

REPUBLIKA

ČASOPIS ZA KNJIŽEVNOST, UMJETNOST
I DRUŠTVO

KAZALO

- Tamara Bakran: *Pjesme* / 3
Livija Reškovac: *Nove pjesme* / 7
Zdravko Kordić: *Darovi života* / 11
Pero Pavlović: *Jezikom blagosti knjiga slovku javku* / 23
Stijepo Mijović Kočan: *Bože moj* / 30
Alojz Majetić: *Svojim je algoritmima mijenjala svijet* / 37
Toma Podrug: *Zapisi iz potkrovlja iz rukopisa Promatranje* / 45
Josip Meštrović: *Još uvijek nisam jedan bez drugoga* / 55
Livija Reškovac: *Pogled* / 67
Adam Rajzl: *Zidni sat* / 70
Bara Arambašina (Zidni sati i druge priče) / 74
Ljiljana Matković-Vlašić: *Otkrivanje umjetnosti. Zašto sam slikala?* / 79
Melanija Ivezic Talan: *Smrt express Đure Sudete* / 85
Zlatko Kramarić: *Kako se (sve) stvarala makedonska inteligencija* / 93
Jasminka Domaš: *Muzej izgubljenih hodočasnika* / 115

TEMA DVOBROJA

- Tema dvobroja *Što je književnost danas?* / 132
Zdravko Gavran: *Uvodna riječ* / 132
Miro Gavran: *Književnost je još uvijek važna* / 134
Michael Dudley: *Uzajamna sinteza* / 138
Magdalena Dyras: *Književnost u novim kulturnim i društvenim kontekstima. O promjenama nakon 1989.* / 142
Tihomir Glowatzky: *Književnici lažu* / 146
Mladen Machiedo: *Od književnosti mimo knjige* / 150
Jasna Horvat: *Središnje mjesto književnoga teksta u koncentričnim kružnicama kreativne industrije* / 156

- Francisco Javier Juez Gálvez: *Književnost i život: Boris Maruna u Madridu 1997.* / 165
Ivica Matičević: *Može li se preko institucija do Parnasa?* / 171
Leszek Małczak: *Što je prijevodna književnost danas?* / 176
Marina Milivojević Mađarev: *Suvremena drama – od radnje k naraciji* / 182
Peter Kovačić Peršin: *Čemu književnost, ako ne odgovara transcendenciji?* / 187
Antun Lučić: *Ispisivanje književnosti na procjepu* / 192
Lajčo Perušić: *Što je književnost danas? – u Hrvata u Vojvodini* / 201
Endre Székárosi: *Transhumanizirati i organizirati* / 206
Davor Velnić: *Književnost danas za sutra* / 211

NOVI PRIJEVODI

- Ivo Georgiev: *Arda longa, vita brevis* / 219
Palimpsest / 224
Narančino drvo (s bugarskoga prevela Ksenija Banović) / 229
Anelija Geševa: *Pjesme* (s bugarskoga prevela Marijana Bijelić) / 235

KRITIKA

- Nedjeljko Mihanović: *Maštrovićev estetsko-kritički postupak* (Tihomil Maštrović: *Nad jabukama vile Hrvaticе. Kroatističke studije*, II. dopunjeno izdanje, *Biblioteka Croaticum*, sv. 6, ur. Radoslav Katičić, Hrvatski studiji sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2016.) / 247
Perina Meić: *Vrsna studija o Nazorovoj epici* (Pavao Pavličić: *Nav i raj: studija o Nazorovoj epici*, MH, Zagreb, 2018.) / 250
Igor Žic: *Bratstvo po mrlji* (Dragan Velikić, *Bratstvo po mrlji*, Laguna, Beograd, 2018.) / 255
Željka Lovrenčić: *Književni ogledi Ljerke Car Matutinović* (Ljerka Car Matutinović, *Književni ogledi*, Biakova, Zagreb, 2019.) / 256

- Maja Kolman Maksimiljanović: *Kronika DHK* / 259

Jasna Horvat

Središnje mjesto književnoga teksta u koncentričnim kružnicama kreativne industrije

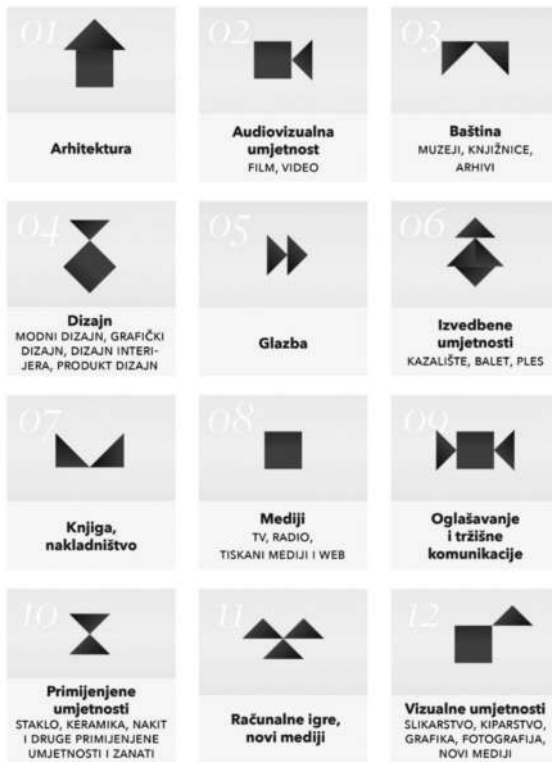
Tehnologije su oduvijek utjecale na književno izražavanje, ali se književnost tek danas pokušava razumjeti unutar jedne cijele industrije u nastajanju. Riječ je o kreativnoj industriji začetoj na početku novoga milenija čije se djelovanje još uvijek definira u zakonskome, teorijskom i kulturološkom smislu. Ne ulazeći u dublje rasprave o fenomenu kreativne industrije, za naglasiti je kako se nakladništvo u svim postojećim modelima kreativne industrije navodi jednim od njezinih sektora. Znajući kako je nakladništvo djelatnost u kojoj se književni tekstovi proizvode suradnjom književnika, urednika, jezikoslovaca i grafičkih oblikovatelja, dolazi se do razloga radi kojega je važno promotriti ulogu književnoga teksta u kreativnoj industriji. Ujedno se književnomu tekstu dodjeljuje središnje mjesto za autorska izražavanja u drugim medijima te ishodištem kulturnih i kreativnih projekta.

Pri tome se polazi od Throsbyjeva *Koncentrična kružnog modela* (2008.) i teze kako temeljni kulturni izraz počiva na književnome tekstu, a uz njega na glazbi te na izvedbenim i vizualnim umjetnostima. Na primjeru romana *Vilijun* (2016.) pokazuje se prelijevanje književnoga teksta u preostalih jedanaest sektora kreativne industrije i ostvarivanje projekta globalnih dosega. Projekt koji u ishodištu sadrži književni tekst podrazumijeva *kruženje* književnoga teksta kao ishodišna autorskoga poticaja za druge oblike kulturnih i kreativnih izražavanja u svim sektorima kreativne industrije, ali i podlogom za ostvarivanje ciljeva, misija i vizija projektnoga djelovanja. Promatrano sa stilističkoga stajališta, književni tekst u novome dobu dobiva nove oblike književnoga pripovijedanja te ostvaruje komunikacijsku strategiju konvergiranja tiskanoga i digitalnoga medija.

(Ovaj je rad nastao u okviru projekta Ekonomski temelji hrvatske književnosti koji financira Hrvatska zaklada za znanost (IP-2016-06-2613).

Uvod

Utjecaj tehnologije na književno stvaralaštvo ostvaruje se sustavno: počevši od prvih zapisa na glinenim pločicama preko Gutenbergova izuma tiskarskoga stroja pa sve do uspostave digitalnih tehnologija i njihova korištenja u oblikovanju, pohranjivanju i dijeljenju književnih tekstova. *Područje na kojemu se književnost citira i način na koji se to čini često su i vrlo uvjerljiva svjedočanstva o pojedinoj kulturi i njezinim vrijednostima* (Dubravka Oraić Tolić 2019: 83).



Shema 1: Sektori kreativne industrije u Republici Hrvatskoj

Izvor: Horvat, Mijoč i Zrnić 2018: 15, prema *Mapiranje kreativnih industrija* (hkkkk.eu/dokumenti/mapiranje.pdf, preuzeto 15. 7. 2019.)

Da je književnost dio novouspostavljene *kreativne ekonomije* potvrđuje i nakladništvo kao djelatnost oblikovanja, umnožavanja i distribucije knjižnih proizvoda unutar kojih svoje mjesto pronalaze i književni teksto-

vi. Pojava *kreativne industrije* te njezina institucionaliziranja u zemljama razvijenih gospodarstava rezultira navođenjem nakladništva kao jednoga od sektora *kreativne industrije* ¹. Postojeće stanje kreativne industrije Republike Hrvatske istraženo je 2015. godine u publikaciji *Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj* (Rašić Bakarić, Ivana; Bačić, Katarina; Božić, Ljiljana), a nakladništvo je navedeno jednim od dvanaest sektora.

Shema 1 donosi prikaz prijedloga sektora kreativne industrije (arhitektura, audiovizualne umjetnosti, baština, dizajn, glazba, izvedbene umjetnosti, knjiga/nakladništvo, mediji, oglašavanje i tržišne komunikacije, primijenjene umjetnosti, računalne igre / novi mediji, vizualne umjetnosti) pri čemu se baštinski sektor (arhivi, knjižnice i muzeji) ističe svojom organizacijskom i upravljačkom različitosti u odnosu na ostale sektore.

Svi sektori kreativne industrije stvaraju tri vrste proizvoda/usluga (kulturni, kreativni i kulturno-kreativni), ovisno o udjelu kulturnoga sadržaja ugrađenoga u proizvod ili uslugu te ovisno o vrsti djelatnosti kojom su sektori određeni.

Književni tekst i koncentrične kružnice kreativne industrije

Kružnost u kreativnoj industriji pojam je preuzet iz gospodarenja okolišem i nakanom višestruka korištenja jedne sirovine odnosno njezinim kruženjem kroz što više različitih djelatnosti.

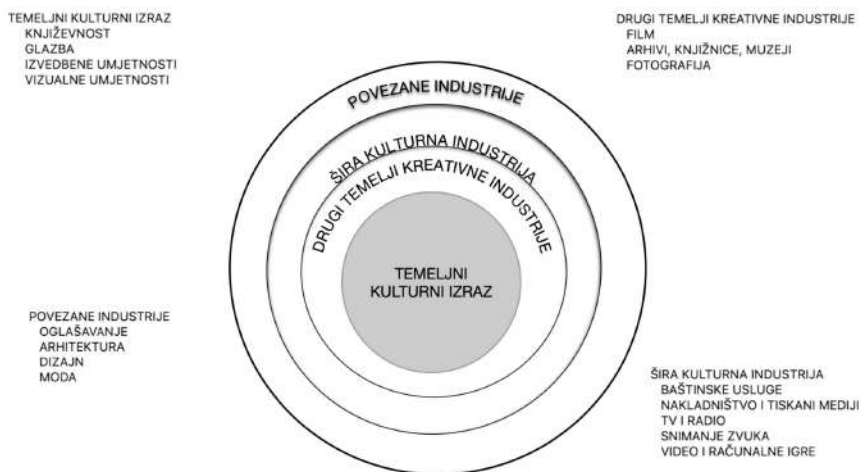
Kružnost u kreativnoj industriji podrazumijeva kruženje autorske ideje sektorima kreativne industrije, odnosno koncentričnim kružnicama Throsbyjeva Koncentričnog kružnog modela (Throsby 2008: 150).

U središtu Koncentričnoga modela kreativne industrije nalaze se djelatnosti *temeljnoga kulturnog izraza* (književnost, glazba, izvedbene te vizualne umjetnosti) kao one koje donose ostvarenja najveće umjetničke vrijednosti. Udaljavanjem djelatnosti od središta modela (od temeljnoga kulturnog izraza) rezultira smanjivanjem udjela kulturnoga sadržaja odnosno povećavanjem udjela komercijalnoga sadržaja u kulturnim i kreativnim proizvodima koje te djelatnosti proizvode.

Throsbyjev kružni model stoga se može uzeti kao polazište za sljedeće pretpostavke:

1. temeljni kulturni izraz

¹ Jedna od mogućih definicija govori kako *kreativna industrija podrazumijeva proizvodnju zaštićenu autorskim pravima, a obuhvaćenu projektima koji stvaraju (ne)materijalne proizvode i usluge namijenjene razmjeni na tržištu* (Horvat, Mijoč i Zrnić 2018: 14–15). Izvor: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji (<https://www.youtube.com/watch?v=4xk3iKBq-Aw>, preuzeto 15. srpnja 2019.).



Shema 2: Koncentrični kružni model kreativne industrije

- a) počiva na književnome tekstu (a uz tekst glazbi, izvedbenim i vizualnim umjetnostima)
- b) idejno je polazište za ostale sektore kreativne industrije
- c) *kruženjem* u drugim sektorima kreativne industrije ostvaruje *kružne*, tj. *potpune* proizvode (istovrsne teme/ideje, ali ostvarene raznovrsnim izražajnim tehnikama i sredstvima).

Navedenim pretpostavkama nije iscrpljen istraživački prostor kružnosti u kreativnoj industriji nego su tek naznačeni smjerovi njegova propitivanja. U nastavku se prikazuju načini na koji je kreativna industrija u svojoj kružnosti i idejnoj zamisli propitivana u okviru projekta *Vilijun* kojemu je nositelj Institut Andizet.

Projekt *Vilijun*

Projekt *Vilijun* rezultat je višegodišnjega rada Instituta Andizet, usmjeren na propitivanje teorijskih spoznaja iz polja kreativne industrije. Polazišna postavka Instituta Andizet glasi: *kultura je kapitalni resurs koju lokalna zajednica korištenjem umnažala stvarajući vlastitu brendiranost temeljenu na kulturnoj prepoznatljivosti* (www.andizet.hr, preuzeto 15. srpnja 2019.). Metodologija projekta zasniva se na definiciji kreativne industrije (Horvat, Mijoč, Zrnić 2018) te pregledu 12 sektora kreativne industrije (Shema 1) u kojemu je nakladništvo jedan od dvanaest sektora, a tekst, glazba, vizualna i izvedbena umjetnost drže se ishodištem kreativne proizvodnje (Shema 2).

Projekt *Vilijun* temelji se na istoimenu književnome tekstu objavljenom 2016. godine u izdanju Naklade Ljevak kao proizvodu iz sektora nakladništvo, jednog od 12 sektora kreativne industrije. Radom Instituta Andizet taj je projekt višestruko analiziran i promoviran², a zadatak mu je ostvariti postavljeni cilj (brendirati Republiku Hrvatsku i povezati ju s Narodnom Republikom Kinom), misiju (ostvariti promociju hrvatsko-kineske kulturne i gospodarske suradnje na Putu svile) te viziju (doprinositi kulturnomu i gospodarskomu razumijevanju te povezivanju).

Roman *Vilijun* u dvama je navratima predstavljen u Kini (na Pekinško-me sajmu knjiga 2016. te na EU-Kina književnome festivalu 2017. godine u Pekingu i Chengdu), u Subotici (2017.), u Beču (2017.), u Sjedinjenim Američkim Državama (Atlanta, 2019.) te više puta u Republici Hrvatskoj.







Kružni rezultati projekta *Vilijun*


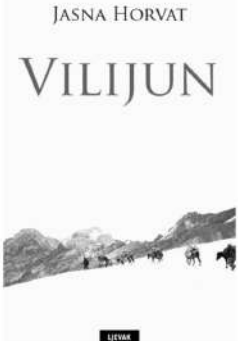



Rezultati projekta *Vilijun* kreativni su proizvodi izgrađeni korištenjem književnoga teksta inoviranog ugradbom digitalnih sadržaja putem QR kodova. Kako je cilj projekta *Vilijun* međunarodna promocija kulturne i gospodarske suradnje Republike Hrvatske i Narodne Republike Kine te drugih država koje se nalaze na prostorima drevnoga Puta svile, u ovome poglavlju izlažu se rezultati projekta. Trenutačni rezultati projekta *Vilijun* navedeni su u Tablici 1.

Institut Andizet je na Osječkome ljetu kulture 2017. bio nositelj prazvedbe happeninga *Vilijun*, a godinu dana kasnije on je osvojio nagradu *Ful kulturno* koju dodjeljuje Suberbrands za najbolji niskobudžetni događaj u kulturi. Time je potvrđena uspješnost brendiranosti projekta *Vilijuna* kao kreativne poveznice Republike Hrvatske i Narodne Republike Kine.

Kako je pokazala analiza ostvarenih kulturnih i kreativnih proizvoda u kružnome projektu *Vilijun*, strateškim upravljanjem produkcijom moguće je proizvesti diversificirane proizvode iz domene kreativne industrije koji proistječu iz istoga književnog teksta.

² Roman *Vilijun* u svojim dionicama oživotvoruje postaje na Putu svile te je kulturološka iskaznica Hrvatske i brojnih zemalja na Putu svile. Uživljavanjem u duh Marka Pola, prvoga globalnog putnika i drevnoga istraživača, čitatelj je pozvan na interaktivnu uporabu ove knjige igracke i njezino iščitavanje u mnogim smjerovima i na mnoge načine. (Horvat, Mijoč i Zrnić 2018: 38).

Sektor kreativne industrije	Rezultati projekta / Proizvod	QR kod
Arhitektura	Građevine, ceste i drugi arhitektonski spomenici na Putu svile.	(Povijesno nasljeđe na Putu svile.)
Nakladništvo	Roman <i>Vilijun</i> . Autorica Jasna Horvat, Naklada Ljevak (Zagreb, 2016).	
Dizajn	Dizajn unutarnjeg prostora. (Kreativna riznica 2016., Ekonomski fakultet u Osijeku). Produkcija: Institut Andizet.	
Glazba	Uglazbljena poema <i>Milijun</i> , Matija Dedić (Šibenik, 2015). Međunarodni kongres <i>Marko Polo i njegov utjecaj na Put svile nekad i danas</i> , u organizaciji međunarodne udruge Putevima Marka Pola.	
	Uglazbljena pjesma <i>Vila oblakinja</i> , Tamara Šarlija (Kreativna riznica 2016., Ekonomski fakultet u Osijeku). Produkcija: Institut Andizet.	
Izvedbene umjetnosti Hepening <i>Vilijun</i> dobitnik je nagrade FUL KUTLURNO 2018. Superbrandsa Hrvatska za najbolje brendirani niskobudžetni događaj u kulturi.	Hepening <i>Vilijun</i> . (Osijek, Osječko ljetno kulture 2017.) Redatelj: Robert Raponja Asistentica: Ana Zrnić Vizualni identitet: Jasmina Pacek Glazba: Tamara Šarlija Koreografkinja: Maja Huber Projekcija vizuala: Dino Spaić i Ana Zrnić Tonska režija: Nikola Martić i Mario Miloloža Produkcija: Jasmina Mesarić	
Film	Film <i>Vilijun</i> . (Osijek, 2017.) Produkcija: Institut Andizet.	

Baština (arhivi, knjižnice, muzeji)	Topoteka <i>Vilijun</i> ³ , digitalni arhiv. Produkcija: Institut Andizet.	
Fotografija	Na naslovnici romana <i>Vilijun</i> fotografija je Jeffa Fuchsa, fotografa nagrađivanoga za fotografije načinjene na Putu svile.	
Elektronski mediji	Novinski članci i nastupi u radio i TV emisijama. ⁴	– dostupno na internetu
Oglašavanje i marketinška komunikacija	Marketinška nagrada Ful kulturno (2018). Nagradu dodijelio Superbarnds.	
	EU – China međunarodni književni festival: • Peking (23. 11. 2017.) • Chengdu (26. 11. 2017.)	
	Facebook stranica.	

Tablica 1. Diversificirani proizvodi Projekta *Vilijun*

³ Digitalni arhiv Europske unije (<http://vilijun.topotheque.eu>, preuzeto 18. srpnja 2019.)

⁴ Pregled dostupan na mrežnoj stranici www.Vilion.eu koja je u vlasništvu Instituta Andizet.

Rasprava

Kružnost u kreativnoj industriji nadgradnja je fenomena kreativne industrije, a počiva na suradnji sektora kreativne industrije. Polazeći od pretpostavke kako je model kreativne industrije koncentričnoga oblika (Throsby 2008) u čijemu se središtu nalaze temeljni kulturni izrazi (književni tekst, glazba, audio i vizualna umjetnost), propituju se potencijali književnoga teksta kao podloge za proizvodnju diversificiranih kulturnih i kreativnih proizvoda. Kružnost kreativnoga projekta ostvaruje se strateškim definiranjem cilja, vizije i misije *kružnog projekta* te uključivanjem svih (ili što većega broja) sektora kreativne industrije. Kružni kreativni proizvodi/usluge pojačane su komunikativnosti, izvezno su atraktivni i prikladni za brendiranje, a njihova je umjetnička potka to jača što su proizvodi bliži temeljnom kulturnom izrazu. S obzirom na to da je književni tekst predstavnik temeljnoga kulturnog izraza, njegova je budućnost usko povezana s diversificiranim proizvodima koji će nastati iz nadahnuća književnim tekstom. Jednako tako, integriranjem digitalnih sadržaja putem QR kodova u tiskani medij objavljenoga književnog teksta ostvaruje se konvergiranje digitalnoga i tradicionalnoga, tiskanog medija. Navedenim konvergiranjem književni tekst ostvaruje nove stilističke mogućnosti, ali je jednako tako, u svim oblicima pripovijedanja, književni tekst polazište kojemu se smisao, nakana i stremljenja autorski ne iscrpljuju, nego upravo suprotno, proširuju i nadograđuju.

Literatura

- Rašić Bakarić, Ivana; Bačić, Katarina; Božić, Ljiljana. 2015. *Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski institut.
- Horvat, Jasna. 2016. *Vilijun*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Horvat, Jasna; Mijoč, Josipa; Zrnić, Ana. 2018. *Ars Andizetum*. Osijek: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji: Osijek.
- Horvat, Jasna; Tomašević, Nives. 2012. *Nevidljivo nakladništvo*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Hrvatska enciklopedija (<http://www.enciklopedija.hr>, preuzeto 15. srpnja 2019.)
8. Industrijska strategija Republike Hrvatske 2014-2020., Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske. 2014. (https://www.mingo.hr/userdocsimages/industrija/Industrijska_strategija.docx, preuzeto 17. travnja 2019.)
- Mrežna stranica Instituta Andizet (www.andizet.hr, preuzeto 15. srpnja 2019.)
- Mrežna stranica Jasne Horvat (www.jasna-horvat.com, preuzeto 15. srpnja 2019.)
- Mrežna stranica Jasne Horvat (www.jasnahorvat.com, preuzeto 15. srpnja 2019.)
- Mrežna stranica Kreativne riznice (www.kreativna-riznica.com, preuzeto 15. srpnja 2019.)

- Oraić Tolić, Dubravka. 2016. *Ars Horvatica* (u *Vilijun*. Horvat, Jasna). Zagreb: Naklada Ljevak. 209–218.
- Oraić Tolić, Dubravka. 2019. *Citatnost u književnosti, umjetnosti i kulturi*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Throsby, David. 2008. The concentric circles model of the cultural industries, *Cultural Trends*, 17:3. 147–164.