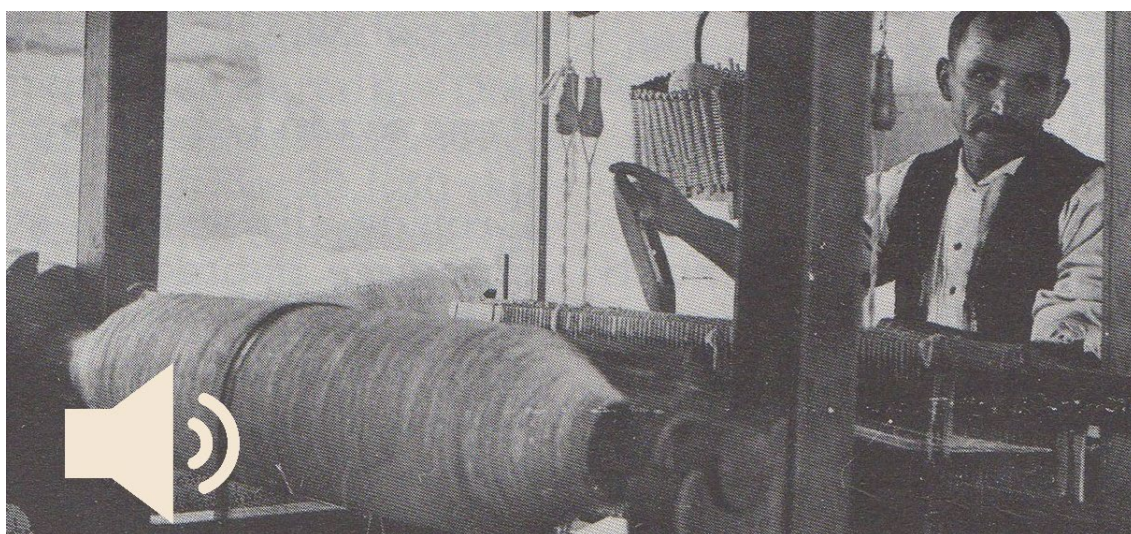
Slika 20 - Prikaz digitalnih fotookvira na zidu u spavaćoj sobi



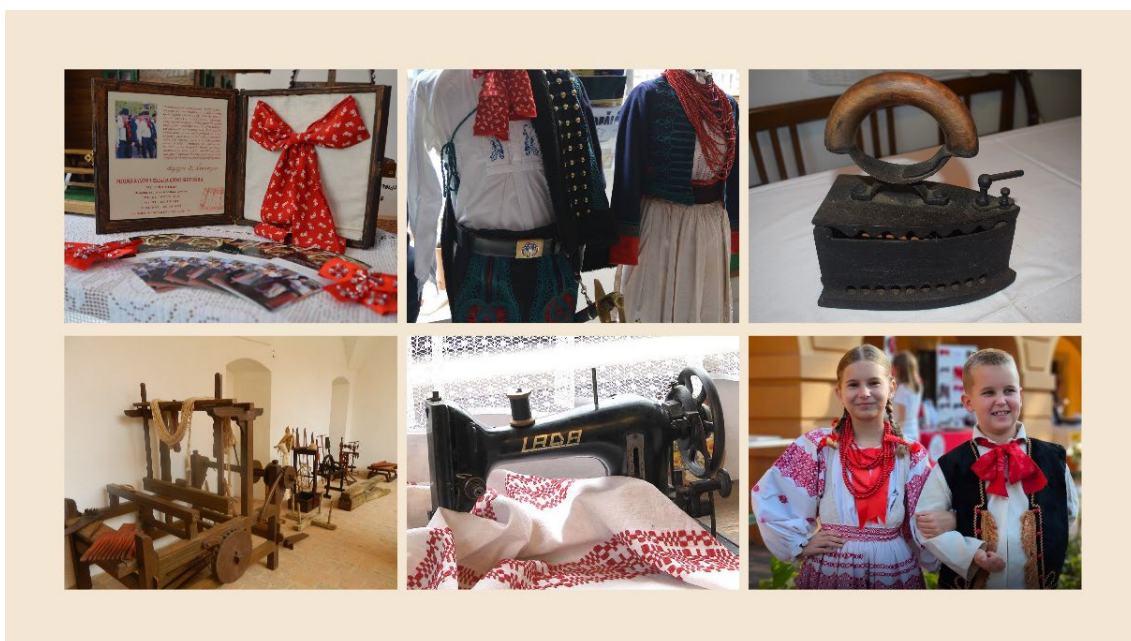
Slika 21 - Prikaz digitalnih fotookvira na zidu u spavaćoj sobi

4. cjelina: "Nit po nit"

Četvrta cjelina bila bi posvećena tkanju i tekstilu. Multimedijalni elementi u toj cjelini biti će zvučni elementi koji će posjetiteljima dočarati zvuk rada tkalačkog stana i stare šivaće mašine. U toj cjelini bi se nalazili tkalački stan te kolovrati i preslice koje su se nekada koristile za izradu konca, a potom za tkanje. Tu bi svojem mjesto pronašle i šivaće mašine i pegle. Uz to bi u starinskim drvenim škrinjama bio prikazan tradicijski tekstil (od ručnika, stolnjaka, jastučnica i posteljine do narodnih nošnji). Također, u toj prostoriji će se nalaziti lutka obučena u tradicionalnu odoru turopoljskog banderijalca.



Slika 22 - Prikaz zvuka u cjelini "Nit po nit"



Slika 23 - Prikaz građe u cjelini "Nit po nit"

5. cjelina: "Kroz ruke majstora"

Peta cjelina pod nazivom "Kroz ruke majstora" prikazivati će drvo i stolarske alate. Multimedijalni elementi u toj cjelini bili bi video materijali koji bi sadržavali zanimljive priče majstora stolara o tome kako se prije gradilo i radilo. Video materijali bi se prikazivali na TV-u, dok bi uz to bio izložen nekadašnji stolarski alat.



Slika 24 - Prikaz videa na TV-u u cjelini "Kroz ruke majstora"



Slika 25 - Prikaz alata u cjelini "Kroz ruke majstora"

6. cjelina: "Male ruke, velike ideje"

I naposljetku, zadnja, šesta cjelina biti će nastavak pete cjeline, a to su dvije radionice u kojoj bi školska djeca mogla izrađivati jednostavne makete kako bi se upoznali s maketarstvom ili tradicionalnim vezom. Radionice bi uz stručno vodstvo, bile popraćene uputama koje bi se nalazile na tabletima. Radionice bi bile održavane u podrumskom djelu čardaka koji bi bio potpuno prilagođen za tu namjenu.



Slika 26 - Prikaz izrade makete na radionici



Slika 27 - Prikaz izrade veza na radionici

7. Vizualni i promotivni koncept izložbe

Vizualni koncept uključuje estetski i grafički pristup koji doprinose samoj percepciji izložbe. On izložbu čini prepoznatljivom i privlačnom. Promotivni koncept izložbe uključuje marketinški pristup u odnosu na izložbu. Vrlo je usko vezan za vizualni koncept. To je vrlo bitno zato da bi izložba bila što dostupnija definiranoj ciljanoj publici. Vizualni i promotivni koncept izložbe zajedno stvaraju cjelokupni dojam izložbe. [24] To se odnosi na trenutak od kad je potencijalni posjetitelj čuo ili vidio nešto vezano za izložbu, pa sve do njegova posjeta izložbi. I naravno, na samom kraju se ne smije zaboraviti na to kakav je dojam izložba ostavila na posjetitelja. Kada se vizualni i promotivni koncept neke izložbe pomno osmisli, to može rezultirati značajnim povećanjem uspjeha izložbe.

7.1. Vizualni identitet

Dokazano je da su ljudi izrazito vizualna bića. Najbolje reaguju i prikupljaju informacije uz pomoć vizualnih podražaja. Neil Gains je proveo istraživanje u kojem je došao do zaključka da se vizualna metoda prijenosa informacija nalazi na drugom mjestu, odmah nakon glasovne. [25] Zato je vizualna komunikacija danas izrazito važna u području marketinga kako bi se prenijele sve željene informacije.

Vizualni identitet tj. kućni stil se u najvećoj mjeri odnosi na brandove, tvrtke i korporacije. Pomoću vizualnog identiteta se tvrtke predstavljaju ciljanoj publici kao prepoznatljivo lice i na taj naj način grade svoju konzistentnost što je izrazito bitno. Glavni elementi vizualnog identiteta su logotip, znak, kućne boje i tipografija. Kada se definira vizualni identitet neke tvrtke, on se primjenjuje na sva sredstva komunikacije. Bila ona offline (vizitke, memorandumi, letci, brošure, katalozi, billboard-i, automobili, promotivni darovni asortiman) ili online (materijali za web, društvene mreže, newsletter-e). U svojem članku *The Role of the Logo in Brand Expression* iz 2008. njegov autor, Christopher Armstrong kaže da je logo u stvari potpis, a s obzirom na to da je logo nužan dio vizualnog identiteta, može se reći da sam vizualni identitet predstavlja potpis nekog branda. [26] Kod se kreira neki vizualni identitet važno je biti usmjeren na povezivanje kreativnosti i učinkovitosti kako bi se na najbolji mogući način ispričala i prezentirala priča nekog branda.

Kako se vizualni identitet stvara za potrebe nekog branda, tako se može stvoriti i za potrebe neke izložbe. U nastavku je prikazan logotip koji je kreiran za potrebe izložbe. Pošto je ideja ovog diplomskog rada osmisliti i razviti multimedijalni koncept izložbe po nazivom *Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština* bilo je važno osmisliti i vizualni koncept kako bi sve zajedno bilo ujednačeno, konzistentno i prepoznatljivo.

Ideja za logotip je bilo ukomponirati naslov same izložbe s nekim tradicionalnim elementom ili detaljem koji je prepoznatljiv za Turopolje. Odabir je pao na cvjetić koji se nalazi na prethodno spomenutoj podgutmici koju su nosili turopoljski banderijalci oko vrata.

Prvo su odabrana dva fonta - primarni i sekundarni. Za primarni font izbran je font: "TAN - PEARL Regular" (njime je napisano „TUROPOLJSKI IDENTITET“), a za sekundarni je izabran font: "Garet" (njime je napisano „TRADICIONALNA ARHITEKTURA I BAŠTINA“). On je kroz cijeli vizualni identitet korišten u dva reza: "Book" i "Heavy".

Zatim su odabrane kućne boje. Izabrane su:

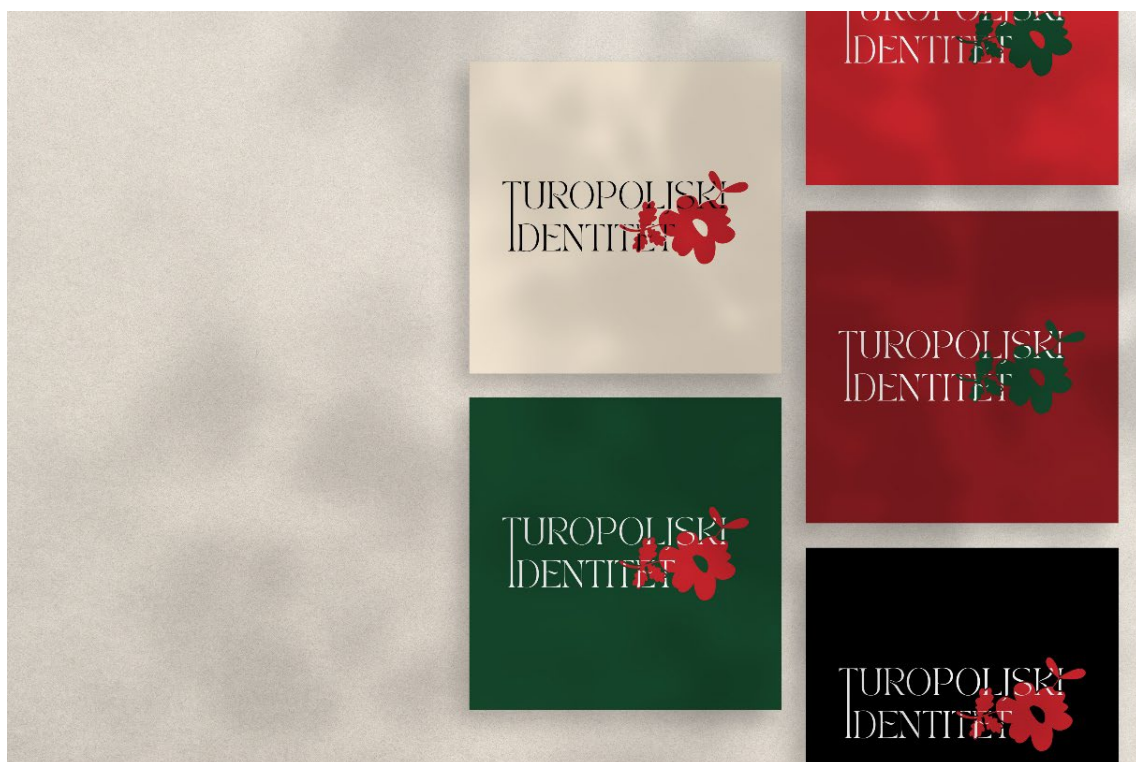
- crna (C0 M0 Y0 K100, R0 G0 B0, #000000) i
- bijela (C0 M0 Y0 K0, R255 G255 B255, #ffffff) - vrlo su važne za korištenje logotipa u pozitivu i negativu, kao i
- crvena (C14 M99 Y93 K4, R201 G37 B44, #c9252c)
- tamno crvena (C28 M98 Y92 K31, R137 G28 B33, #891c21)
- bež (C4 M8 Y17 K0, R242 G229 B209, #f2e5d1)
- zelena (C86 M44 Y88 K50, R21 G71 B43, #15472b)

Logotip je rađen u programu Adobe Illustrator.



Slika 28 - Prikaz logotipa

U nastavku je prikazano kako je logotip apliciran u kombinacijama boja koje su definirane u vizualnom identitetu.



Slika 29 - Prikaz aplikacije logotipa

Sljedeće je prikazan znak u sklopu vizualnog identiteta. Znak je grafički simbol, ikona ili vizualni element koji predstavlja brand ili organizaciju, ali bez korištenja teksta. To je grafički element koji može biti apstraktan ili konkretan, a ipak predstavlja neki brand. Inicijalna ideja je da on bude jednostavan.



Slika 30 - Prikaz znaka

Ovdje je prikazan uzorak u sklopu vizualnog identiteta. Uzorci su važan dio vizualnog identiteta i mogu se koristiti na različite načine kako bi se stvorila konzistentnost i prepoznatljivost brenda. Uzorci se mogu koristiti na ambalažama, materijalima za web, raznim promotivnim materijalima i proizvodima.



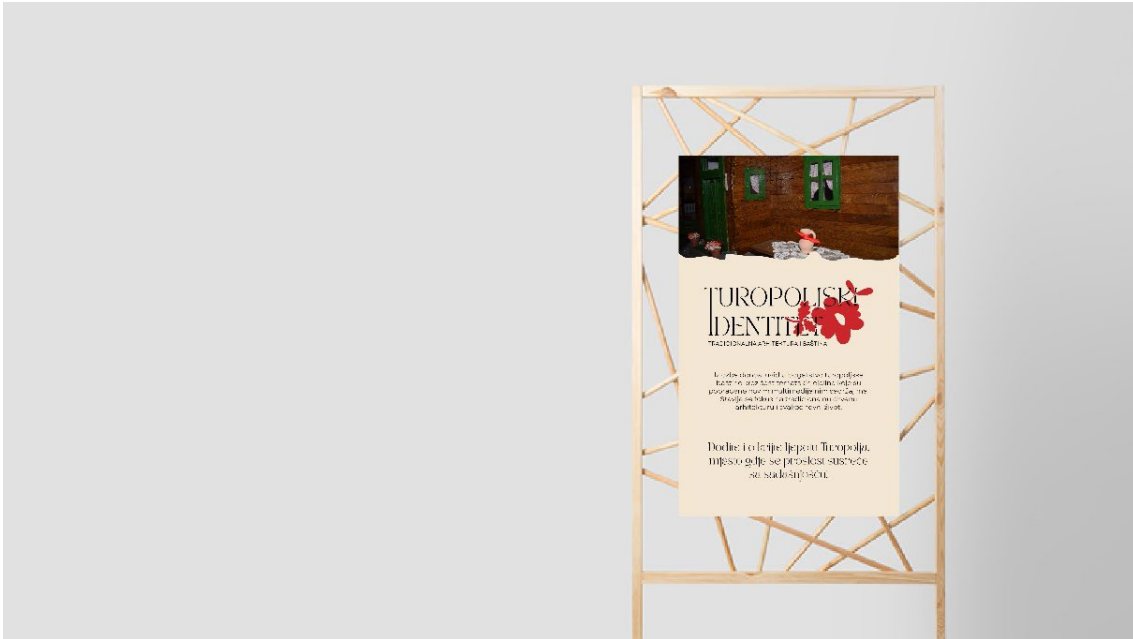
Slika 31 - Prikaz uzorka

7.2. Promotivni materijali

Promotivni materijali se koriste kako bi se promovirali proizvodi ili neka usluga. U ovom slučaju se promotivni materijali koriste u svrhu promocije izložbe. Promotivne materijale možemo podijeliti u dvije skupine: offline i online materijale.

7.2.1. Offline materijali

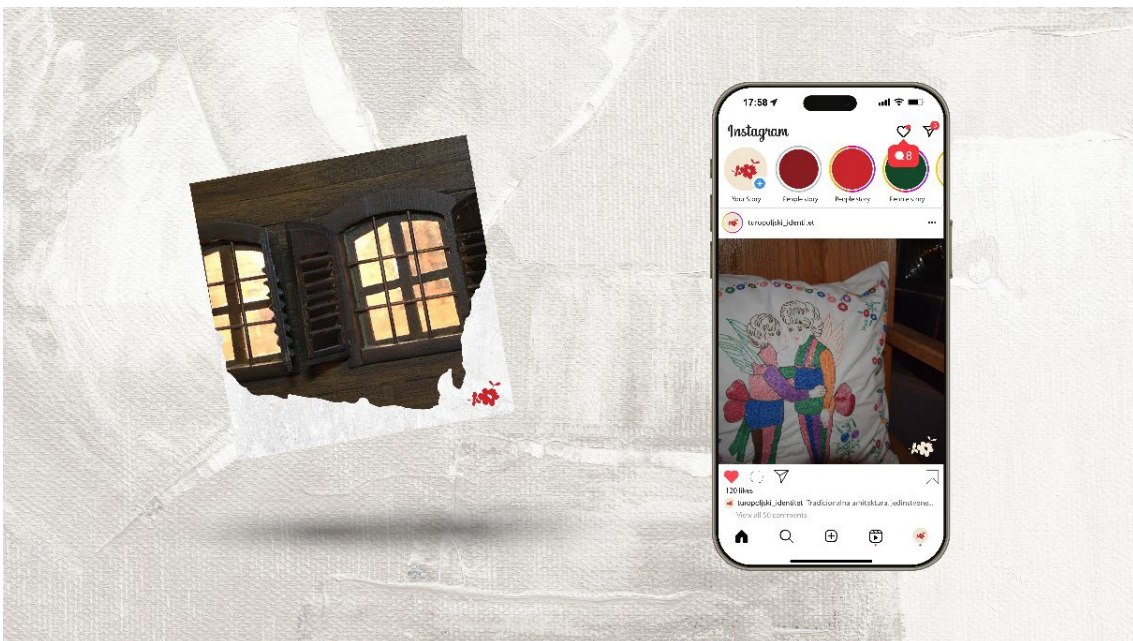
Offline ili tiskani promotivni materijali su vizitke, letci, brošure, katalozi, plakati, etikete, naljepnice i billboard-i. Offline materijal koji je kreiran u svrhu promocije ove izložbe je plakat koji je u nastavku i prikazan.



Slika 32 - Prikaz promotivnog plakata

7.2.2. Online materijali

U online ili digitalne promotivne materijale spadaju newsletter-i, banner-i, sadržaji za društvene mreže i video materijali. Online materijali koji su kreirani u svrhu promocije ove izložbe su Instagram, odnosno Facebook post-ovi i story-ji koji su u nastavku i prikazani.



Slika 33 - Prikaz Instagram post-a



Slika 34 - Prikaz Instagram story-a

8. Istraživanje

U ovom je poglavlju provedeno istraživanje o tome kako multimedijalni i interaktivni sadržaj može poboljšati cjelokupno iskustvo posjetitelja izložbe. Također, može li multimedijalni i interaktivni sadržaj na taj način doprinijeti edukaciji posjetitelja, očuvanju i promoviranju kulturne baštine, ali i razvitku turizma na lokalnoj razini.

8.1. Hipoteza

Hipotezu možemo definirati kao pretpostavku koja se postavlja na samom početku nekog istraživanja. Ona je temelj istraživanja. Na temelju hipoteza se formiraju anketna pitanja putem koje je provedeno i ovo istraživanje. Za ovo istraživanje je postavljeno 5 hipoteza.

Hipoteza 1:

Posjetitelji koji su već posjećivali slične izložbe pokazat će veći interes za izložbu „Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština“. Oni s prethodnim iskustvom posjećivanja kulturnih i povijesnih izložbi bit će skloniji posjetiti ovu izložbu i sudjelovati u njenim aktivnostima.

Hipoteza 2:

Multimedijalni i interaktivni sadržaji značajno povećavaju zanimanje posjetitelja za kulturne i povijesne izložbe. Posjetitelji koji imaju pristup multimedijalnim i interaktivnim elementima na izložbama biti će više angažirani i pokazat će veće zanimanje za izložbu u usporedbi s onima koji posjećuju izložbe bez takvih elemenata.

Hipoteza 3:

Video materijali i interaktivne ploče su najefikasniji multimedijalni elementi za edukaciju na kulturnim izložbama. Posjetitelji smatraju da video materijali i interaktivne ploče pružaju najkorisnije informacije i najbolje doprinose edukativnom aspektu izložbe.

Hipoteza 4:

Multimedijalni sadržaji poput digitalnih fotookvira i zvučnih elemenata najviše doprinose doživljaju oživljavanja povijesti. Posjetitelji koji preferiraju digitalne fotookvire i zvučne elemente kao dio izložbe doživjet će snažniji osjećaj povezivanja s povijesnim kontekstom.

Hipoteza 5:

Izložba koja nudi radionice prilagođene djeci privući će više obitelji s djecom. Prilagodba sadržaja za djecu, uključujući radionice i interaktivne aktivnosti, privući će više obiteljskih posjeta u usporedbi s izložbom koja takve sadržaje ne nudi.

8.2. Informacije o istraživanju

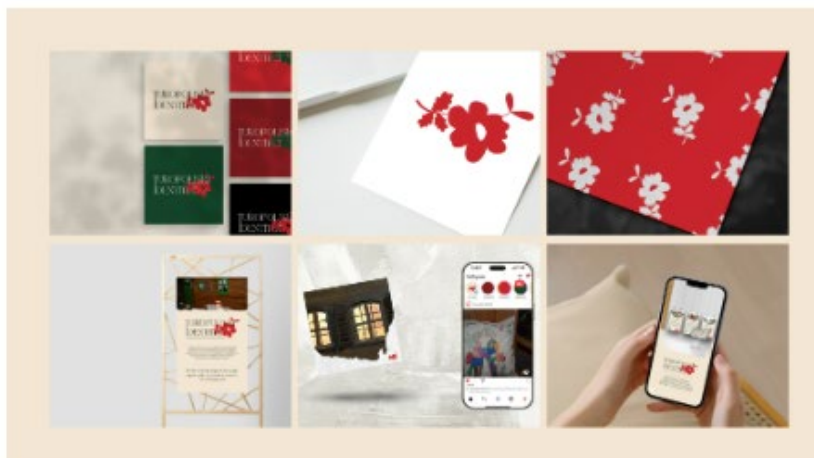
Osmišljena je anketa u svrhu provođenja istraživanja za izradu diplomskog rada na diplomskom studiju Multimedije Sveučilišta Sjever u Varaždinu. Cilj ovog istraživanja je dobiti uvid u razmišljanja potencijalnih posjetitelja izložbe o tome kako multimedijalni elementi utječu na cjelokupni dojam o izložbi.

Kako izložba planira prikazati bogatu kulturnu baštinu i tradicionalnu drvenu arhitekturu Turopolja kroz izložbene eksponate i drvene makete uz dodatak inovativnih multimedijalnih i interaktivnih sadržaja, ispitanicima je postavljeno 20 pitanja. Pomoću tih pitanja su provjerene unaprijed postavljene hipoteze.

Svi ispitanici su pristupili rješavanju ankete putem linka koji im je bio poslan. Anketa je potpuno anonimna, a svi odgovori su korišteni u svrhe istraživanja i analizirani isključivo za potrebe ovog rada.

Anketa je bila podijeljena u 3 odjeljka. U prvom odjeljku je ispitanicima bilo objašnjeno u svrhu kakvog istraživanja se provodi anketa, te su im postavljena 3 pitanja - o njihovoj dobi, spolu i području iz kojeg dolaze. U drugom odjeljku ispitanici su dobili kratki uvid o multimedijalnom konceptu izložbe po cjelinama kako bi lakše odgovorili na pitanja koja su slijedila u trećem odjeljku. Slike u nastavku na koji način je ispitanicima predstavljen koncept multimedijalne izložbe.

Prikaz vizualnog identiteta i promotivnih materijala izložbe



Izložba će biti podijeljena u 6 cjelina.

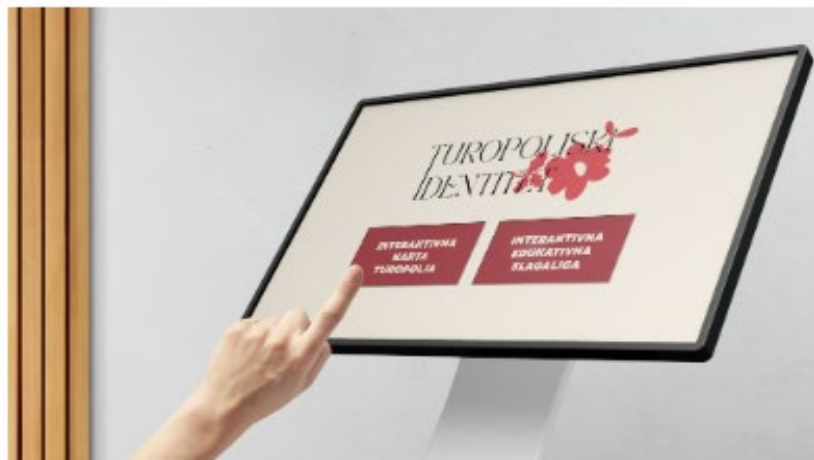
1. cjelina: "Arhitektura u malom"

Ova će cjelina prikazivati makete Turopoljskih građevina i predmeta. Multimedijalni elementi koji će biti ukomponirani su grafički pano i QR kodovi te interaktivna ploča. Ploča će sadržavati interaktivnu kartu Turopolja koja će prikazivati nekoliko najvažnijih povijesnih i kulturnih točaka Turopolja te interaktivnu edukativnu slagalicu.

Prikaz maketa na grafičkim panoima



Prikaz glavnog sučelja na interaktivnoj ploči



Prikaz interaktivne karte Turopolja na interaktivnoj ploči



Prikaz interaktivne edukativne slagalice na interaktivnoj ploči



2. cjelina: "Kuhinja naših predaka"

Druga cjelina će biti prikaz tradicionalne kuhinje. Multimedijalni elementi u toj cjelini će biti grafički panoi s autohtonim Turopoljskim receptima koji imaju mogućnost skeniranja QR kodova.

Prikaz recepata na grafičkim panoima i skeniranje QR kodova



3. cjelina: "Snovi prošlosti"

Treća cjelina će prikazivati spavaću sobu koja će za multimedijalni element imati digitalne fotookvire (tablete uokvirjene tradicionalnim drvenim okvirima) na kojima će se izmjenjivati stare fotografije iz prošlosti.

Prikaz digitalnih fotookvira na zidu u spavaćoj sobi



4. cjelina: "Nit po nit"

Četvrta cjelina biti će tkanje i tekstil pod nazivom "Nit po nit". Multimedijalni element u toj cjelini biti će zvučni elementi (zvuk rada tkalačkog stana i šivaće mašine).

Prikaz građe u cjelini "Nit po nit"



5. cjelina: "Kroz ruke majstora"

Peta cjelina će prikazivati drvo i stolarske alate. Multimedijalni elementi u toj cjelini biti će video materijali prikazivani na TV-u koji sadrže zanimljive priče majstora stolara o tome kako se prije gradilo i radilo.

Prikaz videa na TV-u u cjelini "Kroz ruke majstora"



6. cjelina: "Male ruke, velike ideje"

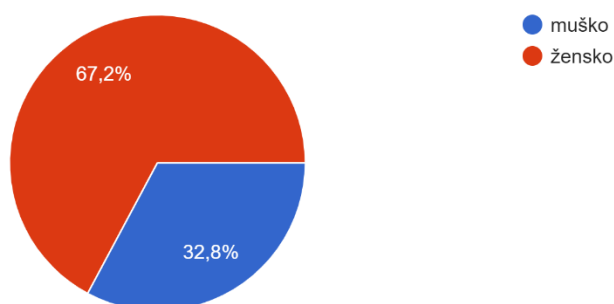
I naposljetku, zadnja, šesta cjelina biti će nastavak pete cjeline, a to su dvije radionice u kojoj će školska djeca moći izrađivati jednostavne makete kako bi se upoznali s maketarstvom ili tradicionalnim vezom. Radionice će biti popraćene uputama koje će se nalaziti na tabletima.

I naposljetku, u trećem odjeljku je ispitanicima postavljeno 17 pitanja koja su kreirana na temelju prethodno postavljenih hipoteza za ovo istraživanje. Anketa je bila otvorena tjedan dana i kroz tih tjedan dana, anketu je ispunilo 64 ispitanika.

8.3. Rezultati ankete

Od 64 ispitanika, anketu je riješilo 67,2 % žena i 32,8 % muškaraca.

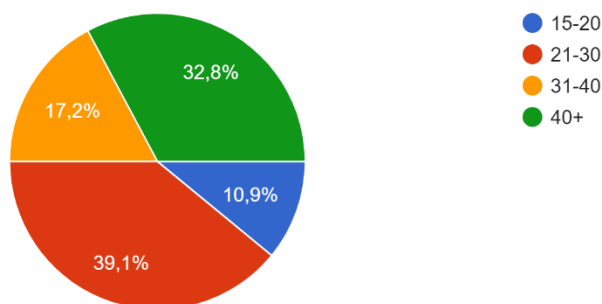
Spol:
64 odgovora



Slika 35 – Rezultati ankete – pitanje 1

Kada gledamo dob ispitanika, 39,1 % ispitanika bilo je u dobi od 21 do 30 godina, 32,8 % ispitanika bilo je u dobi od 40 + godina, 17,2 % ispitanika bilo je u dobi od 31 do 40 godina i preostalih 10,9% bilo je u dobi od 15 do 20 godina.

Dob:
64 odgovora

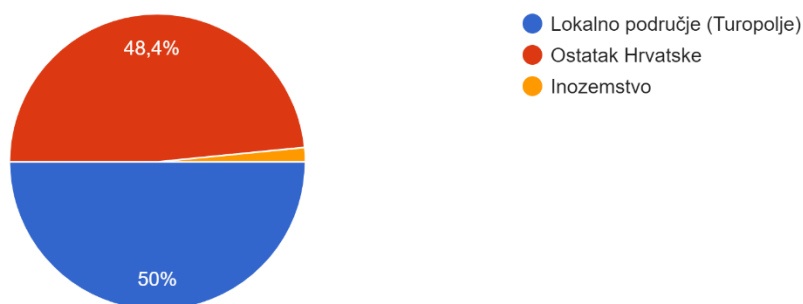


Slika 36 – Rezultati ankete – pitanje 2

Na pitanje „Odakle dolazite?“, 50% je odgovorilo da dolazi iz lokalnog područja (Turopolja), njih 48,4% odgovorilo je da su iz ostatka Hrvatske, dok je njih 1,6% iz Inozemstva.

Odakle dolazite?

64 odgovora

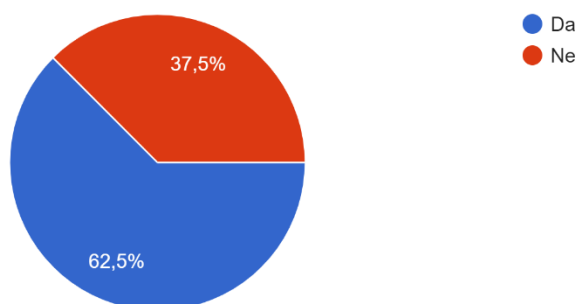


Slika 37 – Rezultati ankete – pitanje 3

Kada su ispitanici pitani „Jeste li već posjećivali slične izložbe?“ 62,5% je odgovorilo da jesu, a 37,5% ispitanika je odgovorilo da nisu. To ukazuje da je više od polovice ljudi posjećivalo slične izložbe.

Jeste li već posjećivali slične izložbe?

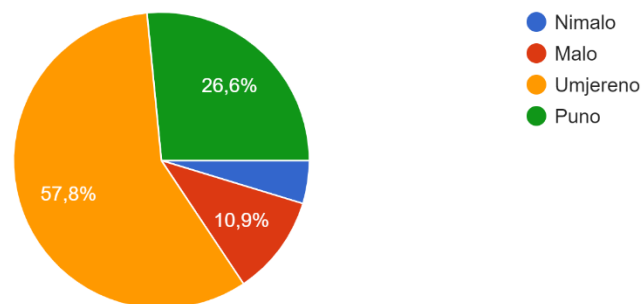
64 odgovora



Slika 38 – Rezultati ankete – pitanje 4

Pitanje „Koliko Vas zanimaju kulturne i povijesne izložbe?“ je postavljeno kako bi se provjerilo koliki postotak ispitanika pokazuje interes za izložbe koje imaju kulturnu i povijesnu tematiku. U najvećem postotku – njih 57,8% se izjasnilo da ih to umjereno zanima. 26,6% reklo je da ih to puno zanima, dok je 10,9% ispitanika pokazalo veliki interes. I na kraju, njih 4,7% je odgovorilo da ih to nimalo ne zanima.

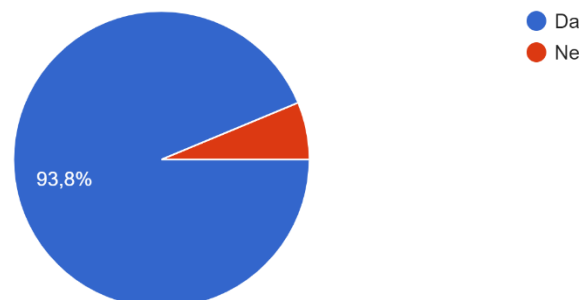
Koliko Vas zanimaju kulturne i povijesne izložbe?
64 odgovora



Slika 39 – Rezultati ankete – pitanje 5

Kada je ispitanicima postavljeno pitanje „Je li Vam važno da izložbe koje posjećujete imaju edukativan sadržaj?“, 93,8% je odgovorilo da je, a 6,2 % je odgovorilo da im to nije bitno. Shodno tome, zaključuje se da je ljudima važno da izložbe koje posjećuju imaju edukativan sadržaj i da saznaju i nauče nešto novo i zanimljivo.

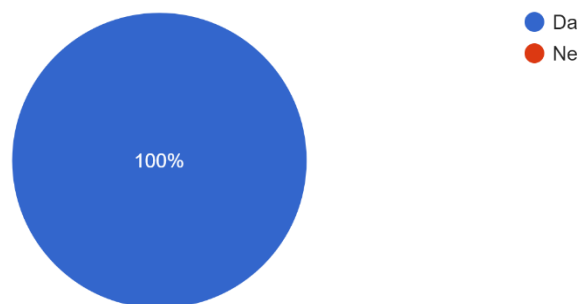
Je li Vam važno da izložbe koje posjećujete imaju edukativan sadržaj?
64 odgovora



Slika 40 – Rezultati ankete – pitanje 6

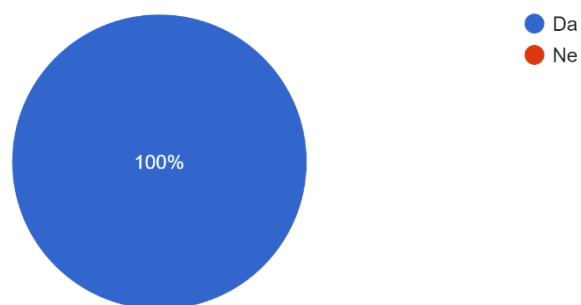
Na pitanja „Smatrate li da izložbe ovakvog tipa pomažu u očuvanju i promoviranju kulturne baštine?“ i „Mogu li izložbe ovakvog tipa pomoći u razvitku turizma na lokalnoj razini?“, 100% ispitanika je odgovorilo kako smatraju da izložbe ovakvog tipa pomažu u očuvanju i promoviranju kulturne baštine. Također, mišljenja su da izložbe ovakvog tipa mogu dodatno pomoći u razvitku turizma na lokalnoj razini.

Smatrate li da izložbe ovakvog tipa pomažu u očuvanju i promoviranju kulturne baštine?
64 odgovora



Slika 41 – Rezultati ankete – pitanje 7

Mogu li izložbe ovakvog tipa pomoći u razvitku turizma na lokalnoj razini?
64 odgovora

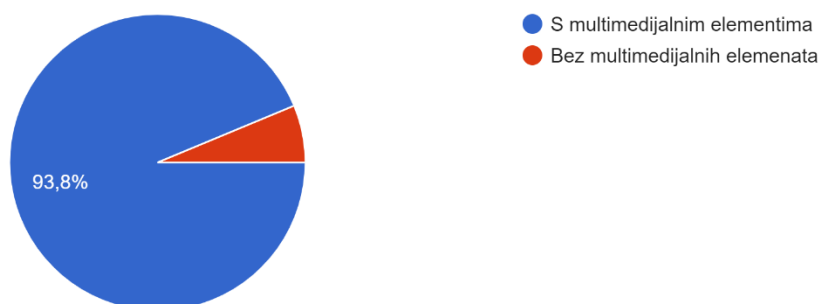


Slika 42 – Rezultati ankete – pitanje 8

Kada je ispitanicima postavljeno pitanje „Jesu li Vam zanimljivije izložbe s multimedijalnim elementima ili bez njih?“, 93,8% je odgovorilo da su im zanimljivije izložbe s multimedijalnim elementima, dok je 6,2 % odgovorilo da su im zanimljivije izložbe bez multimedijalnih elemenata. Shodno tome, zaključuje se da ljudi vole kad su izložbe popraćene multimedijalnim elementima.

Jesu li Vam zanimljivije izložbe s multimedijalnim elementima ili bez njih?

64 odgovora

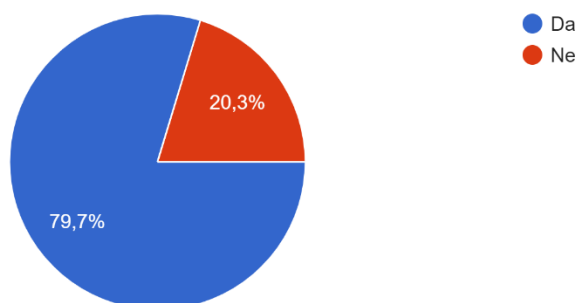


Slika 43 – Rezultati ankete – pitanje 9

Odgovor na pitanje „Jesu li Vam važni multimedijalni i interaktivni elementi na izložbama?“ je za 79,7% ispitanika bio da, dok je preostalih 20,3% ispitanika odgovorilo da im nisu važni multimedijalni i interaktivni elementi na izložbama.

Jesu li Vam važni multimedijalni i interaktivni elementi na izložbama?

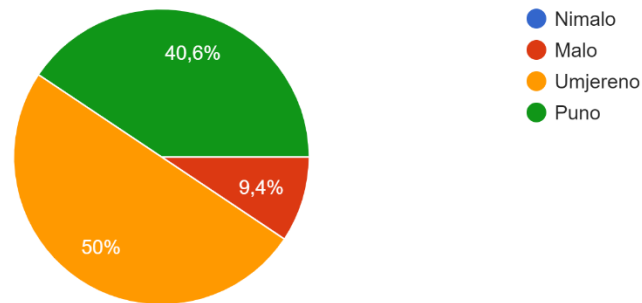
64 odgovora



Slika 44 – Rezultati ankete – pitanje 10

Na postavljeno pitanje „Koliko Vam je važan vizualni identitet izložbe (npr. logotip, dizajn plakata ili online materijali)?“ 50% ispitanika je reklo da im je to umjereno važno. Zatim, njih 40,6% se izjasnilo da im je to jako važno. 9,4% ispitanika je reklo da ih to malo zanima. Svim ispitanicima je to bitno u nekoj mjeri, ali nitko nije odgovorio da mu to nije nimalo važno.

Koliko Vam je važan vizualni identitet izložbe (npr. logotip, dizajn plakata ili online materijali)?
64 odgovora

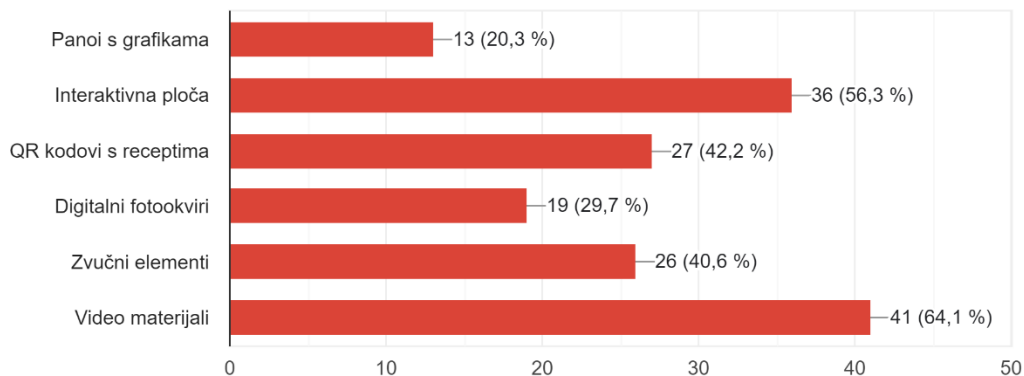


Slika 45 – Rezultati ankete – pitanje 11

Na pitanje „Koji dio multimedijalnog koncepta izložbe Vam se čini najzanimljivijim?“ bilo moguće odabrati više odgovora. Tako se pokazalo da najveći broj ispitanika – njih 64,1% (odnosno 41 odgovora) smatra da su to video materijali. Interaktivna ploča se pokazala kao drugi izbor jer je nju odabralo 56,3% ispitanika (odnosno 36 odgovora). Zatim slijede QR kodovi s receptima. Njih je odabralo 42,2% ispitanika (odnosno 27 odgovora). Zvučne elemente najzanimljivijim smatra 40,6% (odnosno 26 odgovora). Sljedeći su na redu digitalni fotookviri koji su dobili 29,7% (odnosno 19 odgovora). Na kraju, panoi s grafikama se nalaze na zadnjem mjestu sa 20,3% (odnosno 13 odgovora).

Može se zaključiti da ispitanici video materijale i interaktivnu ploču smatraju najzanimljivijim dijelom multimedijalnog koncepta, a panoi s grafikama su im najmanje zanimljivi.

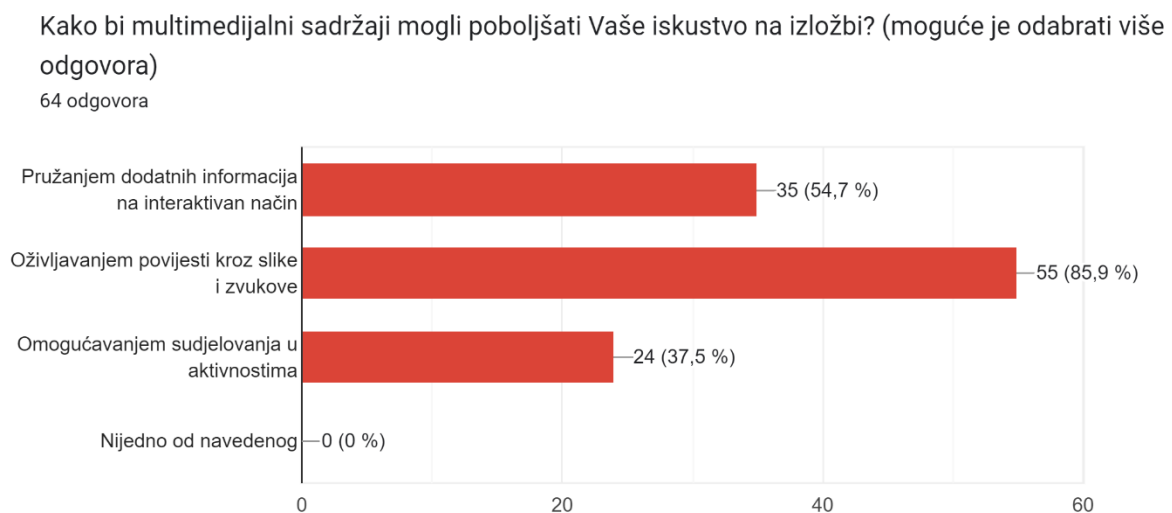
Koji dio multimedijalnog koncepta izložbe Vam se čini najzanimljivijim? (moguće je odabrati više odgovora)
64 odgovora



Slika 46 – Rezultati ankete – pitanje 12

Kada je ispitanicima postavljeno pitanje „Kako bi multimedijalni sadržaji mogli poboljšati Vaše iskustvo na izložbi?“ također su mogli odabrati više odgovora. Pokazalo se da najveći broj ispitanika – njih 85,9% (odnosno 55 odgovora) misli da bi multimedijalni sadržaji mogli poboljšati iskustvo na izložbi tako što bi povijest bila „oživljena“ kroz slike i zvukove. 54,7% (odnosno 35 odgovora) ispitanika smatra da bi za to bilo zaslužno pružanje dodatnih informacija na interaktivan način. Neki od ispitanika smatraju da bi njihovo iskustvo na izložbi bilo poboljšano kada bi im se omogućilo da sudjelovanju u isplaniranim aktivnostima i radionicama. To misli njih 37,5% (odnosno 24 odgovora). Nitko od ispitanika nije odabrao – nijedno od navedenog.

Zaključuje se da svi ponuđeni odgovori pozitivno utječu na ispitanike i da bi isplanirani multimedijalni i interaktivni sadržaji značajno poboljšali iskustvo posjetitelja na ovakvoj vrsti izložbe.



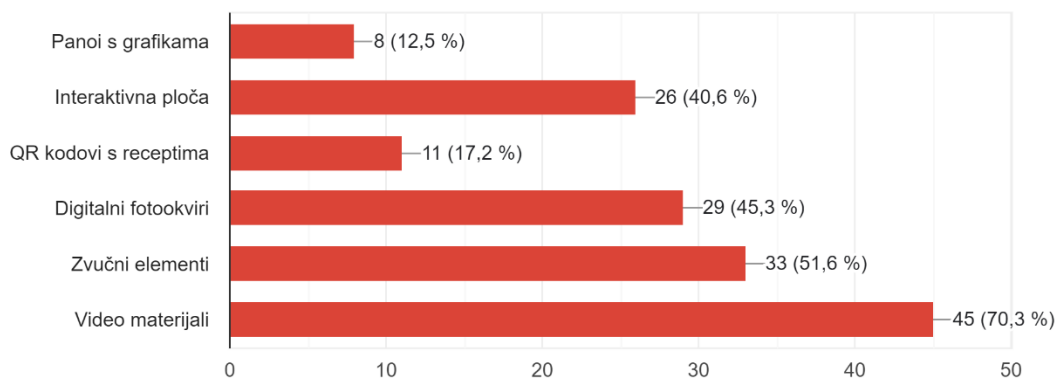
Slika 47 – Rezultati ankete – pitanje 13

Ispitanicima je bilo postavljeno pitanje „Koji multimedijalni sadržaji po Vama najviše doprinose doživljaju oživljavanja povijesti?“. I na to je pitanje bilo moguće odabrati više odgovora. Najveći broj ispitanika – njih 70,3% (odnosno 45 odgovora) smatra da su to video materijali. Za njima slijede zvučni elementi koje je odabralo 51,6% ispitanika (odnosno 33 odgovora). Na trećem su mjestu digitalni fotookviri s 45,3% (odnosno 29 odgovora). Interaktivna ploča se pokazala kao četvrti izbor jer je nju odabralo 40,6% ispitanika (odnosno 26 odgovora). Zatim slijede QR kodovi s receptima. Njih je odabralo 17,2% ispitanika (odnosno 11 odgovora). Na kraju, panoji s grafikama se nalaze na zadnjem mjestu sa 12,5% (odnosno 8 odgovora).

Može se zaključiti kako ispitanici smatraju da bi video materijali i zvučni elementi najviše doprinijeli doživljaju oživljavanja povijesti, a panoji s grafikama najmanje.

Koji multimedijalni sadržaji po Vama najviše doprinose doživljaju oživljavanja povijesti? (moguće je odabrati više odgovora)

64 odgovora



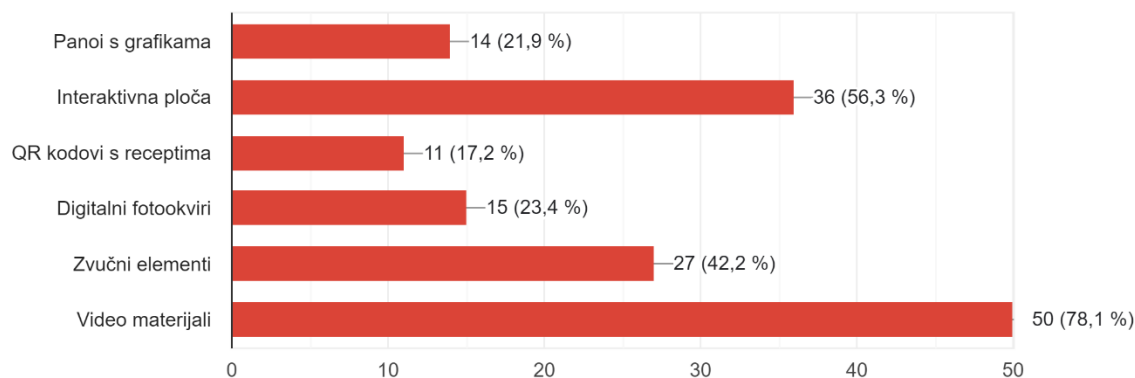
Slika 48 – Rezultati ankete – pitanje 14

Na pitanje „Koje multimedijalne ili interaktivne elemente smatrate najkorisnijima za edukaciju na ovakvim izložbama?“ također je bilo moguće odabrati više odgovora. Pokazalo se da najveći broj ispitanika – njih 78,1% (odnosno 50 odgovora) misli da su video materijali najkorisniji multimedijalni element za edukaciju na izložbama. Ispitanici smatraju da su panoi s grafikama najmanje korisni za edukaciju na izložbama. Interaktivna ploča se nalazi na drugom mjestu s 56,3% (odnosno 24 odgovora), zatim slijede zvučni elementi s 42,2% (dobili su 27 glasova). Na četvrtom su mjestu digitalni fotookviri s 23,4% (dobili su 15 glasova), a na petom su mjestu QR kodovi s receptima s 17,2% (odnosno 11 glasova). Njih je odabralo 21,9% (dobili su 14 glasova).

Zaključak je da su video materijali najkorisniji multimedijalni element za edukaciju na izložbama, a da su panoi s grafikama najmanje korisni.

Koje multimedijalne ili interaktivne elemente smatrate najkorisnijima za edukaciju na ovakvim izložbama? (moguće je odabrati više odgovora)

64 odgovora

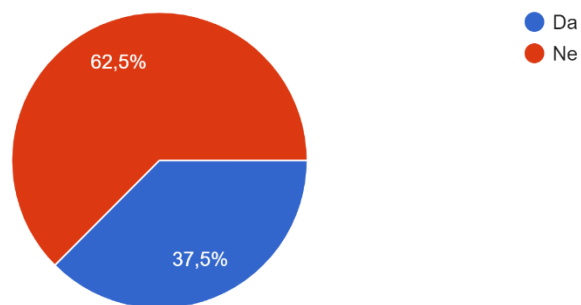


Slika 49 – Rezultati ankete – pitanje 15

Na pitanje „Jeste li roditelj?“, 62,5% ispitanika je odgovorilo da je, dok se 37,5% ispitanika izjasnilo da nisu roditelji.

Jeste li roditelj?

64 odgovora

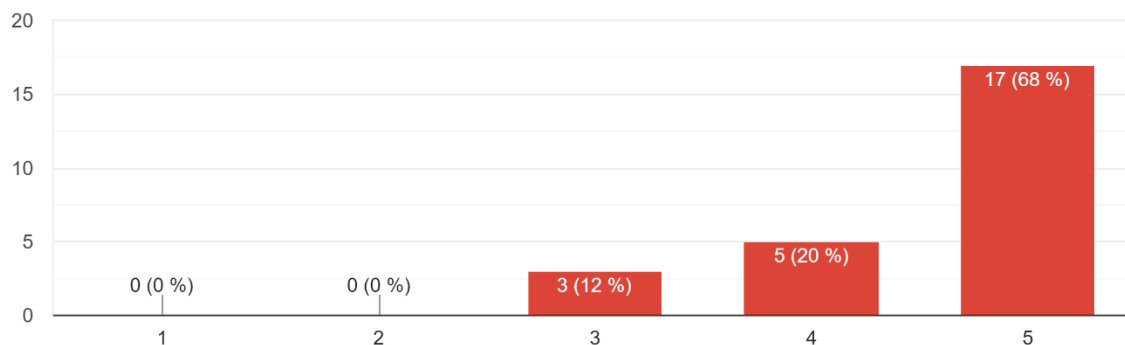


Slika 50 – Rezultati ankete – pitanje 16

Na sljedeća dva pitanja odgovarali su isključivo ispitanici koji su roditelji jer se pitanja tiču djece i aktivnosti koje su prilagođene njima. Postavljene su oznake od 1 do 5 koje označuju važnost u obliku ocjena. 1 označava najmanju vrijednost, a 5 označava najveću vrijednost. 68% roditelja, odnosno njih 17 je reklo da im je važno da izložba uključuje aktivnosti prilagođene djeci (označili su oznaku 5). Oznaku 4 je označilo 20% roditelja, odnosno njih 5. 12% roditelja, odnosno njih 3 je označilo oznaku 3. Oznake 1 i 2 nije označio nijedan ispitanik. Možemo zaključiti da je ispitanicima bitno da izložbe sadrže aktivnosti koje su prilagođene djeci.

Ako ste roditelj, koliko Vam je važno da izložba uključuje aktivnosti prilagođene djeci?

25 odgovora

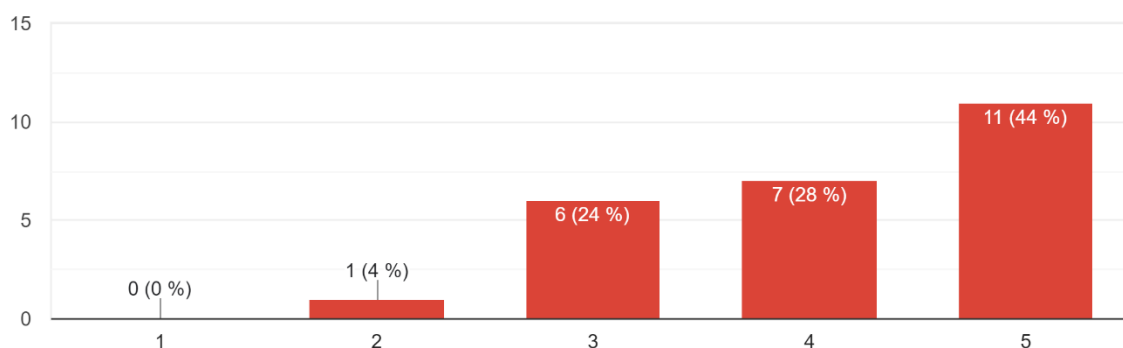


Slika 51 – Rezultati ankete – pitanje 17

Još su ispitanici, koji su roditelji, bili pitani koliko im je važno da radionice za djecu imaju tablete na kojima se nalaze upute (potpuno prilagođene djeci) za izradu maketa ili tradicionalnog veza. 44% roditelja, odnosno njih 11 je reklo da im je važno da radionice za djecu imaju tablete s uputama (označili su oznaku 5). Oznaku 4 je označilo 28% roditelja, odnosno njih 7. 24% roditelja, odnosno njih 6 je označilo oznaku 3. Oznaku 2 je označilo 4% ispitanika, u ovom slučaju, jedna osoba. Oznaku 1 nije označio nijedan ispitanik. Možemo zaključiti da ispitanicima nije izrazito važno da radionice za djecu imaju tablete s uputama.

Ako ste roditelj, koliko Vam je važno da radionice za djecu imaju tablete na kojima se nalaze upute (potpuno prilagođene djeci) za izradu maketa ili tradicionalnog veza?

25 odgovora

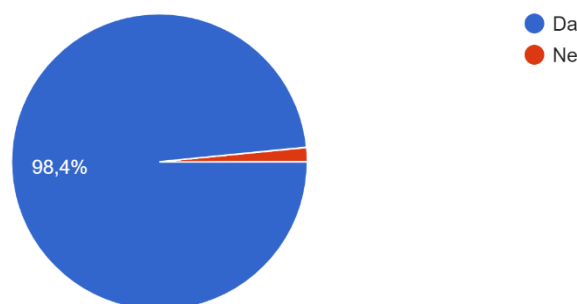


Slika 52 – Rezultati ankete – pitanje 18

Na pitanje „Biste li posjetili izložbu s ovakvim konceptom?“, 98,4% ispitanika je odgovorilo da bi, a 1,6% ispitanika se izjasnilo da ne bi posjetilo izložbu.

Biste li posjetili izložbu s ovakvim konceptom?

64 odgovora

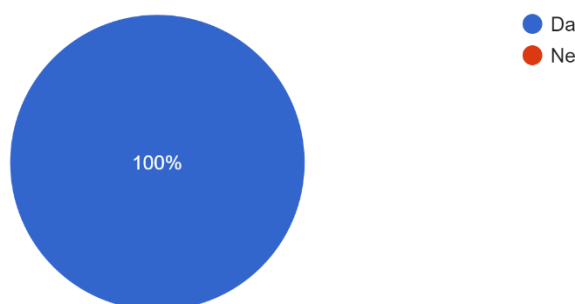


Slika 53 – Rezultati ankete – pitanje 19

Zadnje pitanje u ovoj anketi bilo je „Biste li preporučili izložbu drugima na temelju prikazanog koncepta?“. 100% ispitanika je na to pitanje odgovorilo pozitivno. Može se zaključiti da je koncept ove multimedijalne izložbe dobro osmišljen jer bi gotovo svi ispitanici posjetili izložbu s ovakvim konceptom, a svi ispitanici bi izložbu preporučili drugima na temelju prikazanog koncepta.

Biste li preporučili izložbu drugima na temelju prikazanog koncepta?

64 odgovora



Slika 54 – Rezultati ankete – pitanje 20

8.4. Zaključak istraživanja

Na temelju provedenog istraživanja, može se zaključiti da su rezultati ankete u velikoj mjeri potvrdili većinu prethodno postavljenih hipoteza.

Hipoteza 1:

Pretpostavka da će posjetitelji koji su već posjećivali slične izložbe pokazati veći interes za izložbu „Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština“ je u većoj mjeri potvrđena. Većina ispitanika (62,5%) je već posjećivala slične izložbe, što potvrđuje pretpostavku da prethodno iskustvo utječe na zanimanje za buduće slične događaje.

Hipoteza 2:

Hipoteza koja govori da multimedijalni i interaktivni sadržaji značajno povećavaju zanimanje posjetitelja za kulturne i povijesne izložbe je svakako potvrđena. Velika većina ispitanika (93,8%) preferira izložbe s multimedijalnim elementima, što ukazuje na važnost takvih elemenata u povećanju interesa i angažmana posjetitelja.

Hipoteza 3:

Pretpostavka da su video materijali i interaktivne ploče najefikasniji multimedijalni elementi za edukaciju na kulturnim izložbama također je potvrđena. Video materijali su se pokazali kao najkorisniji edukativni alat (78,1% ispitanika), a interaktivne ploče su zauzele drugo mjesto po korisnosti.

Hipoteza 4:

Hipoteza da multimedijalni sadržaji poput digitalnih fotookvira i zvučnih elemenata najviše doprinose doživljaju oživljavanja povijesti također je potkrijepljena rezultatima. Video materijali (70,3%) i zvučni elementi (51,6%) su ocijenjeni kao najvažniji multimedijalni elementi koji doprinose doživljaju „oživljavanja“ povijesti. Ova hipoteza nije u potpunosti potvrđena jer se pretpostavilo da će najviše odgovora donositi digitalni fotookviri i zvučni elementi.

Hipoteza 5:

Radionice prilagođene djeci privukle bi više obitelji s djecom. Ispitanici koji su roditelji istaknuli su važnost aktivnosti prilagođenih djeci, potvrđujući da bi ovakve radionice mogle privući veću posjećenost.

Ispitanici su u velikoj mjeri prepoznali važnost edukativnog sadržaja na izložbama, što ukazuje na to da izložba koja kombinira kulturnu baštinu i edukaciju može imati pozitivan odjek kod publike. Multimedijalni elementi, posebno oni koji „oživljavaju“ povijest kroz slike i zvukove, značajno doprinose pozitivnom iskustvu posjetitelja. Vizualni identitet izložbe također igra važnu ulogu u privlačenju posjetitelja, iako je to manje naglašeno u odnosu na multimedijalne sadržaje.

Istraživanje je potvrdilo gotovo sve postavljene hipoteze, što upućuje na to da je multimedijalni koncept izložbe „Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština“ dobro osmišljen i da ima potencijal privući široku publiku, potaknuti edukaciju i promovirati kulturnu baštinu te doprinijeti razvitku lokalnog turizma. Ispitanici su izrazili visoku razinu interesa za ovakvu vrstu izložbe te su svi bili spremni preporučiti je drugima, što je snažan pokazatelj uspješnosti koncepta.

9. Zaključak

Izložbe su često tematski strukturirane i dizajnirane kako bi prenijele određenu poruku, ideju ili priču posjetiteljima. Postavljene su kroz pažljivo odabrane eksponate. Multimedijalni elementi, poput videa, zvuka, digitalnih instalacija i interaktivnih ekrana, postaju sve važniji u suvremenim izložbama. Oni obogaćuju iskustvo posjetitelja tako da im pružaju dinamičan i edukativan sadržaj. U današnje vrijeme, kada su ljudi navikli na digitalne tehnologije u svakodnevnom životu, multimedijalni sadržaji igraju ključnu ulogu u privlačenju publike i održavanju njihove pažnje.

Multimedijalni elementi omogućuju da složenije izložbene teme budu dostupne i razumljive široj publici. Također, ovi elementi mogu učiniti izložbu interaktivnijom i prilagodljivijom različitim dobnim skupinama, što je posebno važno za mlade. Zato multimedijalni sadržaji mogu značajno povećati interes za izložbu.

Zaključak ovog rada je da koncept multimedijalne izložbe „Turopoljski identitet: Tradicionalna arhitektura i baština“ uspješno spaja tradicionalne elemente kulturne baštine s inovativnim multimedijalnim sadržajima. Tako se potiče interes posjetitelja svih dobnih skupina, već i značajno doprinosi očuvanju i promociji lokalne kulture. Rezultati istraživanja potvrđuju da multimedijalni i interaktivni elementi, poput video materijala, interaktivnih ploča, digitalnih fotookvira i zvučnih elemenata, ne samo da povećavaju zanimanje posjetitelja za izložbu, već i poboljšavaju njihovo edukativno iskustvo.

Također, istraživanje je pokazalo da ovakvi projekti mogu značajno doprinijeti razvoju turizma na lokalnoj razini, na način da podižu svijest o važnosti očuvanja kulturne baštine. U konačnici, ovaj rad potvrđuje gotovo sve postavljene hipoteze na početku istraživanja, naglašavajući ključnu ulogu multimedijalnih i interaktivnih elemenata u suvremenim izložbama. Na početku je bilo postavljeno nekoliko ciljeva za ovu izložbu. To su: očuvanje kulturne baštine i arhitekture Turopolja, edukacija posjetitelja, interaktivnost i angažiranje zajednice. Ti bi ciljevi bili ispunjeni ukoliko bi se pri organizaciji izložbe pridržavali osmišljenog koncepta, a isto je potvrđeno rezultatima iz ankete.

10. Literatura

- [1] »Hrvatska enciklopedija - Izložba« Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/izlozba>. [Pristupano: 15. 6. 2024.]
- [2] G. Rockwell, A Mactavish, »Multimedia«, 2004.
- [3] Antun Antolović, »Fotografija skrivenih mjesta grada Zagreba, Grafički fakultet u Zagrebu« Zagreb, 2013.
- [4] Tea Kalčić, »Uloga i važnost fotografije u digitalnom marketingu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli« Pula, 2018.
- [5] Dubravko Kuhta, »Zvuk 1« Zagreb, 2013.
- [6] Hana Bečević; Žarka Vujić, »Zvuk kao interpretacijska strategija na izložbama u zagrebačkim muzejima i galerijama« Zagreb, 2022.
- [7] Study, B.C.A, »Unit- 5: Introductory concept of Multimedia« Dostupno na: <https://bcastudyguide.com/unit-5-multimedia/>. [Pristupano: 15. 6. 2024.]
- [8] A. Skendzic, B. Kovacic, »Interaktivna ploča i aplikacija Sketchpad HR – interaktivnost u nastavnom procesu«
- [9] »Što je digitalni okvir za fotografije?« Dostupno na: <http://hr.bwjbsws.com/news/what-is-a-digital-photo-frame/>. [Pristupano: 17. 6. 2024.]
- [10] Ivana Artuković Župan; Muzej Brodskog Posavlja, Slavonski Brod, »Muzej i QR kodovi« 2015. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/176862>. [Pristupano: 17. 6. 2024.]
- [11] Mladen Klemenčić, »Turopolje uzduž i poprijeko, Leksikografski zavod Miroslav Krleža« Zagreb, 2021.
- [12] »Struna, Hrvatsko strukovno nazivlje« Dostupno na: <http://struna.ihjj.hr/naziv/identitet/24724/>. [Pristupano: 20. 6. 2024.]
- [13] Emilij Laszowski, »Povijest plemenite općine turopoljske, svezak I.« Pretisak iz 1911.
- [14] Mladen Klemenčić, »Turopolje uzduž i poprijeko« - Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 2021.
- [15] Emilij Laszowski, »Povijest plemenite općine turopoljske, svezak II.« Pretisak iz 1911.
- [16] Agneza Szabo, »Sv. Lucija i sv. Juraj« Velika Gorica, 2013.
- [17] »Prikaz turopoljskog spravišća 1989. « Velika Gorica, 2009.
- [18] »Touropolje - Podgutnica i poculica« Dostupno na: <https://touropolje.com/podgutnica-i-poculica/>. [Pristupano: 22. 6. 2024.]

- [19] »Touropolje - Tradicionalna drvena arhitektura« Dostupno na:
<https://touropolje.com/tradicionalna-drvena-arhitektura/>. [Pristupano: 23. 6. 2024.]
- [20] Margareta Biškupić Čurla, Josipa Matijašić, »Tradicijaska drvena stambena arhitektura na području Novog Zagreba« Zagreb, 2017.
- [21] »Touropolje - Kuriya Modić-Bedeković« Dostupno na:
<https://touropolje.com/location/kuriya-modic-bedekovic/>. [Pristupano: 2. 7. 2024.]
- [22] »Touropolje - Kapela svete Barbare« Dostupno na:
<https://touropolje.com/location/kapela-svete-barbare/>. [Pristupano: 5. 7. 2024.]
- [23] Ines Bobinac, »Kulturna baština Republike Hrvatske« Osijek, 2013.
- [24] »Creativity, attention and the memory for brands: an outdoor advertising field study - International Journal of Advertising« 2015.
- [25] Neil Gains, »Brand esSense« London, 2015.
- [26] Christopher Armstrong, »The Role of the Logo in Brand Design« Toronto, 2008.

11. Popis slika

Slika 1 - Prikaz Tura, autor Charles Hamilton Smith (Link: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=32299)	15
Slika 2 - Karta Campus Turopolje, autor Josip Szeman, županijski i biskupski mjernik.....	16
Slika 3 - Djevojka banderijalcu veže podgutnicu oko vrata (Link: https://touropolje.com/podgutnica-i-poculica/)	18
Slika 4 - Stari grad Lukavec (Link: https://www.kronikevg.com/koliko-znate-o-dvorcu-lukavcu-jedinom-turopoljskom-dvorcu/)	19
Slika 5 - Strara drvena turopoljska kuća (Link: https://www.mala-mjesta.com/drvene-kuce-cardaci-posavina/).....	20
Slika 6 - Čardak, Donji Dragonožec (Link: http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/drveno-graditeljstvo/235?c=27).....	21
Slika 7 - Kurija Modić-Bedeković, Donja Lomnica (Link: https://touropolje.com/location/kurija-modic-bedekovic/)	22
Slika 8 - Crkva sv. Barbare, Velika Mlaka (Link: https://touropolje.com/location/kapela-svete-barbare/)	23
Slika 9 - Prikaz maketa – arhiva obitelji Slanec	25
Slika 10 - Prikaz kuhinje – arhiva obitelji Slanec.....	25
Slika 11 - Prikaz spavaće sobe – arhiva obitelji Slanec.....	26
Slika 12 - Čardak (Link: http://www.tzvg.hr/sadrzaj/pregled/drveno-graditeljstvo/235?c=27).....	29
Slika 13 - Prikaz maketa na grafičkim panoima - mockup.....	30
Slika 14 - Prikaz maketa na grafičkim panoima - mockup.....	31
Slika 15 - Prikaz glavnog sučelja na interaktivnoj ploči - mockup	31
Slika 16 - Prikaz interaktivne karte Turopolja na interaktivnoj ploči - mockup	32
Slika 17 - Prikaz interaktivne edukativne slagalice na interaktivnoj ploči - mockup.....	33
Slika 18 - Prikaz recepata na grafičkim panoima - mockup	34
Slika 19 - Prikaz skeniranja QR koda s receptima - mockup	34
Slika 20 - Prikaz digitalnih fotookvira na zidu u spavaćoj sobi - mockup	35
Slika 21 - Prikaz digitalnih fotookvira na zidu u spavaćoj sobi - mockup	35
Slika 22 - Prikaz zvuka u cjelini "Nit po nit" - arhiva obitelji Slanec	36

Slika 23 - Prikaz građe u cjelini "Nit po nit" - arhiva obitelji Slanec	36
Slika 24 - Prikaz videa na TV-u u cjelini "Kroz ruke majstora" - mockup	37
Slika 25 - Prikaz alata u cjelini "Kroz ruke majstora" - arhiva obitelji Slanec.....	37
Slika 26 - Prikaz izrade makete na radionici (Link: https://www.freepik.com/free-ai-image/portrait-person-doing-arts-crafts_209300162.htm#fromView=search&page=2&position=3&uuid=f98786d3-3f61-4b82-bd4e-706b9e397032)	38
Slika 27 - Prikaz izrade veza na radionici (Link: https://velikagorica.com/vijesti/goricainfo-138308).....	38
Slika 28 - Prikaz logotipa - mockup	40
Slika 29 - Prikaz aplikacije logotipa - mockup.....	41
Slika 30 - Prikaz znaka - mockup	41
Slika 31 - Prikaz uzorka - mockup.....	42
Slika 32 - Prikaz promotivnog plakata - mockup	43
Slika 33 - Prikaz Instagram post-a - mockup.....	43
Slika 34 - Prikaz Instagram story-a - mockup	44
Slika 35 - Rezultati ankete – pitanje 1	51
Slika 36 - Rezultati ankete – pitanje 2	51
Slika 37 - Rezultati ankete – pitanje 3	52
Slika 38 - Rezultati ankete – pitanje 4	52
Slika 39 - Rezultati ankete – pitanje 5	53
Slika 40 - Rezultati ankete – pitanje 6	53
Slika 41 - Rezultati ankete – pitanje 7	54
Slika 42 - Rezultati ankete – pitanje 8	54
Slika 43 - Rezultati ankete – pitanje 9	55
Slika 44 - Rezultati ankete – pitanje 10	55
Slika 45 - Rezultati ankete – pitanje 11	56
Slika 46 - Rezultati ankete – pitanje 12	57
Slika 47 - Rezultati ankete – pitanje 13	58

Slika 48 - Rezultati ankete – pitanje 14	59
Slika 49 - Rezultati ankete – pitanje 15	60
Slika 50 - Rezultati ankete – pitanje 16	61
Slika 51 - Rezultati ankete – pitanje 17	61
Slika 52 - Rezultati ankete – pitanje 18	62
Slika 53 - Rezultati ankete – pitanje 19	62
Slika 54 - Rezultati ankete – pitanje 20	63

12. Prilozi

Link na anketu: <https://forms.gle/PWWfutPb4vNo3xNd7>



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, KATARINA SLANEC (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom RAZVOJ MULTIMEDIJALNOG KONCEPTA IZLOŽBE "TUROPOLJSKI IDENTITET, TRADICIONALNA ARHITEKTURA I BAŠTINA" (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Katarina Slanec
(*vlastoručni potpis*)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.