

Ivana Jobst

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Trg Ljudevita Gaja 7,

31000 Osijek, Hrvatska

ivana.jobst@gmail.com

Tel: +385977654576

KREATIVNA RIZNICA UMREŽILA SEKTORE KREATIVNE INDUSTRIJE

Popularizacijski simpozij Kreativna riznica održao se četvrtu godinu zaredom na Ekonomskom fakultetu u Osijeku čime je Ekonomski fakultet potvrđen za znanstveno-nastavnu ustanovu koja otvara vrata novim spoznajama u kreativnoj industriji. Riznica predstavlja jedini popularizacijski simpozij kreativne industrije te je na nacionalnoj razini sinonimom za oplemenjivanje istočnohrvatskog prostora kroz umrežavanje i povezivanje svih dionika kreativnog sektora. Riječ je o spoju teoretičara i praktičara, udruživanjem znanstvenih, stručnih i kreativnih snaga kroz akumulaciju ideja i praktičnih iskustava, interaktivnih radionica i multimedijalnih sadržaja (Tomašević, 2015; Tomašević, Kovač, 2015; Šarlija, 2016; Zrnić, 2016; Jobst, 2017; Mijoč, J., 2017; Zrnić, 2017, Horvat, Mijoč, Zrnić, 2018; Turjak, 2018). Prema definiciji (Horvat et al., 2018: 14) kreativna industrija podrazumijeva proizvodnju zaštićenu autorskim pravima, a obuhvaćenu projektima koji stvaraju (ne)materijalne proizvode i usluge namijenjene razmjeni na tržištu. Upravo novi poslovni koncepti i projekti stvaraju pretpostavke samozapošljavanja u rastućoj industriji projekata koja je u Republici Hrvatskoj trenutačno u fazi oblikovanja, a Riznica uspostavlja model za istraživanje kreativnoga sektora sustavnim prikupljanjem stajališta okupljenih dionika primjenom polustrukturiranih i strukturiranih upitnika.

Važnost i ulogu Kreativne riznice potvrdila je Državna nagrada za znanost u kategoriji populariziranja 2017. godine Ministarstva znanosti i obrazovanja te Volonterska nagrade za programe u

obrazovanju 2016. godine. Uz navedene nagrade značenju Kreativne riznice doprinose i visoka pokroviteljstva koja su *Kreativnoj riznici 2018.* ukazali Predsjednica Republike Hrvatske, Predsjednik Sabora Republike Hrvatske, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, Osječko-baranjska županija, Grad Osijek i Studentski zbor Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera.

Kreativna riznica 2018. održana je od 18. do 21. travnja 2018. godine pod krovnom temom *OS mreža* koja u sebi sažima ime grada Osijeka, ali je i nadogradnjom tematskih cjelina iz prethodnih godina ovog popularizacijskog simpozija. Dva ključna organizatora (Ekonomski fakultet u Osijeku i Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji) za cilj četvrte Kreativne riznice postavili su populariziranje spoznaja o načinima i mogućnostima umrežavanja dionika 12 sektora kreativne industrije. Zanimanje za ovogodišnju temu Kreativne riznice pokazalo je gotovo 3 000 posjetitelja koji su programske sadržaje posjetili u četiri dana besplatnog programa. Kreativna riznica 2018. godine umrežila je i 62 studenta volontera koji su u okviru Riznice ostvarili 5 000 volonterskih sati dok je više od 30 osoba institucionaliziralo Programski, Organizacijski i Komunikacijski odbor. Odbori Kreativne riznice suradnički su djelovali u ostvarivanju postavljenih zadataka i pojedinačnih aktivnosti potrebnih za provedbu Simpozija.

Slika 1. Kreativna riznica 2018: OS mreža – službeni video u obliku QR koda



Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=R69nfWNbY9M> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)

Program se ostvario u četiri dana, a njegova se izvedba istodobno događala u pet dvorana Fakulteta

te u Auli glagoljice i Auli znanosti. Teme sadržane u programu objedinile su svih 12 sektora kreativne industrije (Arhitektura; Audiovizualna umjetnost – film, video; Baština – muzeji, knjižnice, arhivi; Dizajn – modni dizajn, grafički dizajn, dizajn interijera, produkt dizajn; Glazba; Izvedbene umjetnosti – kazalište, balet, ples; Knjiga, nakladništvo; Mediji – TV, radio, tiskani mediji i web; Oglašavanje i tržišno komuniciranje; Primijenjene umjetnosti – staklo, keramika, nakit i druge primijenjene umjetnosti i zanati; Računalne igre, novi mediji; Vizualne umjetnosti – slikarstvo, kiparstvo, grafika, fotografija, novi mediji).¹ Na Kreativnoj riznici 2018. ukupno je održano 73 događanja u okviru kojih je 148 izlagača predstavilo sektore u kojima djeluju. Pregled zastupljenih sektora kreativne industrije u programskim sadržajima Kreativne riznice prikazan je u Tablici 1.

Tablica 1. Pregled populariziranja 12 sektora kreativne industrije

Sektor kreativne industrije	Broj događanja	Broj izlagača
Arhitektura	2	6
Audiovizualne umjetnosti	4	4
Baština	3	6
Dizajn	2	3
Glazba	2	5
Izvedbene umjetnosti	3	5
Knjiga, nakladništvo	1	1
Mediji	3	6
Oglašavanje i tržišne komunikacije	4	10
Primijenjene umjetnosti	5	6
Računalne igre, novi mediji	1	4
Vizualne umjetnosti	1	1
Ostalo	42	91
<i>Ukupno</i>	<i>73</i>	<i>148</i>

Izvor: Autor

Organizatori nastoje Programom povezati aktivne dionike kreativne industrije (profesionalce, amate-re, udruge i poduzeća) u interakciji s najširo-m društvenom zajednicom. Premda otvorena cjelok-upnoj zainteresiranoj javnosti, Kreativna je riznica ponajprije usmjerena mladim dobnim skupinama te su stoga programski sadržaji ujedno i obrazovni, a jedan od njihovih ishoda jest stvaranje kulturnih i kreativnih navika. Kreativna riznica 2018. ostvarila je raznovrstan programski sadržaj, a posjetitelji su u svojim ocjenama programa izdvojili interaktivnu radionicu *RADIOaktivna kreativna bilježnica*. Riječ

je o radionici koju su osmislili i iznimno uspješno ostvarili studenti Ekonomskog fakulteta u Osijeku, a događala se u cjelokupnom prostoru Ekonomskog fakulteta te je svojim konceptom objedinjavala edukativno-izvedbeni performans. Naime, svaki od 12 sektora kreativne industrije predstavljen je u zasebnom dijelu interijera Ekonomskog fakulteta, a posjetitelji *RADIOaktivne kreativne bilježnice* provedeni su kroz 12 lokacija na Fakultetu koje su predstavljale sektore kreativne industrije. Voditeljice radionice (Ivana Jobst i Dora Radl Čučić) predstavljene sadržaje su snimili, urednički oblikovali i

produksijski potpisali te je radionica rezultira i videom koji nosi naziv: Što je kreativna industrija?

Slika 2. Video uradak interaktivne radionice RADIOaktivna bilježnica: Što je kreativna industrija? u obliku QR koda



Izvor: <https://vimeo.com/264639741> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)

Za digitalizirano upravljanje organizacijom velikog besplatnog događanja Kreativna riznica koristila je platformu Eventbrite. Događanja su oglašena na službenom mrežnom mjestu događanja² putem kojeg su posjetitelji potvrđivali svoj dolazak. Svaki prijavljeni posjetitelj preuzimao je svoju besplatnu, digitalnu ulaznicu i putem nje evidentirao svoj dolazak. Praćenje zainteresiranosti posjetitelja za oglašena događanja putem Eventbrite platforme organizatorima omogućuje statističko analiziranje prijave prije i za vrijeme događanja te povratnu informaciju o mjerljivim pokazateljima vezanim uz zanimanje društvene zajednice za događanje. U Tablici 2., prikazana je analiza posjećenosti Kreativne riznice 2018.

Tablica 2. Analiza posjećenosti Kreativne riznice 2018.

Datum	Dan	Broj događanja	Broj posjetitelja
18. 4. 2018.	Prvi dan Kreativne riznice	1	220
19. 4. 2018.	Drugi dan Kreativne riznice	30	1 447
20. 4. 2018.	Treći dan Kreativne riznice	24	914
21. 4. 2018.	Četvrti dan Kreativne riznice	5	147
<i>Ukupno</i>	Četiri dana Kreativne riznice	60*	2 728

* Broj se razlikuje u odnosu na ukupan broj događanja budući da za pojedina događanja nije registrirana ulaznica kao sredstvo pohadanja događanja.

Izvor: Autor

Interijer Kreativne riznice svake godine prenosi poruku koja podupire krovnu temu Rizničarskih sadržaja. Ovogodišnja instalacija *Gramatike mreže* bila je smještena u Kniferovom prolazu Fakulteta, njezinim su autoricama Josipa Mijoč i Dora Radl Čučić, a mrežom postavljenom u prostoru, autorice

su instalacije izrazile gramatičko pravilo suradnje 12 sektora kreativne industrije kao postavku kreativne ekonomije. Povezivanjem pojmova upisanih u *Gramatici mreže* pokazuju se potencijali umrežavanja 12 sektora u najbrže rastuću industriju.

Slika 3. Izrada instalacije Gramatika mreže

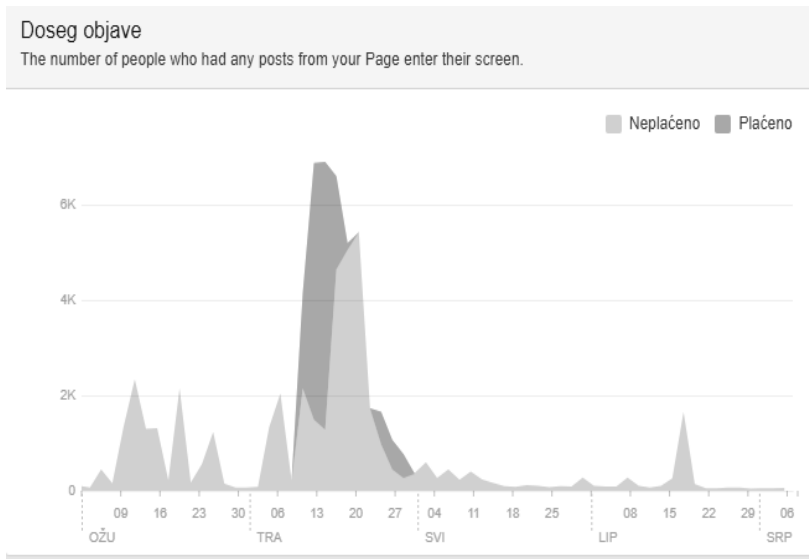


Izvor: Autorice instalacije *Gramatike mreže* – Josipa Mijoč i Dora Radl Čučić; dostupno na <https://youtu.be/No6YWWspjx0> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)

O važnosti Kreativne riznice svjedoči i njezina popularnost u digitalnom javnom prostoru. Mrežno mjesto Kreativne riznice izrađeno je u travnju 2017. godine. Od samog početka stranici je pridružena aplikacija Google Analytics pomoću koje se analiziraju i najmanji statistički detalji. Uvidom u analitiku mrežnoga mjesta (<https://kreativna-riznica.com/>) utvrđeno je 21 798 posjeta mrežnom mjestu s ukupnim brojem aktivnih korisnika većim od 5

000 (30. travnja 2018.). Na društvenoj mreži Facebook Kreativna riznica ima 4 344 pratitelja, a dosezi objava u 2018. godini za vrijeme Kreativne riznice prelaze 119 tisuća pregleda. Prateći trendove, za potrebe Kreativne riznice 2018. kreirana je i mobilna aplikacija *Kreativna riznica* (autor aplikacije: Željko Ronta uz mentorstvo prof. dr. sc. Marijane Zekić-Sušac) koja je bila dostupna za preuzimanje posjetiteljima na iOS i Android platformi.

Slika 4. Plaćeni i neplaćeni dosezi objava na društvenoj mreži Facebook



Izvor: Društvena mreža Facebook Kreativna riznica

Napori ostvareni u okviru projekta Kreativne riznice vidljivi su i kroz analizu medijskih objava koja pokazuje kako za vrijeme, prije i nakon samih događaja vrijednost medijskog prostora događanja iznosi 76.060,00 kn. Analiza medijskih objava uključivala je 77 medijskih objava tiskanih medija, audiovizualnih medija i elektroničkih medija. Na-

kon iznimne posjećenosti zadnje četiri godine s preko 12 000 posjetitelja, organizator Riznice je, stavljajući svoj naglasak na ustrajnosti u izgradnji kreativnosti i inovativnosti u gradu Osijeku, najavio jubilarnu, petu Kreativnu riznicu pod krovnom temom *Kružna kreativnost*.

LITERATURA:

1. Horvat, J., Mijoč, J., Zrnić, A. (2018). *Ars Andizetum*. Osijek: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji.
2. Jobst, I. (2017), "Analiza velikih događanja - Kreativna riznica 2016", (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Economics in Osijek. Chair of Quantitative Methods and Informatics.).
3. Mijoč, J. (2017). "Kemija kreativne industrije: popularizacijski simpozij Kreativna riznica 2017", Tema: časopis za knjigu, Vol. 13, No. 4-6, str. 62-67.
4. Mijoč, J., Horvat, J., Zrnić, A. (2016). Popularization symposia as a new organizational platform for major events–The case of Creative treasury, pp. 255-266. In 5th International Scientific Symposium ECONOMY OF EASTERN CROATIA-VISION AND GROWTH, pp. 255-266.
5. Turjak, S. (2018), "Prikaz popularizacijskoga simpozija: Kreativna riznica 2017. – Kemija kreativne industrije", *Ekonomski vjesnik/Econviews-Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues*, Vol. 30, No. 2, pp. 505-507.
6. Službena mrežna stranica Kreativna riznica, dostupno na: <https://kreativna-riznica.com/> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)
7. Službeni Vimeo kanal: Institut Andizet, What is the creative industry?, dostupno na: <https://vimeo.com/264639741> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)
8. Službeni YouTube kanal: Institut Andizet, Kreativna riznica 2018. – Os mreža, dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=R69nfWNbY9M> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)
9. Službeni YouTube kanal: Institut Andizet, Gramatika mreže, dostupno na: <https://youtu.be/No6YW-Wspjx0> (pristupljeno: 30. listopada 2018.)
10. Šarlija, T. (2016), "Popularizacija kulturnog i kreativnog sektora", *Artos: časopis za znanost, umjetnost i kulturu*, No. 4, dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/168600>
11. Tomašević, N. (2015), "Kreativna riznica: popularizacijski simpozij kulturne i kreativne industrije Ekonomskog fakulteta u Osijeku", *Ekonomski Vjesnik*, Vol. 28, No. 1, pp. 273-275.
12. Tomašević, N., Kovač, M. (2015). *Kreativna industrija i nakladništvo*. Zagreb: Ljevak.
13. Zrnić, A. (2016), "Kreativna riznica 2016 – popularizacijski simpozij Ekonomskoga fakulteta u Osijeku: Društveno odgovorna kreativnost", *Ekonomski Vjesnik*, Vol. 29, No. 1, pp. 279-283.
14. Zrnić, A. (2017), "Kemija digitalnog komuniciranja s posjetiteljima kreativnih sadržaja", *TEMA: ČASOPIS ZA KNJIGU 4-6/2016*. Centar za knjigu, Zagreb. Pp. 68-70.

(ENDNOTE)

1. Sektorska klasifikacija kreativne industrije nastala na preporuku istraživanja koje je proveo Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija; izvor: Horvat, J. i suradnici (2018.). *Ars Andizetum*. Osijek: Institut Andizet.
2. Detaljnije informacije na: <https://kreativna-riznica.com/>