

Juraj Lokmer

ŠIMUN KOŽIČIĆ: BITAN ČIMBENIK HRVATSKOGA (RIJEČKOG) IDENTITETA I KULTURNOGA I TURISTIČKOGA BRANDA GRADA RIJEKE¹

Juraj Lokmer, Rijeka, stručni rad

UDK 338.48:008(497.5 Rijeka)
655-05 Kožičić Benja, Š.

Šimun Kožičić, u latinskim tekstovima i ispravama Simeone Begna (Zadar, oko 1460. – 1536.), zadarski patricij, modruški biskup, ugledni kraljevski diplomat, pisac-latinist, vrstan govornik i uvaženi sudionik Lateranskoga koncila, prognanani i prvi poznati riječki tiskar, nakladnik, prevoditelj, priređivač glagoljskih izdanja, tiskao je u Rijeci od 1530. do 1531. godine uz pomoć majstora tiskara (štapaduri) iz Brescie (Italija) šest knjiga na crkvenoslavenskome i hrvatskome (čakavskome) jeziku, glagoljskim pismenima. Time je Kožičić učinio grad Rijeku hrvatskom kulturnom i duhovnom metropolom hrvatskoga glagoljaštva i europskoga ranoga tiskarstva. Ta činjenica upućuje na potrebu boljšega vrednovanja Kožičićeve ličnosti u današnjem vremenu i na realnu mogućnost korištenja Kožičićeva djela, značajnoga dijela riječke kulturne baštine u cilju ostvarenja sretnije sadašnjosti i budućnosti grada Rijeka i Hrvatske. U ovome radu se polazeći od pojma branda, primjenom procesa brandiranja, ali i održavanja, odnosno stvaranja identiteta i branda grada navode neke od mogućnosti koje se uz dobro poznavanje Kožičićeve ličnosti, djela i vremena, te posebnosti grada Rijeka mogu upotrijebiti, koristiti na području znanosti, kulture, turizma, prvenstveno u gradu Rijeci. Stoga se ovdje govori i predlaže pokretanje i realizacija projekata izrazito kulturnoga i znanstvenoga karaktera (Kožičićev muzej – muzej riječkoga tiskarstva; Institut ranoga hrvatskoga tiskarstva i slično), ali i projekata koji imaju gospodarski, turistički karakter (Kožičićeva tiskara; „vetae et nova”, ručna proizvodnja specijalnih papira, izrada renesansne i barokne grnčarije s motivima grada Rijeka, glagoljice i sl., odnosno izrada odgovarajućih suvenira, organiziranje renesansne bodege: trgovine i ugostiteljskih sadržaja). Sve to bi trebalo dovesti do većega korištenja znanstvenih, kulturnih, umjetničkih i zanatskih potencijala grada Rijeka, a smještajem, odnosno realizacijom tih

¹ Rad sličnoga naslova, pisan esejistički i bez znanstvenoga aparata autor je objavio u Riječkom teološkom časopisu 2008. godine. (J. LOKMER, 2008.)

projekata u riječki Stari grad, koji usprkos rušenjima polovicom XX. stoljeća još uvijek u nekim svojim dijelovima odiše originalnim dahom prošlih stoljeća, udahnula bi se duša danas zapuštenim ambijentima, te ostvarila nova radna mjesta. Rijeka bi dobila raznovrsniju i kvalitetniju, nadalje profinjeniju i europski prepoznatljivu kulturnu i turističku ponudu, a Šimun Kožičić, koji je realna spona ne samo hrvatskih krajeva u kojima je živio i djelovao: od juga (Zadar, Ugljan) do sjevera (Modruš, Rijeka) hrvatske jadranske obale, već je aktivni ambasador Rijeke i Hrvatske u europskim i svjetskim okvirima. Ostvarenjem i dijela predloženih projekata kao i onima koje će drugi nadahnuti Kožičićevim djelom i vremenom stvoriti, bi postao – a to i jest – bitan, nezaobilazan čimbenik sveukupnosti identiteta i branda grada Rijeke, posebno na području kulture i kulturnoga turizma.

Gljučne riječi: Šimun Kožičić Benja; Rijeka; „brand“; hrvatski (riječki) identitet; kultura

Identitet, *image*, *brand* i brandiranje grada

Država, regija ili neki prostor, turistička destinacija, grad imaju svoje posebnosti, karakteristike. Svaka zajednica, pa tako i grad, najstarija i još od predantike isprofilirana zajednica, oblik, način življenja, posebno na našim mediteranskim hrvatskim prostorima posjeduje svoj identitet² i svoj *image* (imidž),³ a ima i svoj *brand*,⁴ što je rezultanta svih identitetskih svojstava po čemu je taj grad prepoznatljiv i različit od drugih gradova. *Brand* grada je za razliku od identiteta sveukupnost niza čimbenika što grad i njegovi stanovnici posjeduju i što žele naglasiti, predstaviti i po čemu žele da se taj grad i oni prepoznaju, po čemu žele da ih drugi prepoznaju u cilju što boljega

² Identitet je zbir svih postojećih atributa: prostornih, urbanističkih, tehnoloških, prirodnih, povijesnih, društvenih, religijskih, tradicijskih i drugih koji utječu na opću percepciju grada kao kompleksne tvorevine društvenoga života. To je ono što trenutno taj grad i jest, ono po čemu je poseban i što ga razlikuje od drugih. To je i način na koji se stanovnici ponašaju i predstavljaju javnosti, što njegovi stanovnici misle o sebi, osjećaju i drže da jesu. Identitet se živi, stvara i mijenja. Ta sveukupnost mnogih čimbenika od kojih su kulturni, povijesni, vjerski i tradicijski je ne samo važna već i u mnogočemu presudna za taj identitet, njegovo održavanje i preživljavanje, odnosno mijenjanje.

Grad Rijeka je to najbolje iskusio u zadnjem stoljeću svoje povijesti.

³ *Image* grada, reklo bi se njegova slika, je slika koja se stvara u svijesti, u očima drugih, dojam svih javnosti: mediji, financijska javnost (poduzetnici, investitori), interna javnost (stanovnici), vanjska javnost (turisti, posjetitelji), država kao javnost. To je, reklo bi se, osobnost grada. (M. PALIAGA, 2010.,5; Z. FRANJIĆ-M. PALIAGA, 2006., 139-142.)

⁴ Riječ *brand* najvjerojatnije dolazi od staronorveške riječi „*brandr*“ što znači gorjeti i taj pojam nastao u anglosaksonskoj terminologiji, u kojoj je u svojim prapočetima značio označavanje užarenim predmetima – znakovima nečije imovine (stoka, materijalni proizvodi). Time je i započeo i *proces brandiranja*, označavanja imovine, odnosno posebnosti proizvoda. U srednjoeuropskoj (njemačkoj), pa tako i u hrvatskoj terminologiji, koristio se je pojam *marka* (*robna marka*), jer se je označavalo, markiralo. *Brand/marka* je širok pojam i teško ga je jednostavno prevesti. Danas je to vidljivi identitet (ime, znak, logo, zaštitna boja, prepoznatljivi font, slogan), ali i intelektualna vrijednost, osjećaj povezivanja, zajedništva, očekivanja, zadovoljstva koje osjeti onaj koji koristi, čuje ili pomisli na taj brand/marku (proizvod, uslugu, događaj) ili bilo što drugo, a da je povezano s tim brandom/markom. (M. PALIAGA, 2010., 2-17)

predstavljanja drugima, na tržištu, da bi potom ostvarili što bolje učinke, u ovome slučaju što bolje predstavljanje i privređivanje, razvoj grada i kvalitetu života njegovih građana. Ova dva pojma, identitet i *brand* su međusobno nedjeljivo povezana, jer svaki *brand* posreduje neki identitet, odnosno neku posebnost koja je kao takva razlikovna i drukčija i može biti prepoznata u komunikacijskome smislu, pa primatelja poruke navodi na neki zaključak ili djelovanje. Stoga se daje zaključiti da je *brand* identitetski sustav.⁵ Tu se može govoriti i o *brand-identitetu* grada⁶ i *brand-image* (*imidžu*) grada,⁷ što su pojmovi koji nastaju u procesu postavljanja ciljeva i brandiranja (*branding*) grada.⁸

Brandiranje gradova je drugim, literarnim jezikom govoreći, davanje duše gradu u njegovo oživljavanje u svijesti njegovih građana i posjetitelja. To je i stvaranje dodane vrijednosti putem razvijanja, stvaranja emocionalnih (nematerijalnih) i funkcionalnih (materijalnih) atributa samoga *branda* grada.⁹

Skretanjem pozornosti na sebe i razlikovanje od drugih gradova u istoj regiji, državi grad dobiva izvjesnu konkurentnu prednost, a istovremeno se stvara emocionalno zajedništvo u svijesti građana – njegovih stanovnika, zadobiva se njihovo povjerenje, njihova motiviranost na zajedničko djelovanje i druge prednosti za sve koji u tom gradu žive, njime upravljaju i u taj grad dolaze. Brandiranje gradova, tj. stvaranje *branda* grada omogućava njegovo jedinstveno opisivanje, interpretaciju i povezivanje s određenim obilježjima, karakteristikama, vrijednostima i osjećajima. To je stvaranje jedinstvene slike o gradu koja će zaživjeti u svijesti ljudi,¹⁰ posebno je to važno za ciljane grupe. Nužnost je to uvjetovana procesima tranzicije, u prvome redu ekonomije u lokalnim, europskim i svjetskim razmjerima. Rušenjem granica i povezivanjem svijeta u „globalno selo” nameće se u procesu iznimno jake konkurencije među gradovima potreba isticanja posebnosti, prednosti kako bi ne samo građani tih gradova bili zadovoljniji, već da se ostvare mnoge povoljnosti i koristi: da se privuku posjetitelji, potencijalni investitori koji su sve zahtjevniji, informiraniji, sofisticiraniji u situaciji ograničenih investicija i sve kvalitetnije, raznovrsnije ponude globaliziranih turističkih tržišta. Ta potreba posebno je naglašena u procesima europske integracije, jer se na malom prostoru – tržištu, međusobno vrlo blizu sada pojavljuje mnogo sličnih ponuda gradova, što više proces brandiranja potiču upravo procesi europskih integracija i u funkciji je upravljanja gradom u ostvarenju cijele palete ciljeva. Tako brandiranjem grad prepoznaje samog sebe, određuje smjer svoga razvoja u budućnosti i predstavlja se drugima. Stoga u prvoj fazi toga postupka gradovi istražuju, analiziraju, preispituju

⁵ F. VUKIĆ, 2009, 279-282.

⁶ *Brand-identitet* je pojam kojim se označava željeni identitet u odnosu na postojeći identitet. (M. PALIAGA, 2010., 2)

⁷ *Brand-image* je pojam kojim se označava brand grada kako ga drugi vide u svojoj svijesti i sve ono što misle o tom brandu. (M. PALIAGA, 2010., 2)

⁸ *Branding*, tj. brandiranje je označavanje grada, jačanje njegove prepoznatljivosti, poboljšanje njegove trenutne slike i percepcije o gradu, ali i stvaranje, gradnju budućeg, željenog identiteta grada. (BRANDING)

⁹ N. ZRILIĆ – L. STOILJKOVIĆ-MEDVED, 2007.

¹⁰ BRANDING.

svoju prošlost, svoju baštinu, svoje prirodne, povijesne i kulturne, gospodarske i druge resurse nastojeći što realnije razumijeti svoju sadašnjost i odrediti smjer kretanja u budućnosti. Drugi dio procesa je razvoj novoga identiteta i *branda* grada što uključuje: vjerodostojnost, dostupnost, razlikovnost, dobre ideje i kreativnost, dobar odnos za zainteresirane, ali i da predstavlja laku poveznicu s potencijalnim korisnicima. Tu su posebno važne racionalne činjenice koje govore o samom *brandu*, ali emocionalne vrijednosti i asocijacije koje se tom *brandu* pripisuju. Stoga je brandiranje proces mijenjanja statusa grada. A kada grad nema vlastiti *brand*, ljudi će o njemu sami razviti sliku, bilo dobru ili lošu. Grad koji želi promijeniti svoj status u svom okruženju, u svijetu mora raditi na sklopu faktora koji određuju *brand* grada, a koji prije svega uključuju distinktivni osjećaj samoga grada, ambicioznu viziju i ambicioznu politiku, te ponos građana.¹¹ „Brandiranje grada ne tiče se samo logoa, već i zamršenih i osjetljivih detalja, od onih sasvim malih kao što su čiste ulice, pa do onih dubinskih – kao što je učiniti da se građani osjećaju ponosnima što su ambasadori gradskog *branda*. Kada su građani ponosni, posjetitelji su ohrabreni da otkriju o čemu se radi i priopće to cijelom svijetu.”¹² *Brand* ne smije biti puki marketinški trik ili kozmetički potez koji nije utemeljen na stvarnosti, jer se to brzo otkrije i obije o glavu svima, a ponajprije onima koji su stvarali taj *brand* i koji gradom upravljaju. Tako svi veći svjetski gradovi danas nastoje izraditi svoj *brand*, postati i sami brand i na taj način osigurati što kvalitetnije življene i privređivanje svojih građana na slobodnom tržištu, poput komercijalnih tvrtki i korporacija. Čitavi timovi u gradskim upravama s jedne strane i timovi stručnjaka specijaliziranih agencija i kompanija s druge strane izrađuju za naručitelje – gradove projekte i izvode brandiranje.¹³

I grad Rijeka, koji upravo prolazi kroz proces tranzicije ne samo države Hrvatske, već i cijele svjetske ekonomije, odlučio se je na stvaranje svoga *branda*, kako je razumijeti iz tekstova i nekih planova objavljenih na službenim elektroničkim stranicama Grada Rijeke i Gradonačelnika.¹⁴

Stoga je ovaj rad, samo skroman doprinos tim razmišljanjima i prepoznavanju nekih bitnih činjenica iz bogate povijesno-kulturne baštine za stvaranja *branda* grada Rijeke.

Kožičićev riječki nakladnički i tiskarski opus

Prošlost, kulturna, vjerska baština grada na Rječini je bogata i u mnogo čemu je posebna i time čini grad Rijeku posebnom i prepoznatljivom destinacijom, tj. različitom od drugih destinacija – gradova u okruženju i šire. Značajna i povijesno, kulturološki

¹¹ V. OBERSNEL, 2009.

¹² Jonathan Gabayu, osnivač Brand Forensics, poznate europske konzultantske kompanije za brandove, V. OBERSNEL, 2009.

¹³ V. OBERSNEL, 2010.

¹⁴ N. ZRILIĆ – L. STOILJKOVIĆ-MEDVED, 2007., PULS d.o.o., 2007.; V. OBERSNEL, 2009.; V. OBERSNEL, 2010.

posebno zanimljiva i uočljiva epizoda u životu grada Rijeke je zasigurno boravak Šimuna Kožičića, biskupa modruškoga i djelovanje njegove glagoljske tiskare u Rijeci u prvoj polovici XVI. stoljeća.

Šimun Kožičić, (Zadar oko 1480. – 1536.), zadarski patricij rodbinski povezan s mletačkim patricijatom, vrstan latinist vjeran glagoljaškoj obiteljskoj tradiciji, postao je modruški biskup 1509. godine, kada je već prestala djelovati senjska glagoljska tiskara. Kožičić ne samo da je humanist, pisac-latinist, on je i ugledni diplomat papinskoga dvora i ugarsko-hrvatskoga kralja Ljudevita II., ali i uvaženi sudionik Lateranskoga koncila, čiji se govori tiskaju na latinskome, prevode na nacionalne jezike i šire Europom. To je vrijeme žestokih provala Turaka i teških razaranja i sveopćega rasapa hrvatskoga nacionalnoga bića nakon poraza hrvatske vojske u bitci na Krbavskome polju 1493. godine. Kao i sam knez Bernardin Frankopan čijim se posjedom prostirala modruška ili krbavska biskupija, Kožičić je prognanik koji se nakon što su Turci zauzeli 1527. godine Modruš sklanja u Novi u Vinodolu, a potom 1529. godine u sigurnu zavjetrinu, u neposrednu blizinu svoje ratom poharane biskupije, na teritorij pod neposrednom vlašću Habsburgovaca, a blizu frankopanskih posjeda (Vinodol), u grad Rijeku.¹⁵

Rijeka je tada grad koji nije doživio nalete Turaka, ali je okusio 1508. i 1509. godine strahote i okrutnosti oružane sile „Prejasne Republike sv. Marka”: palež, pljačku i razaranje. Venecijanski plaćenici predvođeni arogantnim i surovim Trevisanom žestoko su napali grad, ali srećom i hrabrošću Riječana nije se tada ostvarila želja i namjera Trevisanova: „Neće se više govoriti: ovdje je Rijeka – nego ovdje bijaše Rijeka.” Na ozbiljni pokušaj osвете Riječana Venecija odgovara 1511. godine ponovnom pljačkom grada. Tada Habsburgovci shvaćaju svu ozbiljnost situacije, uviđajući važnost ove luke i grada i svoj dugoročni interes, počinju ozbiljnije pomagati grad, utvrđuju ga zidinama – danas su sačuvane samo u fragmentima – i sređuju njegovo gospodarstvo. Rijeka dobiva 1530. godine osuvremenjeni, uglavnom potvrđeni u osnovi stari (hrvatski) gradski statut i jake gradske kapetane od kojih je jedan od uglednijih u Kožičićevo vrijeme, Nikola Jurišić. Iako je gradski statut iz 1530. godine pisan latinskim, univerzalnim jezikom globalizirane Europe, glagoljica je u Rijeci pismo gradskih notara, gradske uprave, župe i zbornoga kaptola koji od pamtivijeka koristi staroslavenski u bogoslužju. To je i pismo kaptolske škole na hrvatskome (čakavskome) jeziku namjenjene gradskoj djeci, ali i došljacima poput Primoža Trubara, osnivača slovenske književnosti i promicatelja reformacije, koji je po predaji pohađao tu školu 1520. i 1521. godine. U sigurnosti riječkih gradskih zidina Kožičić nastavlja ono što je najvjerojatnije već prije započeo na zadarskome području s krugom svećenika-glagoljaša. Tako je *štampan v Rici v hižah prebivanija častnoga otca g(ospodi)na Šimuna biskupa Modruškoga* niz od šest danas poznatih knjiga:

PSALTIR, molitvenik odnosno priručnik (bukvar) za učenje glagoljice, čiji se jedini sačuvani primjerak danas nalazi u St. Peterburgu.

¹⁵ S. ANTOLJAK, 1991., 11-17.

OFFICIJ RIMSKI, molitvenik – časoslov, čije je tiskanje završeno 15. prosinca 1530. godine. Sačuvano je 5 primjeraka od toga su dva u Hrvatskoj, a ostali u inozemstvu.

MISAL HRUACKI je misna, bogoslužna knjiga čije je tiskanje završeno 28. travnja 1531. godine. Sačuvano je 14 primjeraka, od toga je pet u Hrvatskoj, a ostali su u inozemstvu.

KNJIŽICE KRSTA je obrednik čije je tiskanje završeno je 2. svibnja 1531. godine. Sačuvana su 2 primjerka, koja se čuvaju u inozemstvu.

KNJIŽICE OD ŽITLIJA RIMSKIH ARHIJEREJOV I CESAROV je povijest rimskih papa i careva čije je tiskanje završeno 25. svibnja 1531. godine. Sačuvano je 7 primjerka od kojih su dva u Hrvatskoj, a ostali u inozemstvu.

OD BITLIJA REDOVNIČKOGA KNJIŽICE je priručnik u kojemu se raspravlja o dignitetu za primanja svetih redova, čije je tiskanje je završeno 27. svibnja 1531. godine. Sačuvan je samo jedan primjerak koji se čuva u St. Peterburgu.

Nažalost, niti jedan primjerak Kožičićevih riječkih izdanja danas se ne nalazi u Rijeci.¹⁶

A sve to je učinio biskup Šimun Kožičić zahvaljujući tiskarskoj vještini, znanju, iskustvu i suradnji s „Dominikom i Bartolomeom z Breše štampaduri” kako je otisnuto na stranicama *Oficija rimskoga* i *Misala hruackoga*, sa strancima koje je za tu svrhu unajmio i iz Padske doline doveo u Rijeku. U nekim od tih knjiga (*Knjižice krsta* i *Knjižice od žitija rimskih...*) Kožičić navodi da su te knjige nastale „va vrime vzveličenoga g(ospodi)na Mikule Jurišića kapitana ričkoga i pročaje,” prije toga kapetana Senja, Senjske kapetanije i kasnije junaka obrane Kisege.¹⁷ Vjerojatno nakon smrti Bernardina Frankopana (oko 1530), feudalnoga patrona i mecene modruške biskupije, zaštitnika biskupa Šimuna Kožičića 1530. godine, Nikola Jurišić, Senjanin, glagoljaš tradicijom, na službi riječkoga kapetana (1529 – 1531) podupire biskupa-prognanika u njegovome radu na zajedničkom bojnome polju: obrani hrvatskoga narodnoga bića, teritorija i europskoga društva zasnovana na kršćanskome univerzalizmu i zajedništvu.

Glagoljica i Kožičićeva tiskara – čimbenici riječkoga kulturnog identiteta

Brand – tržišna marka grada je jedna od marketinška metoda koja je duboko povezana s kulturnim aspektima identiteta kako na razini baštine tako i na odnosu identiteta pojedinca – građana s identitetom zajednice – grada. Stoga je *brand* ili tržišna marka grada u teorijskom i praktičnom smislu identitetski sustav koji komunicira posebnosti karakteristične za prostor napučen ljudima i njihovom kulturom. Grad je prije svega identitetski fenomen u domeni kulture, pri čemu, svakako u taj fenomen identiteta pripada gospodarski, ekonomski pa i turistički segment.¹⁸

¹⁶ A. NAZOR, 1991., 137-149.

¹⁷ D. MUJADŽEVIĆ, 2005., 632.

¹⁸ F. VUKIĆ, 2008.; F. VUKIĆ, 2009.

U Kožičićevu djelovanju u Rijeci uočava se nekoliko karakteristika koje se mogu svrstati u rijetkosti i posebnosti, a koje kao svoju kulturnu baštinu nemaju mnogi drugi daleko veći gradovi i mnogo veći narodi.

Rijetkost je to da je Kožičićeva tiskara nakon prestanka rada senjske tiskare 1508. godine i obodske tiskare u Crnoj Gori 1496. godine, u to vrijeme jedina tiskarska *officina* u ovome dijelu Europe, kada daleko brojniji narodi nisu imali tiskare na svojem teritoriju, a niti tiskanih knjiga na svojem jeziku i na svojem pismu.

Posebnost se očituje u nizu činjenica od kojih vrijedi naglasiti da Kožičić u Rijeci:

- tiska knjige **u suradnji sa stranim (talijanskim) majstorima** – *stampadurima* s Apeninskoga poluotoka;
- tiska **liturgijske nelatinske knjige** i **pastoralne priručnike** na narodu razumljivome jeziku u tradiciji mjesne Katoličke crkve: na crkvenoslavenskome i hrvatskome (čakavskome) jeziku;
- tiska **originalno povijesno djelo** u kojem obrađuje suvremenu povijest i događaje kojima je osobno svjedok (osmanlijski ratovi i dr.);
- tiska knjige **uglatom glagoljicom**, pismom koje je svojstveno samo Hrvatima;
- tiska liturgijsku knjigu – misal prema rimskome zakonu (obredu) i naziva ga **Misal hruacki, tj. imenom naroda** kojem je namijenjen, a sve se to događa neposredno pred veliki pokret Reformacije u Europi koja odlučno zahtjeva među ostalim i uporabu narodnoga jezika u liturgiji.

Stoga se s pravom može reći:

- **Rijeka je grad glagoljskoga, grad ranoga**, i uopće *grad tiskarstva* poput Mainza u Njemačkoj gdje su Gutenberg i njegova Biblija sinonimi za taj grad. Tako su Kožičić i *Misal hruacki* sinonimi za grad Rijeku. Krajem XVIII. stoljeća tu tradiciju tiskarstva nastavljaju brojni riječki tiskari sve do naših dana.¹⁹
- **Rijeka je grad glagoljice** jer je glagoljica tu živjela u svakodnevnome životu (glagoljski notarijat), u liturgiji i životu Katoličke crkve u pisanome prije XVI. stoljeća, a u tiskanome obliku u XVI. stoljeću pa uz sve prijepore i povijesne nedaće do sredine XX. stoljeća.²⁰

Knjige u riječkoj Kožičićevoj tiskari su tiskane na papiru pa uz to treba dodati i to da je:

- **Rijeka grad proizvodnje papira**, poput talijanskoga Fabriana,²¹ jer je u Rijeci početkom XIX. stoljeća, istina, tristotine godina nakon završetka rada Kožičićeve tiskare počela manufakturna i poslije industrijska proizvodnja papira.²²

¹⁹ S. ŠKRBEČ, 1995.

²⁰ V. ŠTEFANIĆ, 1953, 393-433.; D. DEKOVIĆ, 2011.

²¹ <http://www.fabriano.com/p/en/11/>

²² POVLJEST RIJEKE, 1988., 192-193.

I sada ovim trima činjenicama – tvrdnjama treba dati uz povijesnu podlogu, uz znanstveno-povijesni okvir i turističko-gospodarsko lice da bi se taj dio prošlosti osvijestio, posvijestio, postao dio identiteta riječkih stanovnika kojima te činjenice postaju postupno identitetska potka i time postaju dio *branda* grada Rijeke, po čemu bi Rijeku njezini posjetitelji i svi s kojima grad Rijeka komunicira i prepoznavali, razumijeli, prihvatili i time se ponosili. Istina je, brojni naraštaji Riječana upoznali su se s glagoljicom i s Kožičićevim djelom ne samo u školi nego i posjećujući izložbu „Glagoljica” u Sveučilišnoj knjižnici Rijeke.²³ Zasigurno je dobar dio posjetitelja ove izložbe ponio u svome pamćenju i srcu Kožičićev doprinos afirmaciji ovoga grada ne samo u hrvatskome nacionalnome identitetu nego i u velikom zajedništvu ondašnjega globaliziranoga društva, Europe na pragu velikih geografskih otkrića i globalnih promjena.

Identitet se živi i mijenja – *brand* se stvara i živi

Kvalitativna istraživanja imidža grada Rijeke u 2006. godini²⁴ pokazala su da su ispitanici, bilo oni nastanjeni u Rijeci ili u prstenu oko Rijeke, bilo izvan Rijeke (Zagreb, Split) dali dosta pozornosti kulturnoj ponudi i kulturnome životu grada. Istina, nigdje u tim istraživanjima nije spomenuta povijesna baština, tradicija, kao da te baštine nema. Na ta pitanja ispitanici nisu mogli odgovoriti, jer takvih pitanja nije bilo.²⁵ U pitanjima, a posebno u odgovorima se naglašava multikulturalnost, ali ne u smislu intenzivnog konzumiranja etnički različite kulturne ponude i međusobnoga prožimanja, već se naglašava tolerantnost u smislu mirnog suživota različitih etničkih skupina. Ispitanici koji žive izvan Rijeke vide Rijeku kao grad kulture i kulturnoga života više od onih koji u tom gradu žive i koji se žale na slabu medijsku popraćenost kulturnih događanja. Riječani su ponosni na alternativnu scenu i na alternativnu kulturu uopće. Ispitivanja su pokazala da mnogi polažu velike nade u razvoj kulturnoga turizma, a dio javnih osoba smatra da bi Rijeka mogla postati grad kulture i grad *rocka*. Te javne osobe nigdje ne spominju kulturno-povijesnu baštinu niti njezino povezivanje, oživljavanje i korištenje u funkciji kulturnoga turizma. Iz ovoga se osim mnogih drugih zaključaka može prije svega izvesti i zaključak da je identitet nešto promjenljivo, da je u ovome slučaju (kod ovoga ispitivanja) bez kontinuiteta s tradicijom, kulturno-povijesnom baštinom kojom grad Rijeka i njegova prošlost obiluju. Očito je diskontinuitet ne samo u demografskoj propulzivnosti ovoga grada, već i u nedostatnom izučavanju, vrednovanju, predstavljanju riječke kulturno-povijesne baštine, ponajviše možda kod naručitelja ovoga istraživanja. Na kraju ovo istraživanje propituje na čemu temeljiti imidž i identitet grada Rijeke i kakav *brand* grada graditi. U nabranjanju i opisu čimbenika

²³ J. LOKMER, 2001.

²⁴ PULS, 2007.

²⁵ Za razliku od Rijeke u Rovinju je povijesno-kulturna baština posebno zastupljena i jako korištena u istraživanju imidža grada Rovinja pa tako ispitanici upravo prema nekim objektima povijesne i kulturne baštine prepoznaju grad Rovinj, kao grad bogate kulturne baštine u kojem se rado boravi. (M. PALIAGA, 2005., 10-11.)

„projektivnoga” *branda* opet se nigdje ne govori o kulturno-povijesnoj baštini i njezinoj interpolaciji u sadašnje vrijeme, a niti o njezinom ugrađivanju u kulturni turizam. Govori se o manifestacijama u kombinaciji urbanog ambijenta i autorske (alternativne) kulture kao bitnom čimbeniku i ponudi kulturnog turizma, što je dobro jer se živi sada i u ovome vremenu, ali zašto ne koristiti i bogato obiteljsko zlato i srebro, koje ima, ako ne svjetsku, a ono barem zavidnu europsku vrijednost. Stoga je cilj ovoga rada ponuditi gradu Rijeci – iako se već stoljećima nudi – Kožičić i njegov tiskarsko-izdavački poduhvat, koji nije u ovome gradu, kao ni druga povijesno-kulturna baština dovoljno prepoznat, prezentiran, a još manje vrednovan ili korišten. Tu baštinu je potrebno ugraditi u identitet stanovnika grada kroz obrazovanje za koje ispitanici u ovoj anketi drže da je posebno važno, ali i ugraditi u „projektivni” *brand* grada, odnosno potrebno je gradu kao živoj zajednici ne samo posvijestiti vrijednost kulturno-povijesne baštine, već podržavati i održavati kroz institucije riječke kulture, ali i udruge civilnoga društva i ugraditi u identitetsku potku i *brand* grada.

Kako u *brand* Rijeke ugraditi kulturno-povijesnu baštinu

U izgradnji identitetske potke i *branda* grada postoji nekoliko razina koje se međusobno prepliću, a na kojima bi se taj *brand* izgradio, potvrdio i oživotvorio. To su svakako znanstvena, kulturna, odgojno-obrazovna, vjersko-crkvena, gospodarska, tj. turistička i promidžbena razina. Vrijedi navesti u kratkim crtama sve te aktivnosti, načiniti njihov katalog, zapravo kataloga mogućnosti od kojih će mnoge iz bilo kojih razloga biti odbačene ili ne će biti moguće ih ostvariti. Naravno, ovdje je sve usmjereno na Kožičićevu riječku tiskaru i njezinu ugradnju u identitetski sustav i *brand* grada Rijeke.

U prvome to je znanstvena i kulturna potka koja se temelji na provjerenim povijesnim, umjetničkim, drugim istraživanjima, kao i skupnoj memoriji, sustavu vjerovanja ili vrijednosti i predstavlja čvrst i zdrav temelj za daljnje aktivnosti brandiranja i primjenu u životu grada.²⁶

Tu se u svezi naslova ovoga rada prvenstveno misli na **trajno izučavanje i znanstveno prezentiranje glagoljske baštine grada, posebno Kožičićevih riječkih i drugih izdanja**. Mnoge europske zemlje koje su imale svoje nacionalno rano tiskarstvo i koje su na svome području tiskale knjige tijekom XV. i XVI. stoljeća ne samo da se ponose tom činjenicom, već to sustavno proučavaju u okviru znanstvenih projekata i ustanova, posebnih znanstvenih instituta i muzeja za rano tiskarstvo (npr. Gutenbergov muzej u Mainzu,²⁷ Muzej Plantin – Moretus u Antwerpenu²⁸). Postojanje takvih institucija je dobra prigoda, osnova i način za međusobnu suradnju i povezivanje grada Rijeke i Hrvatske s tim i sličnim institucijama u svijetu.²⁹ Iako se u Hrvatskoj dijelom te

²⁶ F. VUKIĆ, 2009., 47-50.

²⁷ <http://www.gutenberg-museum.de/>

²⁸ <http://www.museumplantinmoretus.be/>

²⁹ Tužna je činjenica da danas u Gutenbergovu muzeju u Mainzu, povijesnome središtu europskoga, svjetskoga tiskarstva, nema spomena ni senjske ni riječke tiskare. (<http://www.mainz.de./Gutenberg/erfindu4>).

problematike bavi Staroslavenski institut u Zagrebu ipak Rijeka svojim znanstvenim (Sveučilište) i kulturnim potencijalom (Izložba Glagoljice, Muzej grada Rijeke) zaslužuje da u Rijeci bude centar (institut ili muzej, ili virtualna skupina), da ima i svoj **Kožičićanum** u kojem bi se našlo mjesto i za **Kožičićev muzej**, poput onoga u Mainzu ili u Fribourgu (Švicarska)³⁰ ali i za **stalnu izložbu riječkoga i hrvatskoga tiskarstva i tiskovina**, poput Plantin-Moretus muzeja u Antwerpenu, Museum of printing history, Huston, Texas (USA)³¹, Internationales Zeitungsmuseum der Stadt Aachen³², Deutsches Zeitungsmuseum in Wadgassen (Saarland),³³ Deutsches Zeitungsmuseum in Meersburg (Baden – Württemberg)³⁴, Stiftung deutsches Zeitungsmuseum (Mainz/Augsburg)³⁵, Deutsches Pressemuseum Hamburg (u osnivanju)³⁶, jer je riječko tiskarstvo svojim ostvarenjima doseglo, posebno u XIX. stoljeću, zavidnu razinu, štoviše i europske vrhunce. I Hrvatska ne bi smjela ne koristiti to bogatstvo svoje baštine za međunarodnu, kulturnu, znanstvenu i turističku promociju i suradnju.

Održavanje znanstvenih skupova kojima bi bio povod i tema Kožičić i njegova tiskara, ali i glagoljske tiskare i izdanja sve do početka XX. stoljeća, kao i glagoljska baština sjevernojadranskoga područja. Tu svakako treba tražiti suradnju s institucijama i udruženjima koji se bave tom ili sličnom problematikom iz Hrvatske (Staroslavenski institut, Sveučilišta u Zagrebu, Rijeci i Zadru, Grafički fakultet, Udruženje grafičara i drugi) i iz inozemstva (Italija, Francuska i dr.). I ne bi se trebalo ograničiti samo na glagoljske tiskare i glagoljska izdanja već progovoriti o nakladništvu i tiskarstvu u Rijeci, odnosno na tlu Hrvatske uopće, kao i Hrvata u inozemstvu. Stoga bi se znanstveni skup ovoga tipa ili možda nekog drugačijega, manje znanstvenoga karaktera, a više popularnijega, turističkoga, ali uvijek na temu i u povodu Kožičićeva djela i života trebao prirediti povremeno (bijenalno/trijenalno) ne samo u Rijeci, već i u Modrušu, Udbini (Krbavi), Zadru i Ugljanu, da se taj prostor poveže nitima povijesnoga, kulturnoga i sveopće humanističkoga i ljudskoga zajedništva.³⁷

Kožičićeva izdanja je potrebno učiniti dostupnima cijelome svijetu i to u digitaliziranome obliku, objavljivanjem na posebnoj elektroničkoj mrežnoj stranici posvećenoj Kožičiću i njegovim djelima (glagoljskim i latinskim), odnosno dati ih u

htm:Die Erfindung Gutenbergs, Von Mainz in die Welt, Die ältesten Druckereien und Verlage). Štoviše, u bogatoj i specijaliziranoj knjižnici toga muzeja nema građe i informacija o hrvatskome ranome tiskarstvu, o glagoljici, odnosno o hrvatskoj tropismenosti pa i četveropismenosti, ako se uzme u obzir hrvatska književnost zapisana arapskim pismom (arabicom, arebicom, mektebicom) u Španjolskoj i u Bosni (aljamido), čime se ne mogu podičiti daleko veći narodi. I Senj i Rijeka su zaslužili da nađu svoje mjesto, kao središta ranoga tiskarstva sa svojim izdanjima na tamošnjoj stalnoj izložbi kao sjajne „zvijezde Gutenbergove galaksije”, (S. ŠKRBEČ, 1995.).

³⁰ <http://www.gutenbergmuseum.ch/>

³¹ <http://www.printingmuseum.org/>

³² <http://www.izm.de/museum/>

³³ <http://www.saarlandmuseum.de/main.php>

³⁴ <http://www.de.wikipedia.org/wiki/Zeitungsmuseum>

³⁵ ISTO.

³⁶ ISTO.

³⁷ Ovaj rad je autor iznio na znanstvenom skupu: Šimun Kožičić Benja i njegova tiskara u Rijeci (1530.-1531.), Rijeka, 16. rujna 2011.

digitalnu knjižnicu svjetskoga značaja *Europeana*. Digitalizacija danas nije veliki tehnički zahvat i uz nevelika sredstva i uz međunarodnu kulturnu i znanstvenu suradnju može se ostvariti brzo i jednostavno. Elektroničke mrežne stranice mogu biti stranice neke od knjižnica (npr.: Sveučilišne knjižnice Rijeka, Gradske knjižnice Rijeka, Muzeja grada Rijeke) ili neke druge riječke kulturne ustanove, poput *Kožičićanuma*, virtualne izložbe glagoljice i to obvezno na hrvatskome i engleskome jeziku.

Također je potrebno **Kožičićeva izdanja učiniti dostupnima cijelome svijetu izdavanjem i tiskanjem reprinta i kritičkih izdanja** i njihovom distribucijom u sve velike svjetske knjižnice, posebno ondje gdje postoje kroatistički i slavistički studiji/centri. Neka od Kožičićevih izdanja su već davno pretiskan (*Psaltir* 1976., *Knjižica krsta* 1984.) i danas su velika rijetkost. U zadnje vrijeme upravo u Rijeci ugledala su svjetlo dana dva Kožičićeva izdanja: *Knjižice od žitija rimskih arhijereov i cesarov* 2007. godine (Sveučilišna knjižnica Rijeka) i *Od bitija redovničkoga knjižice* 2009. godine (Državni arhiv u Rijeci i Družba Braća hrvatskoga zmaja, Stol riječko-bakarski), koja nažalost nisu dospjela na sva mjesta gdje bi trebala biti. Naravno, očekuje se da će Grad Rijeka, Ministarstvo kulture, Ministarstvo znanosti i Ministarstvo vanjskih poslova, kao i Nacionalna i sveučilišna knjižnica udruženim snagama omogućiti da ta izdanja ne ostanu u skladištu izdavača već nađu svoje mjesto u hrvatskim i inozemnim knjižnicama i institutima.³⁸

Preostala izdanja (*Misal hruacki i Oficij rimski*) koja su do sada nereprintirana treba udruženim snagama svih nacionalnih i lokalnih institucija kulture i znanosti tek izraditi i objaviti. Veseli informacija da grupa autora s Filozofskoga fakulteta u Zagrebu predvođena dr. sc. Mateom Žagarom priprema tiskanje pretiska i kritičkoga izdanja *Misala hruackoga*. **Ostaje sada pretiskati i kritički obraditi izdanje *Oficija rimskoga***, molitvenika, priručnika za pobožnost prema Blaženoj Djevici Mariji, kojoj su posvećene sve veće riječke crkve, kao i crkve u Kožičićevoj modruškoj biskupiji (svetište Majke Milosti na Trsatu, svetište Majke Božje od čudesa u Oštarijama, franjevačka crkva u Slunju iz koje se i danas čuva na Trsatu predivan Marijin gotički kip). Teško je vjerovati da riječka i gospičko-senjska Crkva, kao i Teologija u Rijeci mogu ostati na tu činjenicu indiferentna i ne pokušati udruženim snagama izraditi i tiskati pretisak i kritičko izdanje te Kožičićeve tiskovine, naravno uz financijsku pomoć lokalne samouprave i Ministarstva kulture, koji uvijek u okviru svojih mogućnosti prate ove projekte.

Također je potrebno pretiskati i izdanja koja su davno pretiskana (*Psaltir, Knjižice krsta*), izraditi njihovo kritičko izdanje, jer tih izdanja više nema na tržištu, a ni u mnogim, pa i znanstveno-obrazovnim knjižnicama.

³⁸ Riječki nadbiskup je u listopadu 2010. godine je uručio kao dar riječkih vjernika dva zadnja pretiska Kožičićevih izdanja Svetom Ocu Benediktu XVI., koji ih je s velikim zanimanjem primio. Družba Braća hrvatskoga zmaja, Stol riječko-bakarski je sakupila velik broj publikacija s područja hrvatskoga ranoga tiska, tiskarstva, pismenosti, posebno literaturu o hrvatskome glagolizmu koje tijekom lipnja ove godine namjerava darovati knjižnici Gutenbergova muzeja u Mainzu.

Pretiskana izdanja, posebno ona s kritičkim osvrtom na nekom od stranih jezika su ne samo prikladna kao protokolarni dar već su i kvalitetni odgojno-obrazovni suvenir, ali vrlo snažno sredstvo promidžbe grada Rijeke i Hrvatske.

Šimun Kožičić u Rijeci nema javnoga spomenika. Mizerna i pomalo pijano nakrivljena i okrhnuta ploča – oznaka nekadašnje riječke gradske uličice – očito pedesetih godina prošloga stoljeća nije bilo važno kako stoji i izgleda u tadašnjoj uskoj, tamnoj i vjerojatno problematičnoga vonja uličici – jedini je, ali jadni spomenik u Rijeci jednome od najuglednijih riječkih građana starije povijesti. To je možda u trenutku postavljanja te oznake bila jedina i vrijedna poštovanja mogućnost da se u tek oslobođenome i Matici zemlji priključenom gradu na Rječini obilježi toga velikana duha. Bila je to jedina mogućnost da se u gradu na Rječini obilježi djelovanje jednoga biskupa, velikana duha u vrijeme diktature komunističko-ateističke ideologije. Sada je to ne samo nedostatno, već i uvredljivo, iritantno i ponižavajuće za ovaj grad, čija elita duha, a posebno politička očito ne razmišlja cjelovito i u kontinuitetu tijeka povijesti kako je to shvatiti na primjeru obnove palače Garbas na kojoj se nalazi ova ploča – krhotina koja je očito bez griznje osobne i stručne savjesti ostavljena kao posebno vrijedan artefakt duha i vjerodostojno svjedočanstvo, nadajmo se, zauvijek prošlih vremena. Kao da je u svemu tome izražena simbolika stanja duha našega grada i odnos prema vlastitim korijenima, prema kulturnoj baštini i građanima koji su nama današnjim Riječanima na ovome prostoru prethodili. Ta krhotina time prerasta u krhotinu našega sadašnjega osobnoga, gradskoga i nacionalnoga identiteta. Stoga je ovo poziv posebno kulturnoj javnosti grada Rijeke, da ne dopusti da neprepoznatljiva neugledna i razbijena ploča oznake nepostojeće ulice, na uglu barokne palače lijepo fasade ostane jedini znamen u našem gradu ovome odličniku uma, agilnome kulturnome i vjerskome poslaniku, čovjeku duboko uronjenome u nacionalnu kulturnu baštinu a isto toliko uključenome u tada svjetske kulturne tokove svoga vremena.

Lijepi i umjetnički vrijedan spomenik podignut je senjskome tiskaru, Vrbenčaninu, popu Blažu Baromiću u Senju i Vrbniku, a Šimunu Kožičiću u rodnome Zadru.³⁹ Pred više od 5 godina primljena je u javnosti s veseljem vijest da će **Grad Rijeka podići spomenik Šimunu Kožičiću u Rijeci**. Stoga se očekuje da će najavljeni spomenik Šimunu Kožičiću uskoro krasiti koji od riječkih trgova, a možda i riječki Sveučilišni kampus ili trg pred novom zgradom Gradske knjižnice. Grad Rijeka planira u skorom

³⁹ U Zadru, na rtu poluotoka u starome dijelu grada Zadrani su uredili oko crkve Gospe od zdravlja „Perivoj od slave” sa spomenicima zadarskih velikana duha, posebno onih iz starije povijesti. Tu su smještene poprsja trinaestorice odabranih među kojima je i Šimun Kožičić, a izradio ih je akademski kipar Ratko Petrić, također Zadrani. Riječki Stari grad ili neki drugi za to podesan predio (Park Nikole Hosta pred zgradom Državnog arhiva u Rijeci, Sveučilišni kampus na Trsatu, budući prostori na Delti) može postati riječki „Perivoj od slave i ponosa” čije stvaranje može započeti upravo s Kožičićevim poprsjem i nastaviti s brojnim na europskoj i nacionalnoj razini poznatim Riječanima. U Sveučilišnom kampusu na Trsatu, gdje je smještena i Akademija primjenjenih umjetnosti trebalo bi svakako obilježiti velikane znanosti i umjetnosti iz ovoga dijela Hrvatske, čime bi se Sveučilištu dala povijesna dimenzija, ugradile i naglasile sve one vrijednosti koje ono baštini iz tradicije i iz prošlosti.

vremenu sagraditi novu zgradu **Gradske knjižnice**⁴⁰ koja bi zasigurno bila počašćena **kada bi nosila ime Šimuna Kožičića i koju bi resio spomenik – bista toga velikana riječke i hrvatske knjige.**

Međutim, najveći i najtrajniji spomenik Kožičiću bit će u Rijeci podignut onda kada bude **u Rijeku vraćen barem jedan originalni primjerak izdanja Kožičićeve tiskare** za što ima mogućnosti, ako se to želi i u tome pravcu i djeluje. Kao privremeno rješenje toga bila bi velika stvar **kada bi Krčka biskupija predala Rijeci na čuvanje i prezentaciju primjerak Misala hruackoga iz župe u Puntu.** Taj primjerak, iako je nepotpun, sada čami u tami sefa, trebao bi biti u Rijeci trajno izložen, poput Gutenbergove Biblije u Mainzu i u mnogim knjižnicama diljem svijeta, možda u Izložbi Glagoljica ili novoj zgradi Gradske knjižnice, gdje bi ga vidjeli svi građani i posjetitelji grada na Rječini. Rijeci će tada biti vraćena duša, bit će joj vraćen duh hrvatske kulturne i duhovne metropole što je uistinu i bila u Kožičićevo vrijeme. Postoje i druge mogućnosti da se to slično ostvari.⁴¹

Šimun Kožičić i njegovo okruženje, taj djelić riječke prošlosti daje današnjim Riječanima mogućnost da se svojim **najbližim susjedima Talijanima** obrate kao prijateljima i nasljednicima onih s kojima je Kožičić surađivao (*Dominik i Barolomej z Breše štampaduri*) i koje je Kožičić doveo u Rijeku da mu tiskaju knjige.⁴²

Mikulu Jurišića, kapitana ričkoga i pročae kao nacionalnoga junaka štiju hrvatski sjeverni susjedi **Mađari**, posebno u gradu **Kisegu** koji je pretvoren u njegov hram.

⁴⁰ V. OBERSNEL, 2009.

⁴¹ Taj primjerak *Misala hruackoga* koji se danas nalazi u Znanstvenoj knjižnici u Dubrovniku sadrži na poleđini svoga kožnatoga omota grafiku Isabele Piccini, benediktinke iz samostana Santa Croce na venecijanskoj Giudecci (XVII. st.) s prikazom riječkoga čudotvornoga Raspela i grada Rijeke. U Dubrovnik je dospio vjerojatno iz Kapucinskoga samostana u Rijeci. (J. LOKMER, 2003., 83-106) Kada je 2001. godine Sveučilišna knjižnica Rijeka obilježavala 470. obljetnicu djelovanja Kožičićeve tiskare taj je primjerak bio izložen u izložbi „Glagoljica”. Jedan riječki intelektualac, tada visokopozicionirani član Vlade Republike Hrvatske posjetivši tu izložbu istinski se zanio idejom da se taj primjerak *Misala hruackoga* vrati u Rijeku. Sva nastojanja da se za tu ideju senzibiliziraju oni koji su to mogli poduprijeti i ostvariti ostala su bez uspjeha. Istina, te godine je Grad Rijeka obilno pomogao III. međunarodnu izložbu ex librisa koja je obrađivala temu starih pisama, glagoljice i bila je posvećena 470. obljetnici riječke glagoljske tiskare Šimuna Kožičića. Na toj manifestaciji su sudjelovali brojni autori (332) iz 42 zemlje sa svih kontinenata, a katalog te izložbe s vrlo kvalitetnim tekstovima o hrvatskoj glagoljici, Bašćanskoj ploči, riječkoj tiskari Šimuna Kožičića, o Rijeci, Izložbi Glagoljica i Sveučilišnoj knjižnici Rijeka dospio je potom u gotovo sve hrvatske, mnoge nacionalne i druge knjižnice širom svijeta. (TREĆA, 2001.) Osim toga ta izložba je zahvaljujući praktičnosti i ideji hrvatskoga grafičara i riječkog sveučilišnog profesora I. Butkovića obišla cijelu Hrvatsku i utajila žed zanimanja mnogobrojnih narodnih i gradskih knjižnica. Uvijek je vrijeme i prigoda da se ta ideja povratka u Rijeku Kožičićeva divot izdanja, *Misala hruackoga*, ili pak nekoga drugoga originala Kožičićeva djela ostvari. Sve to ovisi o nama i našim prioritetima, ljestvici vrijednosti koje živimo i za koje se zalažemo. To je najprecizniji barometar naše pripadnosti europskoj kulturi i civilizaciju, koju su Kožičić i ini glagoljaši i latinski stvarali i obogaćivali svojim djelom i životom.

⁴² I prije današnje moderne međugranične suradnje Kožičić i njegovo vrijeme su to dobro znali i prakticirali. Današnja EU je i pred pet stoljeća funkcionirala, ali prvenstveno u svijesti ljudi, vodećih ljudi, jer je to bio svijet Pax Romana Christianae, čije su ideje duboko usađene u svijest vodećih srednjoeuropskih političara pokrenule moderne europske integracije iz čega je nastala današnja EU.

Frankopani patroni modruške biskupije kojoj je Kožičić bio na čelu su stari hrvatski plemeniti rod **dobro poznat i priznat u Europi i za čije ime svi znaju**,⁴³ a ponekad ga koriste i oni koji na to nemaju pravo. I o njima kao gospodarima Trsata Rijeka ima pravo i potrebu jače i bolje svijetu progovoriti jer je i frankopanska povijest, kao i franjevački samostan na Trsatu, koji su Frankopani osnovali, dio riječkoga identiteta i riječkoga *branda*.

Vjersko-crkvena razina stvaranja, održavanja identiteta i gradnje *branda* grada je posebno važna, jer europska civilizacija i posebno kulturna baština počiva i na judeo-kršćanskim temeljima. Stoga aktivnost Crkve na vjerskome i pastoralnome planu ima znatnoga utjecaja ne samo na identitet grada i njegovih stanovnika, već i na izgradnju *branda* grada. **Ilustracije i motivi iz Kožičićevih izdanja** i ne samo Kožičićevih već i ostalih glagoljskih i latinskih izdanja, kao i **slike riječke umjetničke baštine (reljefi s oltara, slike i sl.)** nažalost se ne koriste kao **čestitke** prigodom velikih kršćanskih blagdana, iako je bilo takvih sličnih pokušaja 70-ih i 90-ih godina prošloga stoljeća (Kršćanska sadašnjost). Predivne grafike **Navještenja i Raspeća** iz *Misala hruackoga* kao i inicijal s **Raspećem** iz *Od bitija redovničkoga knjižice* su najljepša riječka **čestitka** velikih kršćanskih blagdana: Božića i Uskrsa ili pak **naljepnica/čestitka kod blagoslova kuća**, za izradu **kalendara** i dr. To bi riječka i gospičko-senjska Crkva svakako mogla koristiti i time educirati svoje vjernike ne samo u vjerskome, dogmatskome, već i kulturno-estetskome smislu i pokazati cijelome kršćanskom svijetu bogatstvo svoje baštine, svoju posebnost u zajedništvu Božjega naroda opće Crkve. Također, **mnoge kulturno-vjerske manifestacije su prigoda da se govori o Kožičiću**. Tako je očekivati da će u Rijeci, kao i u drugim hrvatskim gradovima (Split, Dubrovnik, Šibenik, Osijek) zaživjeti **Dani kršćanske kulture** koji će biti prava prigoda i za prezentaciju Kožičićeva djela. Iako Šimun Kožičić nije svetac niti blaženik, a koliko je razvidno može se ocijeniti da je svojim životom i djelom bio barem Božji ugodnik, riječka i gospičko-senjska Crkva bi sjećajući se na određeni dan, za to je najbolje da je to jedna nedjelja (negdje u travnju ili svibnju kada je završeno tiskanje *Misala hruackoga*) **da svojim vjernicima predoči djelo i duh biskupa Šimuna Kožičića** kao uzornoga pastira svoga napaćena stada u vremenima i tegobama života punoga borbi i naleta globalizacije svoga vremena.

Odgojno-obrazovna, promidžbena razina je posebno važna i trajnoga je karaktera. Tu svakako posebno mjesto i ulogu ima **Izložba Glagoljica** u Sveučilišnoj knjižnici Rijeka koja svojom postavom visokoga umjetničkoga dosega, ali i zavidne znanstveno-faktografske razine već desetljećima odgaja generacije učenika i studenata dajući im objektivan uvid u hrvatsku glagoljsku baštinu, posebno sjevernojadranskoga područja. Ta Izložba zaslužuje posebnu pažnju, brigu društvene zajednice, posebno Grada i Županije, ali i Ministarstva kulture. Od nje se očekuje u stvaranju gradskoga identiteta i time *branda* grada daleko više aktivnosti kao i nazočnosti u kulturnome i

⁴³ Jedan ogranak ovoga slavnoga roda kojemu je sjedište bilo u Castel di Porpettu, kraj Udina i danas živi u Italiji, Joannis u Furlaniji. (D. FRANGIPANE – S. POTOČNJAK, 2010., 45-65)

znanstvenome životu grada Rijeke i Hrvatske, jer je to jedinstvena stalna izložba kojom se na cjelovit način predstavlja hrvatska glagoljska baština.

Trajna edukacija Riječana, posebno onih **najmanjih i srednjoškolaca**⁴⁴ o baštinskoj vrijednosti Kožičićeve tiskare i glagoljske tradicije. Osim što riječki učenici organizirano i dosta redovito, zavisno o trudu i entuzijazmu pojedinih nastavnika, posjećuju Izložbu Glagoljica i za njih bi bilo korisno da imaju jedan dan u godini posvećen riječkoj glagoljskoj baštini i Kožičiću, kada bi se svojim doprinosom (literarni sastav, likovni radovi), posjetom Izložbi Glagoljica ili nekom glagoljaškome lokalitetu u blizini (Istra, Krk, Vinodol, Senj) prisjetili i Kožičića. Ne tako davno, u Izložbi Glagoljica, akademik Branko Fučić je bio najsretniji kada bi okupio djecu iz osnovne škole. Tada bi leželi svi po podu trskom, gušćim perima i crnilom po papiru crtali glagoljska slova i jednostavnije tekstove. Stoga su glagoljaške, likovne radionice najbolje odgojno i obrazovno sredstvo malih glagoljaša.

Ovdje treba pohvaliti poduhvat koji su učinili Erasmus naklada iz Zagreba i Sveučilišna knjižnica Rijeka kada su tiskali u okviru niza izdanja **Suveniri hrvatske baštine** (1) mapu od dvanaest listova – razglednica s motivima iz Kožičićevih izdanja, a koja mapa ima isključivo obrazovno-promidžbenu funkciju. Nadati se da će je publika kojoj je namijenjena i dobro primiti.

Na području vizualne umjetnosti veliki doprinos prezentaciji Kožičićeva djela je dao riječki kulturni i filmski pregalac Bernardin Modrić, koji je izradio **dokumentarni film o Šimunu Kožičiću**.⁴⁵ Namjera je ovoga dokumentarca, koji nažalost zbog pomanjkanja financijskih sredstava – radi se o zanemarivo malim iznosima koji nisu vrijedni spomena – **nije preveden ni na jedan od europskih jezika**, je da koristeći suvremeni filmski izričaj prikaže ovoga velikana hrvatske kulture na modernome čovjeku dostupan i živ način, u čemu je i uspio.

Turistička zajednica Grada Rijeke ima ovdje posebnu ulogu jer time ponajviše dobiva turističko vrednovanje grada. Izložba Glagoljica i Kožičić su dovoljan razlog da Rijeku ne zaobiđu brojne **školske ekskurzije**, odnosno zaslužuju da se uvrste u program izleta, putovanja ovim dijelom Hrvatske. Tu se očekuje i suradnja TZ Opatije i svih okolnih mjesta gdje se nalazi veliki broj gostiju kojima se uz razgledanje grada svakako treba ponuditi (u paketu) i posjet Izložbi Glagoljica gdje će se upoznati i s Kožičićevim likom i djelom. Taj dio naše turističke ponude ne funkcionira baš najbolje, jer je poznato da se na opatijskoj i drugim rivijerama turisti u danima lošega vremena dosađuju ili odlaze u Trst, a slabo dolaze organizirano u Rijeku. Ipak se to zadnjih godina mijenja na bolje. Stoga je potrebna **trajna i sustavna edukacija** turističkih radnika, posebno **turističkih vodiča** koji posjetitelje upoznaju s riječkom poviješću i kulturnom baštinom. Najčešće su turistički vodiči najslabija karika u prezentaciji nekoga grada i njegove baštine u što se nije teško i osobno uvjeriti. Posebno je važno naći zajednički jezik i s

⁴⁴ O tome govori i gradonačelnik Rijeke, ali samo o potrebi pokretanja edukativnog programa *Tvoj grad u osnovnim školama* s ciljem povećanja znanja o gradu i jačanja riječkog identiteta (V. OBERSNEL, 2009., 4.18.).

⁴⁵ B. MODRIĆ, 2003.

turističkim agencijama koje posreduju te usluge. Naravno potrebna su promidžbena sredstva modernoga izričaja koja će zainteresirati turiste da posjete grad Rijeku i upoznaju njezinu povijest i kulturnu baštinu.

Gospodarski aspekti Kožičićeve tiskare kao riječkoga *branda*

Gospodarsko-turistička (kulturna) razina stvaranja, održavanja identiteta i izgradnje *branda* grada je posebno važna jer stvara materijalni osnovu nizu djelatnosti, povećava broj proizvodnih mjesta i stvara višak materijalnih dobara.

Kožičić je *v rici v hižah ego prebivanija* tiskao svoja glagoljska izdanja. Stoga bi se u Rijeci, u malobrojnima, a još uvijek očuvanim originalnim prostorima (konobama) Staroga grada trebala postaviti *idealizirana rekonstrukcija Kožičićeve tiskare*, tiskarska *officina* onako kako se može pretpostaviti da je izgledala. Ta *officina* ne bi bila samo izložbeni već i radni, proizvodni prostor. Tu bi se na stari, može se reći Kožičićev način, tiskala unikatna izdanja, suveniri poput starih grafika Rijeke i riječkoga područja ili pak otisci nekih dijelova Kožičićevih izdanja. Ta radionica koja bi imala muzejski status i u njoj bi mogli raditi (po potrebi) **kostimirani štampaduri**. Uz tu povijesno rekonstruiranu Kožičićevu *officinu* bi se moglo u zasebnom prostoru postaviti i **suвременa mala tiskara** u kojoj bi se nekom od suvremenih tiskarskih (digitalni tisak) tehnika ili primjenom u povijesti poznatih grafičkih preša izrađivale manje serije tiskovina i koja bi time financijski olakšavala rad i život Kožičićeve tiskare. Taj projekt „**Officina vetera et nova**” bi bio novi život nekadašnje „**Kožičićeve tiskare**”. Svakako treba računati na suradnju s riječkim srednjim školama (Kemijско-grafička škola), kao i brojem ne tako mnogih, ali umjetničkim dosezima zavidne razine riječkim umjetnicima – grafičarima.⁴⁶ Taj projekt, nadati se, trebali bi podržati ne samo Grad Rijeka i Turistička zajednica već i Ministarstvo kulture.⁴⁷ Ta *officina* bi ubrzo postala turistička atrakcija kojom bi se trajno podigla razina turističke ponude, koja je danas zaista jako skromnoga opsega i u europskim razmjerima neatraktivna da bi se privukla turističke agencije koje (cruiserima) dovode turiste i da Rijeku uvrste u svoje itenerere. Drugi dio ove radionice bi se mogao ostvariti kao poduzetništvo privatnoga karaktera, pa bi cijeli projekt dobio status javno-privatnoga partnerstva. Toj *officini* bi se mogla dodati **knjigovežnica sa starom tradicijskom tehnologijom**, ali i izrada ili dorada papirne konfekcije (vrećice i sl.) sa slovima glagoljice i motivima iz tiskanih glagoljskih tekstova što se danas može naći i u velikim supermarketima nekih hrvatskih tvrtki, te manja **restauratorska radionica za knjige i papir** uopće.

⁴⁶ Riječka grafička škola i njezini zavidni umjetnički dometi tu bi našli i svoje mjesto koje bi tu grafičko-tiskarsku djelatnost Kožičićeve *officine* mogli samo proširiti i kompletirati ne samo drugim tehnikama (drvorez, bakrorez, bakropis, litografija, sitotisak, akvatinta) pa sve do suvremenih tehnika (kompiuterska grafika).

⁴⁷ Nema razloga da takvu štampariju ne može ostvariti Rijeka, kada je već sada imaju mali Roč u Istri, Senj i u modificiranome obliku i Vrbnik. Sredstva za izradu tiskarskoga stroja i nisu prevelika, a danas se prema konkretnim ponudama kreću između 10 i 20.000 Eura.

Svoje mjesto, kao posebna atrakcija, bi našla tu i manja **radionica ručne proizvodnje papira**,⁴⁸ što je tradicijska riječka manufakturna i industrijska proizvodnja, nažalost u ovome gradu, ne tako davno, ali izgleda nepovratno ugašena. Danas je u svijetu posebno tražena i financijski atraktivna ručna proizvodnja raznih vrsta papira od čega u nekim gradovima Europe žive i tisuće ljudi. Uz te radionice bi se uz sudjelovanje sveučilišnih institucija (Akademija primijenjenih umjetnosti) i entuzijasta – umjetnika mogla organizirati škola minijature, iluminacije kao i međunarodne smotre, koristeći se ugledom i tradicijom hrvatskih glagoljaša, ali i slavom Jurja Julija Klovića, hrvatskoga minijaturiste svjetskoga glasa. Riječka grafička škola i njezini zavidni dometi tu bi našli i svoje mjesto koje bi tu grafičko-tiskarsku djelatnost Kožičićeve *officine* mogli samo proširiti i kompletirati ne samo tehnikama već i brojnim suvremenim motivima i primjenama. Naravno, da uz to mogu doći i **umjetničke radionice – atelieri**, glagoljaški **kaligrafski studio sa školom glagoljice** i uopće pisma, odnosno **male galerije**, gdje bi se organizirale prodajne izložbe umjetničkih slika – suvenira i sl. U istome aranžmanu (javno-privatno partnerstvo) tu bi svakako svoje mjesto našla i **ugostiteljska djelatnost: renesansna taverna i slastičarnica-pekarnica (bottega)** gdje bi se nudila hrana, slastice i piće srednjovjekovne i renesansne recepture i izgleda, upravo onako kako je to prema dosadašnjim spoznajama i tradiciji ovoga kraja bilo u Kožičićevo vrijeme i u ambijentalnom ugođaju (unutarnje uređenje, posude, kostimi posluđe).

Tu ne treba zaboraviti i **proizvodnju, odnosno prodaju srednjovjekovnih, renesansnih, ali i moderno oblikovanih predmeta**, poput ručno oslikane grnčarije i staklarije s motivima iz riječke baštine (Kožičićeva glagoljica, kontemporalni prikazi grada itd., izrada odgovarajućih suvenira), predmeta od drva (posude, čaše i bokali, vretena, manji komadi namještaja, bačvice i sl.), odjevni i ukrasni predmeti od vune (pleteno i filcano), sapun, medičarski proizvodi i slični predmeti ručne izrade. Svoje mjesto bi tu našlo i maslinovo ulje posebno pakovano, originalni napitci (vino, prošek, razni liker i sl.), izabrani komadi odjeće izrađene prema uzorcima starih nošnji sjevernoga primorja, predmeti od drva, replike staroga nakita (venecijanski *moretto* – riječki morčić), čipka (paška i druge), izabrane rukotvorine od konca, ali i trgovine antikvitetima: od knjiga, razglednica do uporabnih predmeta iz svih razdoblja. To je prilika da se pokaže i stara riječka tradicija: proizvodnje konopa-užadi koja je u Rijeci trajala od početka XVIII. stoljeća pa do nedavno. To može biti mala izložba koja bi postala još zanimljivija u kombinaciji s **prodajom užadi od prirodnih vlakana**. Ne bi trebalo bježati ni od priređivanja povremenih ili pak tjednih lutkarskih predstava ili manjih scensko-glazbenih pučkih i umjetničkih prikazanja, posebno **srednjovjekovnih skazanja i renesansnih komedija**, te **koncerata** iz repertoara bogate **riječke i uopće**

⁴⁸ Zaista, vrijedi posjetiti grad Fabriano u susjednoj Italiji i u živo vidjeti i doživjeti cijeli tehnološki (povijesni) proces ručne proizvodnje papira (<http://www.museodellacarta.com/default.asp>). Šteta da se u Rijeci ne oživi stara „Hartera” s radionicama ručne proizvodnje papira, konfekcioniranja papira kao i zanatsko-umjetničkim tiskom i sl. To bi u početku mogao biti tehnološki inkubator, a poslije i mali generator radnih mjesta u gradu. Uz tu djelatnost mogle bi se vezati i druge djelatnosti i usluge, a i „Hartera” bi bila iskorištena daleko bolje i više nego što je to danas.

hrvatske i europske glazbene baštine. Također bi vrijedilo razmisliti o **realizaciji ideje rekonstrukcije rimske taberne** poradi blizine lokacije rimskoga luka, odnosno arheoloških ostatka iz rimskoga razdoblja (antička Tarsatica).

Sve to objedinjeno u prostorima oko Kožičićeve tiskare dalo bi posjetiteljima idealan prikaz ugođaja života iz vremena kada je u Rijeci boravio Kožičić i tu organizirao rad svoje tiskare. Posjetitelj bi cjelovito doživio riječki Stari grad u punini života kojim se je živjelo u Kožičićevo vrijeme. Idealna lokacija za taj sklop Kožičićeve *officine, bottega* je prizemlje palače Benzoni na trgu Grivica, odnosno „fondo” prostori u starim, dijelom srednjovjekovnim kućama u ulici između palače Benzoni i crkve Sv. Fabijana i Sebastijana iznad ostataka rimskoga castruma i velebnoga ulaza u rimsku klauzuru, kao i prostor malena trga Pod kaštelom. Ti prostori zjape danas najvećim dijelom prazni, a neki od njih su već duže vrijeme smetlište. Palača Benzoni je idealno mjesto da se u razizemlju smjeste radionice i ugostiteljsko-trgovački sadržaji, a na katu suvremeni postav neke od ovih cjelina: riječkoga glagolizma, izložba Sakralne umjetnosti

Rijeke, izložba Isusovačke baštine koja je danas necjelovito i nefunkcionalno najvećim dijelom smještena na balkonu riječke katedrale Sv. Vida.⁴⁹ Na taj bi se način oživjelo vrijeme u kojem su nastale Kožičićeve tiskovine, stvorila izvrsna poučno-proizvodna radionica posebno pogodna za mlade i sve zaljubljenike u europsko rano tiskarstvo, stvorio jedinstvenoga sadržaja ambijent, a ovaj grad bi bio bogatiji za još jedan kulturni sadržaj čime bi se obogatila gradska turistička ponuda. Time bi se „iskoristio” Kožičić i njegovo vrijeme, ali i drugi baštinski artefakti kao istinski i važni čimbenik kulturnoga i turističkoga *branda* grada Rijeke, kako se to može izreći modernim managerskim jezikom globalizirana svijeta.

Poruka riječke povijesno-kulturne baštine

Stoga se danas govoreći ovim radom o Kožičiću želi razumjeti da *brand* grada Rijeke, upravo ovisi o nizu malih segmenata – *brandova* koji daju u zajedništvu s drugim resursima i *brandovima* cjeloviti *brand* grada, a Kožičić, njegovo djelo i vrijeme je samo jedan dio, jedan zasebni *brand* koji treba vrednovati i marketinški dobro obraditi i ponuditi. Proces brandiranja, izgradnje svakoga pojedinačkoga *branda* nije strogo znanstveno-obrazovni rad koji se odvija samo na Sveučilištu, ali može i treba biti idealan proizvod i posljedica toga rada i njegove primjene u stvarnome životu. Stoga na mnogim projektima, a moglo bi ih se dosta nabrojati (Rimski luk,⁵⁰ rimski mozaici i terme,⁵¹ predaja o nazaretskoj kućici, svetište i samostan na na Trsatu,⁵² predaja o riječkom

⁴⁹ Tim zahvatom bi se, a to će biti olakšano skorim odlaskom Islamske vjerske zajednice na novu lokaciju u novosagrađeni Islamski vjerski i kulturni centar, spasila od propadanja najreprezentativnija riječka patricijska palača. Dobio bi se prostor za smještaj Muzeja sakralne umjetnosti, za kojim Rijeka traga već desetljećima, a mogao bi se tu smjestiti i fond stare riječke „Biblioteca civica” u čijem je fundusu najveći dio knjižnice riječkog i dobrim dijelom tršćanskog Isusovačkoga kolegija, kao i knjige iz knjižnica obitelji Marotti i Benzoni.

⁵⁰ R. MATEJČIĆ, 1990., 12-15.

⁵¹ ISTO, 23-30.

⁵² M. BRADANOVIĆ – E. HOŠKO, 2011.; R. MATEJČIĆ, 1990., 127-130.

čudotvornom Raspelu,⁵³ kosi toranj,⁵⁴ Ivan Klobučarić,⁵⁵ Vinko Jelić,⁵⁶ nekadašnji samostan augustinaca Sv. Jeronima,⁵⁷ bogata isusovačka baština⁵⁸ i katedrala Sv. Vida,⁵⁹ Antonio Michelazzi,⁶⁰ proizvodnja papira,⁶¹ Carsko-kraljevska vojno-pomorska akademija,⁶² torpredo,⁶³ morčić,⁶⁴ i drugo⁶⁵) treba raditi timski i sustavno. Tu ima posla i mjesta za povjesničare, lingviste, ekonomiste, kazališne radnike, umjetnike i mnoge druge, a ponajviše dobre obrtnike i ljude koji srcem vole svoj grad i svoj posao.

To je dugotrajni posao nastajanja i prepoznavanja *branda* grada Rijeke, grada kojemu danas još uvijek daje osnovni biljeg luka, brodogradnja, prerada nafte i još nešto malo industrijske proizvodnje. I ulaganja nisu tako mala. Možda su tu ipak, financijska sredstva ponajmanji problemi, jer puno je teže kvalitetno pripremiti projekt, usmjeriti ga prema željenome cilju, te taj cilj ili ciljeve ostvariti nego iznaći sredstva i često ih bez ostvarenja željenog cilja utrošiti. Danas su na raspolaganju i mogućnosti financiranja iz europskih fondova u mnogim varijantama za što je potrebno imati ne samo znanje već i određeno praktično iskustvo.

I na kraju ostaje poruka koju daje Kožičić. To je poruka koja jasno govori da se kulturom, pisanom riječju na narodu razumljivome jeziku i pismu čuva vlastita posebnost, obogaćuje zajedništvo u obitelji različitosti i stvara svijet bogat duhovno i materijalno. A istovremeno je to najjača obrana od uništenja, osiromašenja, propasti i zaborava u materijalnome i duhovnome pogledu. Ako tu poruku, a to je poruka svekolike riječke povijesno-kulturne baštine, što prije grad i njegovi stanovnici prihvate to će i življenje u ovome gradu, u ovoj državi to prije postati normalnije, europskije i civiliziranije. To je uz ljudske i prirodne potencijale kapital s kojim se Rijeka i Hrvatska vraća u europsko zajedništvo, u društvo globalizirane Europe u kojoj su stoljećima bili ne samo djelotvorni čimbenik nego i zaštita i izvor na kojem se je ta Europa, tadašnji globalizirani svijet napajao, obnavljao i razvijao. Posebno je važno da uvidjeti svoje korijene i svoja ishodišta da bi se znalo i gdje je danas mjesto i Rijeci i Hrvatskoj ne samo u Europi, nego i u svijetu, da se ne osjeća stalno kompleks manje (potrošačke) vrijednosti. Ostaje spoznati da je usprkos svemu jedino ljudski potencijal, čovjek – osoba s identitetom i poznavanjem

⁵³ D. TULIĆ, 2011, 7-8.

⁵⁴ L. M. TORCOLETTI, 1932.; R. MATEJČIĆ, 1990., 59-68.

⁵⁵ M. MARKOVIĆ, 2002.

⁵⁶ A. VIDAKOVIĆ, 1974., 261 – 262.

⁵⁷ L. M. TORCOLETTI, 1944.; R. MATEJČIĆ, 1990., 41-47., 213-216.

⁵⁸ D. TULIĆ, 2011, 19-69; R. MATEJČIĆ, 1990., 101-108., 113-118.

⁵⁹ ISTI, 2011., 10-19.

⁶⁰ R. MATEJČIĆ, 2000., 111, 123-132, 135-150; J. LOKMER, 2007.

⁶¹ GRGURIĆ, M. 2007.

⁶² R. MATEJČIĆ, 1990., 209-212.; E. DUBROVIĆ, 2011., 55-60.

⁶³ D. ZOROVIĆ, 2010.

⁶⁴ CANZIANI JAKŠIĆ, de T., 2011.

⁶⁵ Dovoljno je prošetati internetom da se vide brojni prijedlozi projekata u funkciji oživljavanja baštine u funkciji jačanja riječkoga gradskoga identiteta i stvaranja *branda* grada. Najbolji primjer za to su elekt. stranice Liste za Rijeku, koje govore o riječkome identitetu. (<http://www.listazarijeku.com/rijecki-identitet/>)

svojih korijena – najveći kapital i najveći ulog, najbolji *brand* kojim grad, država, narod predstavljaju i kojim ulaze u globalizirani svijet.

Ne treba se plašiti, ne treba se bolesno brinuti za budućnost u bilo kojem smislu, ako su pojedinci i društvo spoznajući prošlost uredili svoju sadašnjost i tako se pripremili za budućnost. To učiniti je velika zadaća i još veća odgovornost svakoga pojedinca i njihove zajednice. To je velika zadaća i odgovornost posebno svih onih koji su izabrani da upravljaju gradovima, regijama, državom i narodom. To je izazov na koji se mora odgovoriti, iako to nije lako. Vjerovati je današnji žitelji Rijeke i Hrvatske to ipak znaju i hoće, kao što su to njihovi prethodnici znali i kao što su to činili. Šimun Kožičić, kao i svi popovi glagoljaši su svjedoci tih nastojanja i uspješnoga djelovanja, pa i onda kada je izgledalo da je sve izgubljeno. Stoga u vremenima nama danim treba ići putem koji je u Rijeci pred skoro pet stoljeća dobrim dijelom pokazao Šimun Kožičić, prvi poznati nam riječki nakladnik i tiskar, pregalac pisane narodne riječi.

Literatura

- Antoljak, Stjepan, Šimun Kožičić Begna i njegovo doba, Zbornik radova o Šimunu Kožičiću Benji, 1991., 11-25
- Bradanović, Marijan – Hoško, Emanuel, Marijin Trsat, Zagreb, 2011.
- Branding, <http://arts.hr/index./php/en/savjetovanje/produkcijski-i-marketinki-procesi/branding>, 17.08.2011.
- Canziani Jakšić, Theodor de, Morčić – Moretto, Bakar, 2011
- Deković, Darko, Istraživanja o riječkome glagoljaškome krugu, Zagreb, 2011.
- Dubrović, Ervin, Vojno-pomorska akademija u Rijeci: 1866.-1914., Sušačka revija, 19 (2011), 55-60.
- Frangipane, Doimo – Potočnjak, Saša, Prilog istraživanju arhivske građe o Franu Krsti Frankopanu – L'Arhivio Frangipane, Joannis, Fluminensia, 22 (2010), 45-65.
- Franjić, Zoran – Paliaga, Marko, Istraživanja imidža gradova kao elementa upravljanja markom – Research of town image as an element of brand management, Economic Research, 19 (2006), 139-149.
- Grgurić, Mladen, Tvornica papira Rijeka, Rijeka, 2007.
- Lokmer, Juraj, Izložba Glagoljica vodič, Rijeka, 2001.
- Lokmer, Juraj Zagubljeni riječki primjerak Misala hruackoga i grafika Isabelle Piccini iz XVII. stoljeća, Sveti Vid, 2003, 83-106.
- Lokmer, Juraj, Duhovni portret: Antonio Michelazzi, „sculptor fluminensi”: hommage povodom 300. obljetnice rođenja, Riječki teološki časopis, 15 (2007), 621-63
- Lokmer, Juraj, Biskup Šimun Kožičić Benja: bitan čimbenik riječkog identiteta primjer hrvatskoga doprinosa globaliziranome svijetu: kulturno-povijesni esej, Riječki teološki časopis, 16 (2008), 587-604.

- Marković, Mirko, Kartograf Ivan Klobučarić i Rijeka: Rijeka i Kvarnersko primorje na starim zemljopisnim kartama s naročitim obzirom na doprinos hrvatskoga kartografa Ivana Klobučarića, Rijeka, 2002.
- Matejčić, Radmila, Kako čitati grad, Rijeka, 1990.
- Modrić, Bernardin, Šimun Kožičić Benja (DVD), Rijeka, 2003.
- Mujadžević, Dino, Jurišić, Nikola, Hrvatski biografski leksikon 6, Zagreb, 2005., 632.
- Nazor, Anica, Kožičićeva glagoljska tiskara u Rijeci, Zbornik radova o Šimunu Kožičiću Benji, 1991., 137-149.
- Obersnel, Vojko,
– 2009., Rijeka-atraktivan grad, Smjernice, 2009. (<http://www.vojko-obersnel.com.hr/smjernice/rijeka-atraktivan-grad>) 17.08.2011.
– 2010., Grad kao brand, 2010. (<http://www.vojko-obersnel.com/hr/blog/grad-kao-brand>) 17.08.2011.
- Paliaga, Marko,
– 2005., Istraživanje imagea Grada Rovinja – Sondaggio sull'immagine di Rovigno, Rovinj, 2005.
– 2010., Brandiranje gradova – Zašto je važno biti brandiran? (www.markopaliaga.com, 2010.)
- Povijest Rijeke, Rijeka, 1988.
- PULS d.o.o., Image grada Rijeke, Sažetak rezultata kvalitativno istraživanja, s.l., 2007.
- Riječki identitet, Lista za Rijeku – Lista per Fiume (<http://www.listazarijeku.com/rijecki-identitet/>) 05.10.2011.
- Škrbec, Stanislav, Riječka zvijezda Gutenbergove galaksije, Rijeka, 1995.
- Štefanić, Vjekoslav, Glagoljica u Rijeci, Zbornik Rijeka, Zagreb, 1953. 393-433.
- Treća međunarodna izložba ex-librisa Stara pisma: 900 obljetnica Bašćanske ploče i 470. obljetnica rada riječke glagoljske tiskare Šimuna Kožičića Benje (1530.-1531.), Rijeka 2001.
- Torcoletti, Luigi Maria, Il Duomo vecchio bdi Fiume, Fiume, 1932.
- Torcoletti, Luigi Maria, La chiesa e il convento degli Agostiniani di Fiume, Fiume, 1944.
- Tulić, Damir, Katedrala Svetog Vida, Zagreb, 2011.
- Vidaković, Albe, Vinko jelić (Jeličić), Muzička enciklopedija 2, Zagreb, 1974., 261-262.
- Vukić, Fedja,
– 2008., Grad kao tržišna marka, Mogućnosti, problemi i metode simboličkog označavanja fizičkog mjesta, Acta turistica, 2 (2008), 75-93.
– 2009., Brand je identitetski sustav, Kritika metodologije projektiranja identiteta zajednice, Acta turistica, 3 (2009), 279-290.
- Vukić, Fedja – Paškvan, Branimir, Identitetska mapa i urbana komunikacija – prilog promišljanju zatečenog identiteta i metodologijskom temeljenju projektiranog identiteta, Acta turistica Nova, 3 (2009), 47-71.

Zorović, Dinko, Riječki torpedo: prvi na svijetu : katalog izložbe, Rijeka, 2010.
Zrilić, Nataša, Stoiljković-Medved, Lea, Istraživanje percepcije identiteta i imidža Rijeke, Rijeka, 2007.

Internetski izvori

<http://www.blog.hr/print/id/1621607156/neotkrivena-istra.html>
<http://www.croatianhistory.net/glagoljica/runjak.html>
Cultura Italia, un patrimonio da esplorare
http://www.culturaitalia.it/opencms/it/contenuti/focus/focus_9015.html?language=it&tematica=Tipologia&selected=2
<http://www.fabriano.com/p/en/11/>
<http://www.flickrriver.com/photos/randysonofrobert/>
<http://www.gutenberg-museum.de>.
<http://www.izm.de/museum/>
<http://www.listazarijeku.com/rijecki-identitet/>
<http://www.mainz.de/Gutenberg/>
<http://www.metropostcard.com/techniques1.html>
Museo della Carta e della Filigrana-la Carta a mano
<http://www.museodellacarta.com/docs/lacarta/lacartaamano.asp>
<http://www.museodellacarta.com/default.asp>
<http://www.museumplantinmoretus.be/>
<http://www.saarlandmuseum.de/main.php>
[http://de.wikipedia.org/wiki/Gutenberg-Denkmal_\(Mainz\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Gutenberg-Denkmal_(Mainz))
<http://de.wikipedia.org/wiki/Zeitungsmuseum>

SUMMARY

Juraj Lokmer

ŠIMUN KOŽIČIĆ: AN IMPORTANT FACTOR OF THE CROATIAN (RIJEKA'S) IDENTITY AND THE CULTURAL AND TOURIST BRAND OF THE TOWN RIJEKA

Šimun Kožičić, Simeone Begna (Zadar, around 1460 – 1536), a noblemen from Zadar, the Bishop of Modruš, a distinguished royal diplomat, a Latinist author, a distinguished speaker and a distinguished member of the Lateran Council, a refugee and the first known Rijeka's printer, publisher, translator and editor of Glagolitic editions, printed with the help of master printers from Brescia (Italy) six books in the Old Church Slavonic and the Croatian (Čakavian) language, in Glagolitic script, in Rijeka in the period between 1530 and 1531. With this Kožičić made Rijeka the cultural and spiritual seat of the Croatian Glagolitic movement and early European printing. This fact calls for a more detailed evaluation of Kožičić's work in the present time and indicates a realistic possibility for the use of his work, an important part of Rijeka's cultural heritage, with the aim of making the present and future of Rijeka and Croatia brighter. In the paper we start from the concepts of identity, brand, application of the process of branding, but also maintenance, that is, creation of identity and brand of town. Also some strategies that, with a good knowledge of Kožičić's persona, work and time, and specific qualities of Rijeka, could be used and applied to the domains of science, culture and tourism foremostly in the town of Rijeka, are presented. Thus we speak about and propose a realisation of a project that is primarily cultural and scientific in its nature (Kožičić's museum – a museum of Rijeka printing house; an Institute of Early Croatian Printing, etc.), but also of economic and tourist projects (Kožičić's printing house; "vetea et nova", crafting of special kinds of paper, crafting of Renaissance and Baroque pottery with the symbols of Rijeka, Glagolitic script, etc., that is, crafting of appropriate souvenirs, organising a Renaissance bodega: shops and catering facilities). All this should lead to an increased use of scientific, cultural, artistic and crafts potentials of the town of Rijeka, and by placing, that is, realising these projects in Rijeka's Old Town, that despite the devastation in the mid 20th century still has the feel of centuries long gone by, a new spirit would be infused into these neglected ambiances. In addition this would lead to creating new job openings. As a result Rijeka would have a better, more versatile, primarily refined and recognisable cultural and tourist offer.

Key words: Šimun Kožičić Benja; Rijeka; brand; Croatian (Rijeka) identity; culture