

Ana Zrnić

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Trg Ljudevita Gaja 7,

31000 Osijek, Hrvatska

ana.zrnic1@gmail.com

Tel: +385996901795

KREATIVNA RIZNICA 2016 – POPULARIZACIJSKI SIMPOZIJ EKONOMSKOGA FAKULTETA U OSIJEKU: DRUŠTVENO ODGOVORNA KREATIVNOST

1. Kreativna riznica 2016.

Novi trendovi globalne ekonomije donose rasprave o konceptualiziranju *kulturne i kreativne industrije* te *kreativne ekonomije* kao ustroju ovih fenomena za koje se još uvijek traže najbolja rješenja. Cilj *Kreativne riznice – popularizacijskoga simpozija Ekonomskoga fakulteta u Osijeku* jest aktivno i kontinuirano uključivanje svih struktura društva u oblikovanje *kulturne i kreativne industrije*¹ Republike Hrvatske kroz populariziranje njezinih ključnih sadržaja. Susretanje teoretičara i praktičara iz domene *kulturnoga i kreativnog sektora* udružuje njihove snage i potencijale, a znanstveno moderiranje otvara nove paradigme.

Prva *Kreativna riznica 2015.* godine polučila je iznimno zanimanje o čemu svjedoči broj sudionika (123 izlagača na 70 različitih programa) i nazočnost preko 1300 posjetitelja (Tomašević, 2015). Na tragu pozitivno evaluiranoga koncepta *Kreativne riznice 2015.*, simpozij je ponovno organiziran s ciljem okupljanja kulturnih i kreativnih profesionalaca, samozaposlenih umjetnika i kreativaca iz cijele Republike Hrvatske, znanstvenika / teoretičara kulturnoga sektora i svih zainteresiranih dionika.

Pokrovitelji Kreativne riznice 2016. godine bili su predsjednica Republike Hrvatske gospođa Kolinda Grabar-Kitarović, Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma, Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, Grad Osijek i Osječko-baranjska županija. Partneri u organiziranju bili su Ekonomski fakultet u Osijeku, Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji – Andizet, Odjel za kulturologiju, Studentski zbor Sveučilišta J. J. Strossmayera i Trgovačka i komercijalna škola „Davor Milas” iz Osijeka. Organizatori su osigurali medijska pokroviteljstva te je sudionicima u javnom prostoru bila osigurana dostatna vidljivost. Uz navedene pokrovitelje i organizatore, programsku i organizacijsku aktivnost potpomoglo je i 85 volontera čime je *Kreativna riznica 2016.* potvrđena kao društveno koristan projekt u kojemu je volontiranje njezin važan sastavni dio.

Kreativna riznica 2016. organizirana je od 20. do 23. travnja 2016. godine, a krovna tema ove godine bila je *Društveno odgovorna kreativnost* (Šarlija, 2016). Na *Kreativnoj riznici 2016.* propitivala se je društvena odgovornost kreativnosti, a manifestacijom su se stvorile mreže kontakata nazočnih predstavnika kulturnih i kreativnih institucija – di-

onika svih sastavnica KKI, akademskih institucija, umjetničkih strukovnih udruga, slobodnih umjetnika te medija.

Kreativna riznica 2016. bila je otvorena za javnost, a više od 100 sadržaja posjetilo je preko 3 000 posjetitelja. Posjetitelji su najvećim dijelom bili pripadnici mlađih dobnih skupina (studenti Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i polaznici osječkih srednjih škola). Uz mlade dobne skupine posjetitelji *Kreativne riznice 2016.* bili su i predstavnici zaposlenih, samozaposlenih, nezaposlenih osoba te umirovljenici.

Događanja *Kreativne riznice 2016.* organizirana su na Ekonomskom fakultetu u Osijeku koji je kao znanstveno-nastavna institucija otvorila nove puteve promišljanja kulturnih i kreativnih industrija. *Kreativna riznica 2016.* pridonijela je zaživljavanju kulturnih i kreativnih sadržaja u istočnoj Hrvatskoj, a aktivno sudjelovanje pripadnika mlađih dobnih skupina izgradnji njihovih životnih navika vezanih uz kulturne i kreativne sadržaje.

2. Program Kreativne riznice 2016.

Program se odvijao u četiri dana, a sadržaji su se istodobno izlagali u 5 dvorana Ekonomskoga fakulteta u Osijeku te u Auli glagoljice i Auli znanosti. Programski sadržaji bili su podijeljeni u tri područja (stručna i znanstvena predavanja, kulturni i kreativni nastupi, javne rasprave i paneli), a izlagane teme analizirali su cijeli sektor kulturnih i kreativnih industrija, odnosno, svih dvanaest sastavnica KKI sektora².

Kreativna riznica je besplatno događanje, kako za posjetitelje tako i za izlagače. Samim time, svi programski sadržaji su besplatni i lako dostupni.

Odbori su sustavno podijeljeni prema aktivnostima potrebnima za organizaciju Kreativne riznice.

Tablica 1. Broj događanja KR 2016 prema vrsti programskih sadržaja

Vrsta događanja	Broj događanja
Predavanje	59
Radionica	23
Okrugli stol	2
Panel	3
Program izvedbenih i audiovizualnih umjetnosti	6
Promocija knjige	2
Izložba	4
Videoprojkcija	2
Ukupno	101*

* Prijavljeno je bilo 105 događanja, od kojih je 4 uslijed opravdanih razloga, otkazano
Izvor: izrada autora

Slika 1. Odbori Kreativne riznice



Izvor: izrada autora

Programski odbor zadužen je za planiranje programa, kontakta s izlagačima, sastavljanja programa te u konačnici autorizaciju i objavljivanje programa. Odbor za koordinaciju programskih aktivnosti pomaže programskom odboru u aktivnostima i obavlja popratne aktivnosti vezane uz program i događanje (npr. kontaktiranje sponzora.) Organizacijski odbor zadužen je za organizacijske aktivnosti koje se odnose na prostor, volontere i sl. Svi odbori djeluju zajedno jer se njihove aktivnosti

međusobno isprepliću ostvarujući na taj način sinergijski učinak koji se pozitivno reflektira na rezultate događanja.

3. Digitalna podloga kao organizacijska podrška

Organizacijske aktivnosti oslanjale su se na digitalne tehnologije. Budući da je Kreativna riznica besplatno događanje, pomoću digitalnih tehnologija, besplatno se usklađuju posjetitelji i programski sadržaji.

3.1. Mrežno mjesto Ekonomskoga fakulteta u Osijeku

Mrežno mjesto Ekonomskoga fakulteta, u okviru izbornika Popularizacija znanosti, sadrži podizbornik unutar kojega se nalazi Kreativna riznica. Posjetom mrežne stranice Kreativne riznice, posjetitelji posjećuju i mrežno mjesto Ekonomskoga fakulteta čime se povećava vidljivost mrežne stranice fakulteta. Stranica je informativnoga i preglednoga sadržaja te ju uređuju osobe iz organizacije koje su upućene u sve detalje događanja.

3.2. Eventbrite

Za praćenje broja posjetitelja i dobivanja informacija o karakteristikama posjetitelja korišten je sustav Eventbrite. Eventbrite je mrežna platforma preko koje organizatori na jednostavan način promoviraju vlastito događanje široj javnosti. Osim promoviranja, organizatorima pruža informacijsku pozadinu za planiranje i objavljivanje događanja. Također, prati prijave i odjave sudionika te time osigurava statističku pozadinu događanja koja je organizatorima Kreativne riznice izuzetno važna. Na ovaj način organizatori Kreativne riznice dobivaju informacije koje im služe kao mjera uspješnosti ovoga simpozija te kao poticaj za njegovu daljnju evaluaciju.

3.3. Društvene mreže – Facebook

Društvene mreže omogućavaju ciljanu i učinkovitu komunikaciju a prošlogodišnjim, ali i budućim posjetiteljima. Kreativna riznica prisutna je na Facebooku i Instagramu. Razlog tomu je što je namijenjena prvenstveno mlađim dobnim skupinama koje čine najveću populaciju na društvenim mrežama. Ujedno, broj svidalica na Kreativnoj riznici neprestano raste što je dokaz sve veće zainteresiranosti javnosti. Od 2015. do 2016. godine broj svidalica na Facebook stranici Kreativne riznice porastao je za 33%.

Tablica 2. Analiza posjećenosti Kreativne riznice 2016. prema danima održavanja popularizacijskoga simpozija

Datum	Dan	Broj događanja	Broj posjetitelja	Prosječan broj posjetitelja po događanju
20. 4. 2016.	Prvi dan Kreativne riznice	25	825	33
21. 4. 2016.	Drugi dan Kreativne riznice	32	829	26
22. 4. 2016.	Treći dan Kreativne riznice	26	1195	48
23. 4. 2016.	Četvrti dan Kreativne riznice (radionice)	10	155	16
Ukupno	Četiri dana Kreativne riznice	93*	3004	-

* Broj se razlikuje u odnosu na ukupan broj događanja budući da je za 92 događanja registrirana ulaznica kao sredstvo pohadanja događanja

Izvor: izrada autora

4. Analiza uspješnosti

Popularizacijski simpozij prema postavljenim ciljevima ispunio je očekivanja organizatora. Kao dokaz uspješnosti organizatori ističu mjerljive pokazatelje, od kojih se posebno ističe onaj o *zanimanju društvene zajednice*. Zahvaljujući sustavu za velika događanja Eventbrite organizatori su u svakom trenutku imali kontrolu nad brojem prijavljenih posjetitelja. Po završetku *Kreativne riznice 2016.*, analiza posjećenosti zapisana je u Tablici 2.

Iz statističkih podataka jasno je kako je Kreativna riznica napredovala u odnosu na 2015. godinu. Program je povećan za 30%, samim time je zabilježen i veći broj posjetitelja. Prema definiciji (Mijoč,

Horvat i Zrnić 2016) popularizacijski simpozij jest javno veliko događanje na kojem su izlagači svi dionici tematiziranoga sadržaja, a njihova su izlaganja otvorena cjelokupnoj društvenoj zajednici. Autorice nadalje navode kako je popularizacijski simpozij besplatno veliko događanje koje popularizira sadržaj od opće društvene važnosti, a barem jedan organizator je javna institucija. Udruženim naporima organizatora i volontera, u okviru Kreativne riznice 2016. provedeno je i istraživanje kreativnih radnika, te je time Kreativna riznica postala i istraživačkom platformom kulturnoga i kreativnoga sektora, ujedno je stvorena i organizacijska podloga za Kreativnu riznicu 2017. godine.

LITERATURA

1. Mijoč, J., Horvat, J., Zrnić, A. (2016), „Popularizational symposia as a new organizational platform for major events - case of Creative treasury“, Peti međunarodni znanstveni simpozij „GOSPODARSTVO ISTOČNE HRVATSKE – vizija i razvoj, Osijek, Hrvatska, 2.-4. lipnja 2016. godine, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek - rad u postupku objavljivanja.
2. Tomašević, N. (2015), „Kreativna riznica: popularizacijski simpozij kulturne i kreativne industrije Ekonomskog fakulteta u Osijeku“, Ekonomski Vjesnik/Econviews: Review of contemporary business, entrepreneurship and economic issues, vol. 28, br. 1, str. 273-275.
3. Šarlija, T. (2016). Popularizacija kulturnog i kreativnog sektora. Osijek: Artos.
4. Kreativna riznica. Dostupno na: <http://www.efos.unios.hr/kreativna-riznica/> (pristupljeno: 13. svibnja 2016.)

(ENDNOTES)

- 1 U nastavku skraćenica KKI
- 2 Arhitektura; Audio-vizualne umjetnosti; Baština-muzeji, knjižnice, arhivi; Dizajn-modni i tekstilni, grafički, produkt i dizajn interijera; Glazba; Izvedbene umjetnosti-kazalište, ples i balet; Knjiga i nakladništvo; Mediji-TV, radio, tiskani i web; Oglašavanje i tržišne komunikacije; Primijenjene umjetnost-staklo, keramika, nakit i druge primijenjene umjetnosti i zanati; Računalne igre i novi mediji; Vizualne umjetnost-slikarstvo, kiparstvo, grafika, fotografija, novi mediji