

Pogovor: Marjana Grčman,
urednica oddaje Na lepše

Turizem je v svojem bistvu človeška zgodba

Foto: Simon Avsec



Vesna Levičnik

Marjana Grčman je zagotovo ena tistih voditeljic, ki se odlično počutijo v visokih petah in večerni toaleti, morda še bolj iskreno in igrivo v udobnih čevljih daleč od blišča. Oddaja Na lepše, ki jo vodi že deset let, je od Obrtno-podjetniške zbornice Slovenije prejela posebno priznanje za pomemben prispevek pri razvoju in promociji slovenskega gostinstva in turizma. Kot pravi, je nagrada priznanje stroke njej kot urednici in tudi celotni ekipi, ki vsakotedensko ustvarja osrednjo turistično oddajo. »Je priznanje tega, da oddaja niso zgolj »odhodi na lepše«, ampak plod trdega dela, poznavanja aktualne turistične problematike in ponudbe po celotni Sloveniji.«

Lahko za začetek nadaljujete uvodne besede in mi poveste, v kakšnem okolju se najbolje počutite?

Všeč sta mi oba svetova – tako svet visokih pet kot pohodniških gojzarjev –, ker mi oba dajeta drugačen adrenalin in samosvoj pogled na stvari ter ljudi. Vpletenost v odsko dogajanje, večšina terenskega snemanja, pisanje in delo v montaži mi omogočajo razumevanje širše slike, predvsem na področju turizma. Je pa skupna točka obeh svetov intenzivno druženje z ljudmi. Zato na drugi strani hrepenim po samoti. Če sem sama, namreč bolje opazujem, sem bolj pozorna na stvari in čuječa do sebe ter okolice. Ampak danes, v dobi imperativa všečkov in nenehne prisotnosti na družbenih omrežjih, več kot samota štejeta pripadnost skupini in timbilding.

V oddaji Na lepše smo vas lahko videli premraženo, blatno, v jami, v gorah, tudi na morju ..., skratka povsod, kamor vas zapelje pot

10 oddih

ali pa vas povabijo. Koliko je pozabljenih krajev, ki ste jih odkrili sami?

Kar se tiče snemalnih lokacij, v oddaji vedno delamo neki kompromis med avanturističnim raziskovanjem in sledenjem nacionalni strategiji razvoja slovenskega turizma. Oddaja že več kot desetletje nastaja v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo in tematike morajo odražati krovno zgodbo, ki ji sledimo tako na ravni države, ministrstva kot tudi turističnih ciljev. Kar se pa tiče pozabljenih krajev, za te imam nos. Leta dolgo sem namreč za Nedeljsko popoldne ustvarjala rubriko Človeški faktor in pozneje Na svoji zemlji. In tam so se zgodbe ljudi pogosto nanašale na pozabljene kraje. Vedno pravim, da ne umirajo samo ljudje, ampak čisto počasi tudi hiše in vasi. Mislim, da je v Sloveniji trenutno prek petdeset zaselkov, ki so prazni in izseljeni. In to v meni sproža neko nerazložljivo melanholijo, ki mi poganja kreativnost. Te vasi me popeljejo daleč nazaj, v čas in prostor, kjer nastajajo vse zgodbe in obrazi mojega otroštva.

Kolikokrat lahko slišite: Marjana ni odšla na lepše, ampak je doživela nekaj najlepšega?

Turizem šele v zadnjem času postaja razumljen kot resna gospodarska panoga, ki prispeva pomemben delež bruto družbenega produkta. Žal pa je s turizmom pogosto tako kot z nogometom – vsak se nanj spozna. Toda – turizem niso samo »odhodi na lepše«, kot dostikrat slišim. Tisti, ki imajo izkušnjo snemanja z mano, vedo povedati, da je to garaško delo – sicer v idilični pisarni narave –, toda s hitrim tempom, z dosti improvizacije, z natančno zastavljeno zgodbo in intenzivnim delom z ljudmi. Za to, da ustvarimo 25 minut naše oddaje, porabimo polne štiri

snemalne dni in še tri termine, preživete v montaži. Kar zna biti, glede na to, da je Na lepše tedenska produkcija, včasih precej naporno. Še posebno, če snemamo v tujini.

Če se vrneva eno vprašanje nazaj – na kateri pozabljeni kraj vas vežejo najbolj močni spomini, čustva?

Teh pozabljenih krajev se je med mojimi snemanji nabralo kar nekaj. Zmeraj se me dotakne stepska melanholija prekmurskih ravnin. Pa čudovite vasice Beneške Slovenije z izginjajočo furlansko arhitekturo, posebnim narečjem in ruševinami hiš, kjer se je nekoč pletel krogotok življenja in smrti nekih ljudi.

Ste ena tistih redkih voditeljic, ki v zgodbi, ki jo delajo, dejansko najdejo in vidijo človeka. Kako vam uspe v še tako skromnem, lahko tudi zadržanem človeku najti tako iskreno pripoved? Kaj je najtežje, tudi za vas?

Zdi se mi, da s tem, ko najdem zgodbo v človeku, izpolnujem poslanstvo nacionalne televizije. In to ne glede na kraj, značaj ali socialni status. Vsak nosi v sebi svojo resnico. Svojo težo spominov. Ki pa jih – sploh starejši – v dobi instantnega digitalnega imperializma težko izrazijo. Tisto, kar se me bo zmeraj dotaknilo, pa je revščina starejših. Žal videna vedno pogosteje, položena v trpke gube obraza ter zapisana v od dela zamazane zareze rok.

Menite, da bi podobne zgodbe lahko našli tudi v mladem človeku, v nekem urbanem okolju?

Lahko. Gre samo za ritem drugačne romantike. Meni osebno je včasih v ruralnem okolju lažje najti estetiko slike, sploh če govorimo o televizijski reportaži. Urbanost ti narekuje drugačen način pripovedovanja, drugo vrste samote kot pa prostor na robu divjine. Moja izkušnja je, da so mi globlje zgodbe vedno povedali starejši od mene. Mogoče zaradi let, nekaj zaradi zgodovine in režimov, ki so jih izoblikovali. Sem pa sorodne zgodbe mladih pred kratkim posnela tudi v Makedoniji, od koder se je v samo zadnjih treh letih izselilo kar pol milijona mladih. In ravno skozi intenzivna vlaganja v razvoj turizma skušajo ustaviti močan val emigracij. Pod črto – dobre zgodbe niso pogojene z emšom. Če imaš strast do svojega dela, jih najdeš povsod. Sem pa opazila, da se med snemanji srečujem s kopico posameznikov, s katerimi sicer nimamo globljih odnosov, pa vendar so ravno ta srečevanja postala pomemben del moje identitete.

Smo Slovenci turisti ali popotniki, avanturisti? Česa nam manjka oziroma ali imate nasvet za odkrivanje – da ostaneva doma – naših skritih koticov?

Slovenci smo popotniki. Kamor koli sem šla, sem na še tako odmaknjeni lokaciji srečala Slovenca. Pogosto preveč pozabljam, koliko lepih in zanimivih krajev, produktov in zgodb leži samo nekaj kilometrov stran od domačega praga. In tu nastopi poslanstvo turistične oddaje tipa, kot je Na lepše – da spodbudi nacionalno samozavest, ponos ljudi do svoje domovine, do kulture, ki jo imamo. Da spodbudi pozitivno domoljubje, oprano vse ideologije. Zato oddajo Na lepše razumem tudi kot prikaz ekonomskih priložnosti, ki jo snovna in nesnovna kulturna dediščina ponuja mladim v industriji turizma, in to v svoji lokalni skupnosti.

Je teh skritih koticov še veliko?

Skriti koticiki se bodo vedno našli. Vsak Slovenec ima neki svoj mikrorazgled in lokacijo, ki je samo njegova. In prav je tako. Sem mnenja, da ne sme prav vse okoli nas postati izložba turizma. Čeprav naša življenja potihoma postajajo prav to.

Slovenija je že nekaj let del globalnega turizma.

Mednarodni turizem eksponentno raste in prekaša vse napovedi. Samo lani so na globalni ravni zabeležili kar 1,4 milijarde turističnih prihodov, kar je preseгло celo dolgoročne napovedi Svetovne turistične organizacije, ki je takšno rast napovedala šele za leto 2020. V Sloveniji se kljub postopnemu upočasnjevanju gospodarske rasti nadaljuje rast turizma – in to kljub odpiranju nekaterih turističnih trgov v Sredozemlju, kot so Turčija, Grčija in deloma severna Afrika. Izziv postaja, kako uravnnavati število obiskovalcev, kako razpršiti in preusmeriti turistične tokove iz ikoničnih turističnih središč na obrobje, v zelo lokalne zgodbe in manj promovirane cilje, ki pa imajo še vedno avtentično ponudbo.

Kje vi kot turistična novinarka, urednica vidite še ogromno potenciala?

Priložnosti so v kulinariki, leta 2021 bomo namreč postali evropska gastronomska regija. Ogromno se dela na novih inovativnih produktih, toda potrebna so sredstva za obnovo nastanitvenih zmogljivosti in razvoj storitev. Kongresni turizem zahteva boljše letalsko dostopnost in bolj učinkovito prometno infrastrukturo, ki vključuje železniško povezavo z brniškega letališča. Občine opozarjajo, da hitri rasti turizma ne zmore enako hitro slediti infrastruktura. Zunaj mest in turističnih središč primanjkuje kakovostnih nastanitvev. Pogosto so mesta še vedno preohlapno povezana s podeželjem. Manjka urejenih in varnih kolesarskih poti, vedno večja težava pa postaja tudi promet z zastoji, kar terja celovito reformo javnega prevoza. Potrebna so sistematična vlaganja v izboljšanje infrastrukture, v tematske proizvode in na koncu tudi v ljudi. Predstavljamo se kot turistični cilj novega luksuza, kjer obiskovalci najdejo zavezanost ponudnikov k trajnostnemu turizmu. Toda te obljube ne moremo izpolniti z nemotivirano in podplačano delovno silo. Še posebno, če so ravno deficitarni turistični poklici prvi stik, ki ga ima gost z našo deželo.

Oddaja Na lepše ima že dolgo kilometrino. V katero smer jo vodite, kakšno sporočilo želite prek nje podati gledalcem?

V oddaji Na lepše skušamo gledalcem podati aktualne zgodbe turizma, hkrati pa se osredotočamo na produkte, ki preusmerjajo goste izven klasičnih turističnih poti. Digitalizacija in hiperpovezljivost sta v zadnjem desetletju močno spremenili turistično industrijo, naše potovalne navade in tudi koncept promocije turističnih ciljev. Spremenila se je infrastrukturna podpora za potovanja, na globalnem trgu se bije sofisticiran boj za turiste in Slovenija tu ni nobena izjema.

Ko ste na dopustu, kdaj pozabite, da ste turistična novinarka?

Ne, to je način življenja. Kamor pridem, vidim zgodbe. Ker je turizem v svojem bistvu človeška zgodba. Kažipot, da bomo preživeli kot skupnost socialnega povezovanja in ne tržnega izključevanja. V turizmu bo vedno tako, da bo – ne glede na digitalno prevlado – na koncu štela analogna izkušnja. Zato mi je izziv spremljati naš razvoj turizma in ga primerjati s svetom. Kakšne posledice za seboj pušča množični turizem in kako temu ubežati doma? Zlasti glede na dejstvo, da so priljubljene in prek instagrama najbolj ocenjevane točke sveta postale žrtve lastnega uspeha. Da množični turizem za seboj pušča odtujene lokalne prebivalce, preobremenjeno infrastrukturo, načeto naravo, kulturno dediščino in na koncu tudi degradirano izkušnjo turistov. V bodoče bo zanimivo spremljati prizadevanja, kako usmerjati turistične tokove po prostoru in času, ter hkrati razvijati trajnostni turizem, ki bo v zadovoljstvo tako lokalne skupnosti kot obiskovalcev.