

Sveučilište u Zagrebu  
Ekonomski fakultet Zagreb

Autori: Martina Rzounek, Mirna Savić, Benedikta Vilenica, Katija Bušlje, Martina Nikoljačić,  
Emilija Kopčalić, Petar Čujo, Dora Bartol, Mario Jeličić, Giacomo Trenz, Karlo Knezić, Luka  
Knezić

**Promocija Hrvatske kulture tijekom Europskih sveučilišnih igara  
u Zagrebu i Rijeci 2017. godine izradom interaktivnih skulptura  
hrvatskih izuma**

Zagreb, 2017.

Ovaj rad izrađen je u Ekonomskom fakultetu u Zagrebu pod vodstvom Prof. dr. sc. Mario Spremić i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2017.

# 1 SADRŽAJ

---

2	Uvod.....	1
3	O projektu .....	3
3.1	Projektno iskustvo prijavitelja .....	5
4	Opis projekta.....	8
4.1	Ciljevi projekta .....	8
4.2	Izvedivost i proračun .....	9
4.3	Plan provedbe projekta .....	11
5	Glavne značajke projekta.....	12
5.1	Inovativnost .....	12
5.2	Dodatna vrijednost.....	12
6	Tehnički elementi projekta i provedba.....	14
6.1	Torpedo.....	14
	Plan izrade torpeda.....	14
	Proces odabira materijala i sirovina te izrada torpeda .....	15
6.2	Penkala.....	16
	Opis penkale.....	16
	Proces odabira materijala i sirovina te izrada penkale .....	17
6.3	Kravata.....	18
	Opis kravate .....	18
	Proces odabira materijala i sirovina te izrada kravate.....	18
6.4.	Drveni okviri.....	19
	Opis drvenih okvira.....	19
6.4	Lokacija projekta. ....	21
7	Rezultati projekta .....	23
8	Upravljanje skulpturama nakon Univerzijade 2016. godine.....	25
8.1	promicanje održivog razvoja i zaštite okoliša .....	25

9	Medijska praćenost projekta .....	26
9.1	Dio web portala na kojima je promoviran projekt:.....	26
9.2	Televizijske stanice koje su promovirale projekt: .....	26
10	Zaključak.....	27
11	Literatura.....	29
	Popis slika .....	30
	Popis tablica .....	30
12	Sažetak .....	31
13	Summary .....	33

## 2 UVOD

---

Cilj ovog rada je detaljno opisati projekt studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Akademije likovne umjetnosti u Zagrebu koji je postigao uspješne i mjerljive rezultate u broju posjetitelja i podizanja svijesti o hrvatskoj kulturi na međunarodnoj razini.

Mišljenje je mnogih da se skulpturama ne prilazi, da ih se ne dodiruje i da ne postoji interakcija između njih i promatrača. Također, skulpture su oduvijek bile stvarane radi izražavanja ljudske kreativne vještine i mašte, radi vizualnog doživljaja. Promatrač je primarno vizualno promatrao skulpturu i divio se njenoj ljepoti i emocionalnome doživljaju. Slična je situacija u Hrvatskoj. Šira javnost ne prepoznaje hrvatske izume i izumitelje jer nisu dovoljno brendirani. Većina svijeta ne shvaća da svakodnevno koriste izume hrvatskih izumitelja samo zbog nedovoljne promocije hrvatske kulture.

Primjer nedovoljnog obraćanja pažnje na hrvatsku kulturu je spora zaštita kulturne baštine, a pogotovo na hrvatske znanstvenike i izume na koje se ne usredotočuje dovoljno ni u obrazovnim ustanovama. Odlične primjere dobrog brendiranja nacionalne kulture možemo vidjeti u razvijenim europskim zemljama poput Francuske, Velike Britanije, Španjolske i Njemačke. Kao primjer dobrog iskorištavanja kulture zemlje uzet je španjolski umjetnik Pablo Picasso, za kojeg zna velik dio obrazovanog modernog svijeta kao jednog od najvećih i najutjecajnijih slikara dvadesetog stoljeća. Španjolska je u Malagi izgradila muzej posvećen Picassu koji je 2010. godine brojio više od 1.000.000 posjetitelja, a muzej je postao jedan od 40 najposjećenijih muzeja u svijetu.<sup>1</sup> Ovo je primjer samo jednog izvora prihoda i promocije za Španjolsku kao zemlju slavnog umjetnika.

Kao što primjećujemo, kultura je usko povezana s turizmom, koji je ujedno i najveća gospodarska grana u Republici Hrvatskoj. Godišnje Hrvatska privlači milijune turista, ali većina prometa ovisi o vremenskim prilikama i vezana je uz visoku turističku sezonu. Velika je neiskorištenost kulturnih bogatstava i postoji ogroman potencijal promocije Hrvatske u svijetu kao zemlje velikih prirodnih, sportskih, ali i znanstvenih te kulturnih vrijednosti. Projekt je bio osmišljen kao kombinacija umjetnosti, edukacije i promocije Hrvatske. Vodio

---

<sup>1</sup> Dostupno na: <http://w110.bcn.cat/fitxers/icub/museupicasso/dossierpremsa.950.pdf>, 21.3.2017.

ga je tim studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Akademije likovnih umjetnosti, a financiralo ga je Ministarstvo turizma. Podršku su projektu, osim Ministarstva turizma, dali Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO), grad Zagreb i grad Rijeka. Projekt je bio medijski pokriven na nekoliko razina u Hrvatskoj, ali i na međunarodnoj razini - web portali, televizija, novine.

Za vrijeme Europskih sveučilišnih igara koje su se odvijale od 12. do 25. srpnja u Zagrebu i Rijeci bile su predstavljene neke od najpopularnijih svjetskih, a hrvatskih izuma - torpedo, penkala i kravata te hrvatski izumitelj Nikola Tesla. Izumi su bili predstavljeni kroz skulpture/ekspozite s kojima su posjetitelji mogli biti u interakciji, bili su sadržajno zanimljivi za fotografiranje i samoinicijativno dijeljenje na društvenim mrežama. Nikolu Teslu oživjeli su po jedan animator u svakome gradu, Zagrebu i Rijeci.

Interaktivna umjetnost promatraču omogućuje interakciju s umjetninom kako bi postigla svoju svrhu. Neke instalacije postižu svoj cilj tako da omoguću posjetitelju da prošee u, na ili oko umjetnina, dok drugi pozivaju promatrača da postane dio umjetnosti, što čini interaktivnu umjetnost zanimljivom u edukativnom, ali i marketinškom smislu. Oba su načina važna za naš projekt. Ovim su se projektom potaknuli posjetitelji Europskih sveučilišnih igara da dožive novu razinu umjetnosti i ne ostaju samo promatrači, već da se u interakciji sa skulpturom zabave i dožive skulpture na drugačiji način, istovremeno učeći o hrvatskoj kulturi i promovirajući našu zemlju.

### 3 O PROJEKTU

---

Zoran Mičuda, student agronomskog fakulteta u Zagrebu i Luka Knezić, student ekonomskog fakulteta u Zagrebu u listopadu 2015. godine prijavili su se na natječaj Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije „UNIVERZI-JA-DA s ciljem promocije hrvatske kulture tijekom Europskih sveučilišnih igara 2016. godine u Zagrebu i Rijeci. Nakon prezentiranja ideje kojom bi posjetitelji naučili i promovirali hrvatske izume i izumitelje, dobili su priliku realizirati svoj projekt. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske izdvojilo je 200.000 kuna kao nagradu za dva pobjednička projekta – i 100.000 kn po projektu za realizaciju istog. Udruga Europske sveučilišne igre Zagreb-Rijeka 2016 pobjedničkim timovima osigurala je da se sva pobjednička rješenja primjene tijekom Europskih sveučilišnih igara. Cilj natječaja bio je pružiti priliku studentima da se na stvarnim zadacima i uz podršku mentora educiraju i upoznaju s poduzetništvom te realiziraju svoju inovativnu ideju. Pobjednički studentski projekti trebali bi doprinositi s društveno korisnim inovacijama koje će studentskoj populaciji te građanima općenito pomagati kod rješavanja izazova tijekom, ali i nakon, Europskih sveučilišnih igara 2016. godine. Natjecatelji studenti imali su se priliku prijaviti putem Mreže studentskih poduzetničkih inkubatora čije su aktivnosti usmjerene na mentorstvo, edukaciju i poticanje studenata na ulazak u poduzetništvo te izgradnju poduzetničkih vještina već za vrijeme studija.



Slika 1 10 studentskih timova koji su osvojili 10.000 kuna i ostvarili priliku realizirati svoj projekt na Europskim sveučilišnim igrama 2016

Izvor: dostupno na: <http://www.hamagbicro.hr/predstavljamo-deset-finalista-projekta-univerzi-ja-da/>, 21.3.2017.

Nakon finalne prezentacije pred medijima i stručnim žirijem koji je birao pobjedničke projekte, tim je osvojio nagradu od 100.000 kuna za provedbu projekta.

Već dan nakon osvajanja nagrade, zbog niskog budžeta i manjka vremena, okupio se tim studenata Akademije likovnih umjetnosti, Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Ekonomskog fakulteta u Zagrebu koji je odlučio zajedno raditi na provedbi projekta usprkos manjku financijskih sredstava, vremenskog roka za obavljanje projekta i zahtjevnosti u organizaciji i izvršavanju projekta.

Studentski tim nakon nekoliko sastanaka osmislio je način provedbe projekta i odredio koje će se skulpture izraditi - penkala, torpedo, padobran i kravate. Odlučeno je uključiti i animatore u projekt pošto će po jedan animator u Zagrebu i Rijeci predstaviti Nikolu Teslu. Prošlo je još nekoliko sastanaka na kojima je ambiciozan studentski tim raspravljao o rješenju problema izrada skulptura – vrsta materijala i trošak materijala, lokacija na koju bi se skulpture postavile i dozvole koje su potrebne, sve dok nisu započeli s radom. Izradili su novi okviran troškovnik koji su potkrijepili ponudama različitih dobavljača i nabavili materijal za izradu.

Tim se podijelio na 3 odjela. U svakom su odjelu bila dva studenta zadužena za izradu jedne skulpture te jedna osoba na sva tri tima za asistenciju. Studenti ekonomskog faksa bili su zaduženi za organizaciju oko nabave materijala, dobave dozvola, planiranja prijevoza te rokova izrade. Ubrzo su bile dogovorene lokacije postavljanja skulptura – budući da je fokus projekta na mladim ljudima, većinom obrazovanim sportašima, odlučeno je da budu postavljene na najfrekventnija mjesta – Studentski dom „Stjepan Radić“ u Zagrebu i „Studentski centar“ u Rijeci.






Cilj je bio dovršiti skulpture i stalke do kraja lipnja te ih skladištiti sve do početka Europskih sveučilišnih igara. Provedbom ovog interdisciplinarnog projekta studentski tim odlučio je pridonijeti hrvatskome društvu, hrvatskome turizmu, promociji hrvatske kulture te potaknuti mlade u pokretanju i provedbi sličnih projekata.



### 3.1 PROJEKTNO ISKUSTVO PRIJAVITELJA

Tablica 1 Informacije o prijaviteljima rada

RB	Ime i prezime	Fakultet	Relevantno iskustvo	Fotografija
1	Petar Čujo	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
2	Martina Nikoljačić	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
3	Martina Rzounek	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
4	Benedikta Vilenica	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
5	Emilija Kopčalić	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	

RB	Ime i prezime	Fakultet	Relevantno iskustvo	Fotografija
6	Mirna Savić	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
7	Katja Bušlje	Akademija likovnih umjetnosti, Zagreb	Priprema izložba, kiparstvo	
8	Dora Bartol	Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu	Sudjelovanje u projektima na fakultetu	
9	Mario Jeličić	Ekonomski fakultet Zagreb	Iskustvo u projektnom menadžmentu	
10	Giacomo Trenz	Ekonomski fakultet Zagreb	Iskustvo u projektnom menadžmentu	

RB	Ime i prezime	Fakultet	Relevantno iskustvo	Fotografija
11	Karlo Knezić	Ekonomski fakultet Zagreb	Iskustvo u projektnom menadžmentu	
12	Luka Knezić	Ekonomski fakultet Zagreb	Iskustvo u projektnom menadžmentu	

*Izvor: interni podaci provoditelja projekta*

## 4 OPIS PROJEKTA

---

### 4.1 CILJEVI PROJEKTA

Najvažniji sektor u Republici Hrvatskoj je turistički sektor. 2014. godine Hrvatsku je posjetilo 11.623.000 turista, od čega je većina došla u Hrvatsku za vrijeme ljetnih mjeseci.<sup>2</sup>

Jedan od nedostataka hrvatskog turizma je nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga;<sup>3</sup> a jedan od glavnih problema kojeg se pokušavamo riješiti je problem sezonalnosti. Hrvatski turizam ovisi o lijepom vremenu, a većina turista dolaze se kupati i uživati u prirodnim ljepotama. Kako bi se povećao broj turista koji dolaze zbog kulturne baštine i povećala svijest o hrvatskoj bogatoj kulturi, mladi studenti Akademije likovnih umjetnosti i Ekonomskog fakulteta smislili su način kako proširiti dobar glas o Hrvatskoj, educirati svoje i strane državljane koji posjećuju Hrvatsku i pritom sve jako dobro zabaviti.

Projekt je osmišljen kako bi promovirao svjetske poznate izumitelje i izume koji su doslovce promijenili svijet. Tim je odlučio postaviti 3 izuma hrvatskih znanstvenika, a to su: penkala (Eduard Slavoljub Penkala), torpedo (Ivan Vukić) i kravata (izum Hrvata).

Ciljana skupina projekta bili su mladi i obrazovani ljudi koji mijenjaju trendove, podižu svijest i pomoću tehnologije brzo prenose informacije na ostale. Skulpture su bile uvećane i postavljene tako da je svaki student ili posjetitelj Univerzije imao određenu interakciju s njom, a širenje svijesti i edukacija o hrvatskim znanstvenicima dešavalo se indirektno i kroz zabavu.

Cilj projekta bio je globalno podizanje svijesti o hrvatskoj kulturi, izumima i izumiteljima te predstavljanje još jedne potencijalne i uspješne grane kulturnog turizma (znanstveni turizam). Edukacijom posjetitelja o hrvatskim izumima dokazao se razvojni potencijal proširenja hrvatske sadržajne turističke ponude koja ne ovisi o vremenskim uvjetima destinacije te se time otvorio potencijal neutralizacije sezonalnosti koja je visoko zastupljena u turističkom sektoru.

---

<sup>2</sup> Dostupno na: [http://www.mint.hr/UserDocsImages/150701\\_Turizam014.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/150701_Turizam014.pdf), 21.3.2017.

<sup>3</sup> Dostupno na: [http://www.mint.hr/UserDocsImages/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf), 21.3.2017.

Nadalje, ovakva vrsta edukacije povećava potražnju turista za Hrvatskom kao kulturnom i znanstvenom destinacijom i otvara mogućnost investiranja države ili stranih investitora u kulturni turizam i razvoj centara koji bi promovirali izume i izumitelje, ali time i prepoznavanje Hrvatske kao zemlje koja je globalni izvoznik znanja i inovacija, ne samo u prošlosti već i danas. Otvorio se potencijal brendiranja hrvatskih sveučilišta i fakulteta kao svjetskih izvoznika znanja i izuma.

Specifični cilj projekta bio je upoznavanje akademskih građana Republike Hrvatske i posjetitelja Europskih sveučilišnih igara 2016. godine u Zagrebu i Rijeci s hrvatskim izumima poznatima i korištenima diljem svijeta, u nadi da će 6000 studenata posjetitelja Europskih sveučilišnih igara započeti lančanu reakciju širenja i brendiranja Hrvatske kao destinacije koja je poznata po izumima koji su promijenili svijet.

## 4.2 IZVEDIVOST I PRORAČUN

S obzirom na suradnju sa studentima više fakulteta i obrtnika, projekt je imao interdisciplinarnu dimenziju koja je omogućila izvedivost. Uz dobro organiziranu suradnju više strana, izradi i pripremi pridonijelo je nekoliko stručnjaka i u jako kratkom vremenu te su, uz uvelike ograničena financijska sredstva, bile izrađene zanimljive interaktivne skulpture. Izvedivost je također omogućila podrška s više strana – Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, Grad Zagreb i Grad Rijeka podržali su projekt, dok je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske uložilo 100.000,00 kn u realizaciju. Sredstva koje je ministarstvo uložilo u projekt bila su dovoljna za realizaciju projekta, što je dokazano proračunom u financijskom dijelu projektnog plana.

*Tablica 2 Proračun projekta promocije hrvatske kulture tijekom EUG 2016. u Zagrebu i Rijeci*

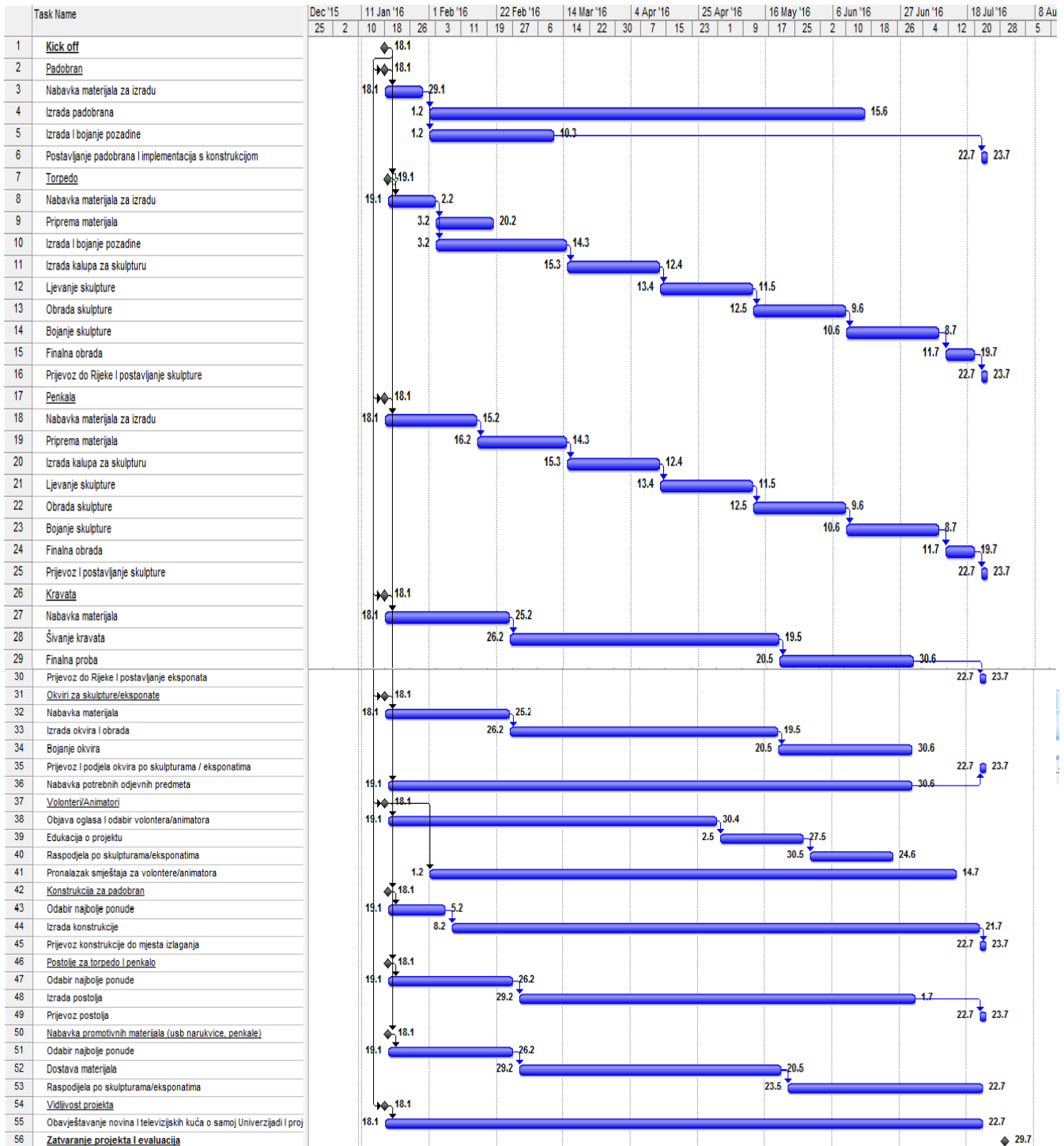
#	Primitak	Iznos	Datum nastalog primitka
	Nagrada	100.000,00 kn	1.4.2016.
#	Izdatak	Iznos	Datum nastalog izdatka
<b>1</b>	Glina	640,00 kn	4.4.2016.
<b>2</b>	Platno	549,88 kn	4.4.2016.
<b>3</b>	Žica	149,50 kn	14.4.2016.
<b>4</b>	Materijali	3.179,35 kn	14.4.2016.

<b>5</b>	Prijevoz robe	300,00 kn	15.4.2016.
<b>6</b>	Dizajn	1.151,10 kn	19.5.2016.
<b>7</b>	Podest	2.470,26 kn	1.6.2016.
<b>8</b>	Okviri	4.796,10 kn	1.6.2016.
<b>9</b>	Kravate	2.450,00 kn	13.6.2016.
<b>10</b>	Prijevoz	9.500,00 kn	13.6.2016.
<b>11</b>	Boje	998,40 kn	15.6.2016.
<b>12</b>	Postolja	24.000,00 kn	28.6.2016.
<b>13</b>	Lijevanje skulptura	11.000,00 kn	28.6.2016.
<b>14</b>	Akademija, materijali, prijevoz	12.337,50 kn	kroz projekt
<b>15</b>	Izrada, materijali, prijevoz, animatori, dnevnicе, smještaj,...	26.397,50 kn	kroz projekt
<b>UKUPNO</b>		<b>99.919,59 KN</b>	

*Izvor: interni podaci provoditelja projekta*

### 4.3 PLAN PROVEDBE PROJEKTA

Projekt je usprkos kratkom vremenskom roku proveden na vrijeme i skulpture su bile uspješno postavljene na ciljane lokacije.



Slika 2 Plan provedbe projekta promocije hrvatske kulture tijekom Europskih sveučilišnih igara u Zagrebu i Rijeci 2017.

Izvor: interni podaci provoditelja projekta

## 5 GLAVNE ZNAČAJKE PROJEKTA

---

### 5.1 INOVATIVNOST

Hrvatski znanstvenici nisu dovoljno zastupljeni i prepoznati u svijetu. Mnogo je izuma koji se koriste u svijetu, a izumili su ih hrvatski znanstvenici. Velika je šteta ne iskoristiti bogatstvo koje su nam ostavili preci za dobrobit društva. Znanstvenicima nedostaje promocija i zastupljenost u domaćim i stranim medijima. Mladi iz čitavog svijeta, pa i mladi iz Hrvatske, ne znaju da je, na primjer, torpedo izumio hrvatski izumitelj. Ista je situacija s mnogim znanstvenicima, izumiteljima i izumima.

Ova je grana u turizmu gotovo u potpunosti neiskorištena, a predstavlja golem potencijal i vrijednost koju može donijeti u budućnosti. Također, znanost je teško promovirati zbog manjka inovativnosti kod promocije skulptura. Način predstavljanja znanosti, u ovome slučaju skulptura, ostao je isti i nije se mijenjao stoljećima.

Ovim je projektom pružan novi, zabavan i zanimljiv pogled na umjetnost te promociju hrvatskih inovacija i inovatora. Skulpture nastale u ovom projektu nisu samo bile ugodne oku, već su, nasuprot uvriježenom mišljenju da se skulpture ne smiju doticati, pružale mogućnost interakcije te sudjelovanje u umjetnosti. Na taj način privučeni su ljudi da uvijek više svoje iskustvo fotografijom kako bi samoinicijativno, uz zabavan prikaz skulpture, učili o hrvatskoj kulturi i podijelili fotografije na društvenim mrežama s prijateljima te potaknuli znatno širu masu o porijeklu izuma kojega skulptura predstavlja.

### 5.2 DODATNA VRIJEDNOST

Projekt donosi dodanu vrijednost na više načina:

- 1) Skulpture/eksponati i inovativan pristup kulturi mogu se nebrojeno puta koristiti na kulturno-društvenim događanjima diljem Republike Hrvatske. Tako se može promovirati ovaj način izrade skulptura te pokazati mladima kako je moguće istaknuti umjetnička djela i istovremeno utjecati na promociju hrvatske kulture. Potaknuta je hrvatska umjetnička scena drugačijem pristupu u promociji umjetnosti te skulptura koje izrađuju.



Pristup interaktivnom izlaganju umjetnosti moguće je iskoristiti na mnogo načina i u različitim kombinacija. Jedna od kombinacija je iskoristiti hrvatske izume, pretočiti ih u umjetnička djela te stvoriti korist umjetniku, ali i javnosti koja na zabavan način uči te promovira umjetnika i ono što umjetnost predstavlja. Kada bi javnost bila potaknuta za izradu više ovakvih projekata, umjetnici bi se istaknuli, promovirali u hrvatskim i stranim medijima, imali veću financijsku korist od vlastitog rada te pomogli u promociji zajednice i stvaranju nove grane turizma.

- 2) Turizam je najvažnija gospodarska grana Republike Hrvatske. U „Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ možemo vidjeti da se spominje ponuda atrakcija u Hrvatskoj: „Bogatstvo hrvatske kulturno-povijesne baštine također čini veliku snagu resursno-atraktivne osnove Hrvatske... Unatoč iznimnom bogatstvu i brojnosti tih prirodnih, povijesnih i kulturnih atrakcija, tek je njihov manji broj turistički valoriziran i uključen u ukupnu destinacijsku ponudu.“<sup>4</sup>. Prema citatu iznad, možemo zaključiti da postoji svijest o postojanju velike kulturne vrijednosti koju Hrvatski turizam može ponuditi, ali je većina grana takve vrste turizma neiskorištena.

Provedbom ovog projekta hrvatski je kulturni turizam dobio veliku međunarodnu promociju među mladima te je proširen sadržaj o hrvatskim skulpturama na društvenim mrežama – Facebooku i Instagramu - tijekom dva tjedna igara. Na taj su način o hrvatskoj kulturi i turizmu naučili mnogobrojni mladi posjetitelji i njihovi prijatelji na društvenim mrežama. Potencijalna promocija jedne skulpture broji se u desecima tisuća pogleda te dijeljenjima sadržaja. Pošto je većina posjetitelja mlađih od 25 godina, vrijednost ovakve reklame još je vrijednija time što su mladi postavljanjem fotografija na društvenim mrežama pokazali interes za hrvatskom kulturom i postoji mogućnost da će ponovno posjetiti Hrvatsku te naučiti još više o hrvatskoj kulturi.

---

<sup>4</sup> „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, 21.3.2017.

## 6 TEHNIČKI ELEMENTI PROJEKTA I PROVEDBA

---

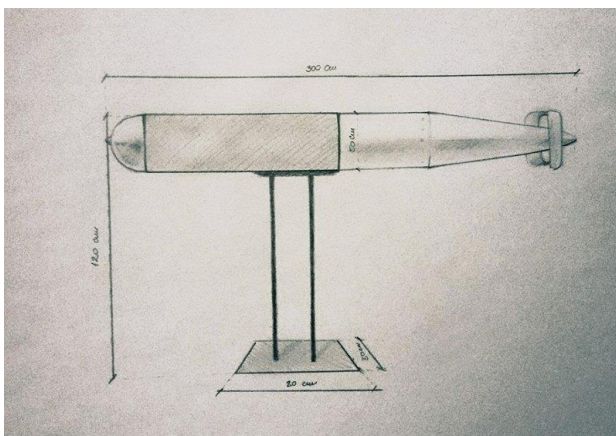
Materijali koji su bili korišteni za izradu skulptura, bili su izabrani u dogovoru s timom studenata kiparstva koji pohađaju Akademiju likovnih umjetnosti. Zbog ograničenog budžeta i vremenskog roka izrade, bio je vrlo važan odabir sirovine i cijena. Prema razgovoru s iskusnim kiparima, zaključeno je bilo da se uobičajen trošak materijala za izradu skulpture broji u stotinama tisuća kuna, a skulptura se izrađuje mjesecima. Naš budžet bio je 100.000,00 kn, a vremenski rok za izradu otprilike 4 mjeseca. Zbog vremenskog i financijskog ograničenja bilo je važno dobro organizirati provedbu projekta i odabrati kvalitetne, a prihvatljive materijale koji se uklapaju u budžet. Stabilnost skulptura i sigurnost posjetitelja također je bila vrlo važna jer su mnogi htjeti biti u interakciji sa skulpturama i trebali su bez rizika moći dotaknuti skulpturu i fotografirati se s njom.

Ispred svake skulpture nalazio se okvir na kojem su bili simboli Europskih sveučilišnih igara i ime hrvatskog izumitelja. Okvir je istaknuo lokaciju skulpture, a posjetitelje su kod svake skulpture animirali volonteri koji su asistirali kod fotografiranja. Svaki je posjetitelj prije fotografiranja mogao koristiti opremu prilagođenu skulpturi.

### 6.1 TORPEDO

#### *Plan izrade torpeda*

Skulptura se trebala sastojati od torpeda i postolja za koji je trebao biti pričvršćen. Torpedo je trebao biti izrađen kao umanjena replika originalnog torpeda iz kasnog 19. stoljeća, a postolje od metala i prilagođeno za stabilnost skulpture. Kako bi doživljaj bio potpuniji, posjetitelji su



*Slika 3 Skica planiranog izgleda skulpture torpeda*

*Izvor: interna slika provoditelja projekta*

mogli prilikom slikanja obući kapetansku kapu i fotografirati se uz asistenciju volontera.

### *Proces odabira materijala i sirovina te izrada torpeda*

Skulptura torpeda trebala je biti široka 3 metra i postavljena na visinu od 1.2 metra. Da je bio korišten materijal izrade torpeda, skulptura bi težila više stotina kilograma i budžet za izradu ne bi bio dovoljan. Zato je baza skulpture napravljena od gline. Kako bi se to postiglo, trebalo je nabaviti 200 kilograma gline. Glina je povoljna i cijena nije prelazila sredstva koja su bila određena u budžetu. Studenti likovne akademije bili su zaduženi za izradu baze i oblika torpeda. Nakon izrade baze (oblika torpeda) od gline, u ljevaonici je iz baze napravljen plastičan torpedo. Plastika je savršena sirovina za izradu skulpture s ograničenim budžetom zbog pristupačne cijene, čvrstoće i težine – puno je lakša od metala. Na kraju je torpedo auto lak bojama iz Bauhauusa prilagođen stvarnome izgledu torpeda – siva metalna boja koja podsjeća baš na prvi torpedo.

Istovremeno, izrađeno je postolje za torpedo, a nakon što su postolje i torpedo bili završeni, bili su pričvršćeni u jednu cjelinu - eksponat.



*Slika 4 Skulptura torpeda u izradi*

*Izvor: Interna slika provoditelja projekta*



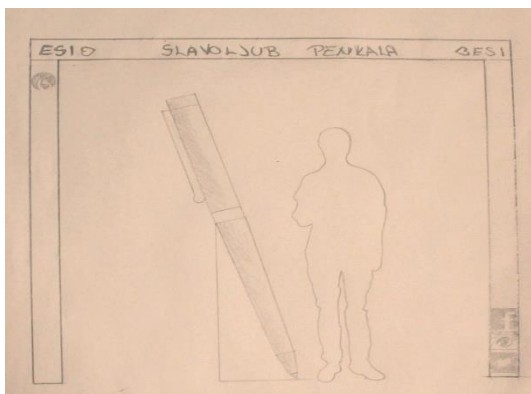
*Slika 5 Završena i postavljena skulptura torpeda i sudionici europskih sveučilišnih igara na lokaciji u Rijeci*

*Izvor: Interna slika proveditelja projekta*

## 6.2 PENKALA

### *Opis penkale*

Skulptura penkale trebala je biti uvećana replika penkale na stalku koja bi se promovirala kao izum hrvatskog znanstvenika. Sama penkala mogla bi se obuhvatiti ili je trebalo biti moguće osloniti se na nju. Težina skulpture nije trebala biti iznad 60 kilograma te moralo moći pomicati ju i simulirati pisanje. Trebala je predstavljati neobičnu atrakciju koja je uvećana nekoliko desetaka puta. Svaki sudionik imao bi na izbor cilindar i brkove s kojima se mogao uslikati.



*Slika 6 Skica skulpture penkala*

*Izvor: Interna slika proveditelja projekta*



### *Proces odabira materijala i sirovina te izrada penkale*

Skulptura penkale trebala bila je visoka 2 metra i dovoljno lagana da ju je moguće pomicati. Za to je bila zaslužna plastika kao sirovina od koje se izradila penkala. Proces izrade bio je sličan onome kod torpeda. Studenti likovne akademije izradili su bazni oblik penkale od gline, a u ljevaonici se bazni oblik koristio kako bi se napravila finalna skulptura od plastike. Tako je skulptura bila lagana, a čvrsta te financijski prihvatljiva za budžet. Na kraju je penkala auto lak bojama iz Bauhauusa bila prilagođena izgledu prve povijesne penkale kako bi skulptura bila izgledom što vjernija originalnom izgledu.

Istovremeno s izradom skulpture, izrađen je poseban metalni stalak na koji se penkala mogla osloniti.



*Slika 7 Izrada skulpture penkala*

*Izvor: Interna slika provoditelja projekta*



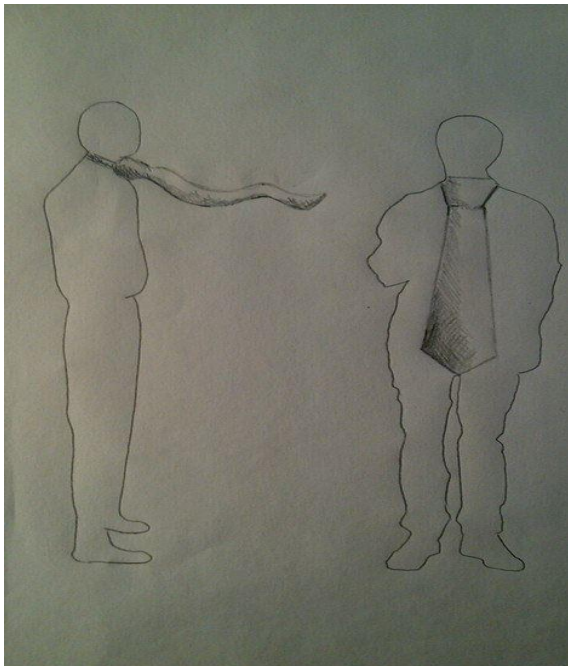
*Slika 8 Završena i postavljena skulptura penkala i sudionici europskih sveučilišnih igara na lokaciji u Zagrebu*

*Izvor: Interna slika provoditelja projekta*

## 6.3 KRAVATA

### *Opis kravate*

Kravata je trebala biti predstavljena u uvećanom obliku. Posjetitelj bi trebao moći kravatu staviti oko vrata te tako na zabavan način predstaviti dio hrvatske povijesti.



*Slika 8 Skica modela uvećane kravate*

*Izvor: Interna slika provoditelja projekta*

### *Proces odabira materijala i sirovina te izrada kravate*

U prodavaonici tkanine, uz konzultaciju s prodavačicom, bila je odabrana kvalitetna tkanina kako bi skulptura izdržala sve vremenske uvjete i fotografiranja s posjetiteljima. Sva je tkaninu i usluge šivanja prepuštena šivaćem obrtu. Nakon šivanja, kravatu su studenti likovne akademije namjestili kako bi ju posjetitelj mogao što lakše obući.



Slika 10 Završna proba modela kravate

Izvor: Interna slika provoditelja projekta



Slika 11 Završen model kravate i posjetiteljica Europskih sveučilišnih igara na lokaciji u Rijeci

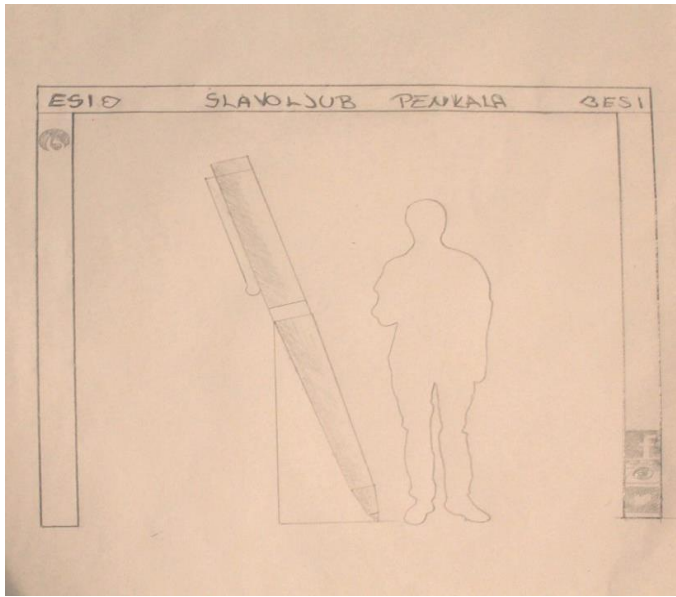
Izvor: Interna slika provoditelja projekta

## 6.4. DRVENI OKVIRI

### *Opis drvenih okvira*

Sa svake strane skulpture bili su postavljeni drveni okviri iz više razloga: kao znak da se na tom mjestu nešto zanimljivo nalazi, kako bi izum i znanstvenik bili predstavljeni posjetitelju te kako bi bile promovirane Europske sveučilišne igre i potaknuta objava fotografije na društvenim mrežama. Na svakom je okviru trebao bio logo Europskih sveučilišnih igara, naziv izuma i znanstvenika te logotipi društvenih mreža. Pokraj okvira bili su volonteri kao asistencija posjetiteljima kod pripreme fotografije i fotografiranja. Također, volonteri su mogli u slučaju zainteresiranosti posjetitelja predstaviti skulpturu, izum i znanstvenika te ispričati više pojedinosti o njemu. Studenti likovne akademije dasku su izgladili te na iste pričvrstili velike natpise s imenom izuma, znanstvenika, logotipe društvenih mreža te Europskih sveučilišnih igara.





*Slika 9 Skica okvira*

*Izvor: Interna slika proveditelja projekta*



*Slika 10 Okvir u izradi*

*Izvor: Interna slika proveditelja projekta*





*Slika 11 Završeni okvir i kravata na lokaciji u Zagrebu*

*Izvor: Interna slika provoditelja projekta*

#### 6.4 LOKACIJA PROJEKTA.

Kod odabira lokacije bilo je nekoliko mogućnosti, ali cilj je bio biti što bliže što većem broju mladih. Odlučeno je postaviti skulpture na lokaciju kod Studentskog doma „Stjepan Radić“ u Zagrebu i Studentskog centra u Rijeci. Na taj bi način skulpture svakodnevno bile na najprometnijem mjestu posjetitelja igara te na dohvat ruke svim zainteresiranim.



Slika 12 Lokacija skulpture penkala i modela kravate u Zagrebu

Izvor: dostupno na: interna slika provoditelja projekta



Slika 13 Lokacija skulpture torpeda i modela kravate u Rijeci

Izvor: dostupno na: interna slika provoditelja projekta



## 7 REZULTATI PROJEKTA

Skulpture su bile postavljene u gradu Zagrebu i gradu Rijeci u vrijeme Europskih sveučilišnih igara. Od 12. srpnja Hrvatsku je posjetilo gotovo 6000 sudionika s više od 400 sveučilišta i visokih škola iz 41 zemlje, natjecalo se u 24 sporta, a po prvi put su nastupili i parasportaši u plivanju i stolnom tenisu.<sup>5</sup>



Slika 14 Dio slika koje su posjetitelji postavili na društvenim mrežama Instagram i Facebook

Izvor: Zbir slika postavljenih pod oznakom #EUG2016 na [instagram.com](https://www.instagram.com) i [facebook.com](https://www.facebook.com)

<sup>5</sup> Dostupno na: <http://eug2016.com/hr/primanje-u-rijeci-za-predstavnike-eusa-e-nusa-e/>, 21.3.2017.

Posjetitelji su većinu fotografija sa skulpturama postavljali na društvene mreže pod oznakom #EUG2016 i na Instagramu je pod tom oznakom postavljeno preko 5.700 objava – nemoguće je izbrojiti sve fotografije sa skulpturama, ali pretpostavljamo da ih je nekoliko stotina – otprilike 350.

Od uzorka od 30 fotografija koje smo na početku projekta skinuli, sveukupno je sakupljen 1.531 „like“, što znači da je tih 30 fotografija objavljenih na Instagramu, osim vlasnika fotografije, vidjelo najmanje još 1.531 osoba.

Ako ovaj rezultat prenesemo na ostatak fotografija, dolazimo do zaključka da je zbog raspona do kojih je došlo otprilike svih 350 objavljenih fotografija najmanje 15.750 osoba diljem cijelog svijeta.

## 8 UPRAVLJANJE SKULPTURAMA NAKON UNIVERZIJADE 2016. GODINE

---

Skulpture su nakon završetka projekta donirane Osnovnoj školi Antuna i Ivana Kukuljevića u Varaždinskim toplicama i izložene su u školi kako bi služile kao primjer poduzetništva učenicima osnovne škole te radi edukacije djece o hrvatskoj skulpturi te izumima.

### 8.1 PROMICANJE ODRŽIVOG RAZVOJA I ZAŠTITE OKOLIŠA

Tijekom provedbe projekta obratila se pozornost na povećanje stupnja zaštite okoliša. Izrada skulptura nije bila financijski niti materijalno zahtjevna. Koristili su se lagani materijali za izradu poput plastike i platna te se tako uštedio novac, omogućio lakši prijenos skulptura zbog manje težine te pojednostavilo skladištenje istih. Smanjila se mogućnost nastanka otpada prilikom izrade zbog manje mase iskorištenih materijala i mogućnosti ponovne upotrebe (glina) materijala u više navrata.

Skulpture se nakon projekta mogu koristiti na drugim događanjima diljem Hrvatske, što znači da izrada skulpture nije bila jednokratna.

Na kraju, kod isteka životnog vijeka skulptura, postolja se mogu lako iskoristiti u slične izložbene svrhe, dok se plastika, zbog laganog materijala i male mase, može prodati tvrtkama koje se bave zbrinjavanjem plastične ambalaže i specijalizirane su za reciklažu proizvoda od plastičnih masa.

## 9 MEDIJSKA PRAĆENOST PROJEKTA

---

Budući da je projekt dio i potpora većem projektu Europskih sveučilišnih igara, većina se promocije odvijala u sklopu promocije sveučilišnih igara.

Jedan od dokaz važnosti Europskih sveučilišnih igara bila je izjava prof. dr. sc. Damira Borasa za portal Europskih sveučilišnih igara: „Igre puno znače za vidljivost hrvatske sveučilišne zajednice, ali i za promociju Hrvatske u cjelini“.<sup>6</sup>

Osvajanjem financijske potpore projektu Ministarstva turizma i uz pomoć Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, projekt je dobio pažnju brojnih web portala, novina te televizijskih emisija u kojima su sudjelovali članovi tima. Na taj je način projekt dobio besplatnu reklamu te početni interes hrvatskih građana. Većina medija u kojima je projekt objavljen ciljani su prema skupinama mlađih gledatelja te su se već i tim putem informacije o skulpturama, hrvatskim izumima i znanstvenicima djelomično proširile kod mladih.

### 9.1 DIO WEB PORTALA NA KOJIMA JE PROMOVIRAN PROJEKT:

- Mreža studentskih poduzetničkih inkubatora, <http://www.mspi.hr/univerzi-ja-da/>
- Netokracija, <http://www.netokracija.com/univerzijada-hamag-bicro-112675>
- X-ica, <http://x-ica.com/upoznajte-finaliste-projekta-univerzi-ja-da/>
- Radio student, <http://www.radiostudent.hr/proglaseni-pobjednici-univerzi-ja-de/>
- Zagreb.info, <http://www.zagreb.info/aktualno/zg/odabrano-10-finalista-za-univerzi-ja-du-evo-tko-su-sretnici/23500>
- Studentski. Hr, <http://studentski.hr/studenti/sport/predstavljeno-deset-finalnih-studentskih-timova>
- Zg-magazin, <http://zg-magazin.com.hr/tag/projekt-univerzijada/>

### 9.2 TELEVIZIJSKE STANICE KOJE SU PROMOVIRALE PROJEKT:

- HRT 1 – „Dobro jutro Hrvatska“, <http://www.hrt.hr/>
  - o <https://www.youtube.com/watch?v=mYviEkL3GPA>
- Z1 televizija, [www.z1.com.hr/](http://www.z1.com.hr/)
- Mreza TV, <http://mreza.tv/>
  - o <http://mreza.tv/studentski-grad-3/>, 28.1.2016.

---

<sup>6</sup> Europske sveučilišne igre, <http://eug2016.com/hr/prof-dr-sc-damir-boras-igre-puno-znace-za-vidljivost-hrvatske-sveucilisne-zajednice-ali-za-promociju-hrvatske-u-cjelini/>

## 10 ZAKLJUČAK

---

Na projektu su radili i surađivali studenti s različitih fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, u svrhu postizanja zajedničkog cilja – predstavljanja Hrvatske posjetiteljima Europskih sveučilišnih igara kao zemlje bogate poznatim izumima i izumiteljima kojima se nažalost ne ponosimo dovoljno. Projekt je imao višestruku korist za promociju hrvatske kulture, promociju Hrvatske kao turističke destinacije za mlade, otvaranje novih turističkih mogućnosti u području kulturnog turizma te širenje utjecaja i poticanje mladih umjetnika u izradi sličnih, vlastitih projekata. Svaka se korist projekta prema društvenoj zajednici odrazila u raznim pokazateljima.

Promocija hrvatske kulture i Hrvatske kao turističke destinacije ovim projektom bila je mjerljiva u broju fotografija i objava na društvenim mrežama, ali i broju pregleda istih objava. Istu su objavu mogli vidjeti prijatelji osoba koje su ju postavile na društvenim mrežama, ali i njihovi prijatelji i poznanici, što multiplicira doseg i utjecaj projekta na promociju Republike Hrvatske.

Hrvatska se istaknula kao turistička destinacija jer se može ponositi mnogo čime, ne samo prirodnim ljepotama. Posjetitelji su naučili mnogo o utjecaju Hrvata na svakodnevni život i oblikovanje društva u kojem se nalazimo. Velik broj ljudi shvatio je da je svakodnevno u interakciji s hrvatskim izumima, a da toga nije ni svjestan. Projektima poput ovoga otvara se mnoštvo turističkih mogućnosti vezanih uz kulturni turizam.

Postoji veliki potencijal iskorištavanja kulturnih znamenitosti i hrvatske kulture koja je trenutno neiskorištena jer manjak uspješnih projekata u tome polju usmjerava ljude u druge djelatnosti. Hrvatskoj bi ovakvi projekti mogli pridonijeti kada bi se naglasio pozitivan društveni utjecaj te bi ljudi sa sličnim, ali neprovedenim idejama mogli s više samopouzdanja nastupiti prema tržištu i smanjiti sezonalnost i ovisnost o suncu i moru u hrvatskom turizmu.

Trenutno se ne pridaje dovoljno značaja hrvatskoj umjetnosti i umjetnicima u Hrvatskoj. Premalo je sredstava uloženo u poticanje akademika, a promocija hrvatskih umjetnika u svijetu gotovo i ne postoji. Ako se ovakva situacija ne promijeni, naši potomci neće imati priliku naučiti o hrvatskoj umjetnosti kao što smo mogli mi. Projektima poput ovog ne samo

da se promovira hrvatska umjetnost, nego se i daje poticaj umjetnicima u Hrvatskoj da je moguće napraviti i provesti samostalan projekt.



## 11 LITERATURA

---

1. „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, dostupno na:  
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, 21.3.2017.
2. „Primanje u Rijeci za predstavnike EUSA-e i NUSA-e“, dostupno na:  
<http://eug2016.com/hr/primanje-u-rijeci-za-predstavnike-eusa-e-nusa-e/>, 21.3.2017.

## POPIS SLIKA

---

Slika 1 10 studentskih timova koji su osvojili 10.000 kuna i ostvarili priliku realizirati svoj projekt na Europskim sveučilišnim igrama 2016 .....	3
Slika 2 Plan provedbe projekta promocije hrvatske kulture tijekom Europskih sveučilišnih igara u Zagrebu i Rijeci 2017.....	11
Slika 3 Skica planiranog izgleda skulpture torpeda .....	14
Slika 4 Skulptura torpeda u izradi .....	15
Slika 5 Završena i postavljena skulptura torpeda i sudionici europskih sveučilišnih igara na lokaciji u Rijeci .....	16
Slika 6 Skica skulpture penkala .....	16
Slika 7 Izrada skulpture penkala .....	17
Slika 8 Skica modela uvećane kravate .....	18
Slika 9 Skica okvira.....	20
Slika 10 Okvir u izradi .....	20
Slika 11 Završeni okvir i kravata na lokaciji u Zagrebu .....	21
Slika 12 Lokacija skulpture penkala i modela kravate u Zagrebu .....	22
Slika 13 Lokacija skulpture torpeda i modela kravate u Rijeci.....	22
Slika 14 Dio slika koje su posjetitelji postavili na društvenim mrežama Instagram i Facebook .....	23

## POPIS TABLICA

---

Tablica 1 Proračun projekta promocije hrvatske kulture tijekom EUG 2016. u Zagrebu i Rijeci .....	9
---	---

## 12 SAŽETAK

---

U današnje vrijeme mlade ne zanima kultura jer se nije prilagodila inovacijama. Mladi žele biti u interakciji sa skulpturama. Zato ih klasične statične skulpture ne privlače koliko interaktivne.

Projekt vodi tim studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu i Akademije likovnih umjetnosti u Zagrebu. Financira ga Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i ima podršku Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, grada Zagreba i grada Rijeke. Projekt je bio medijski pokriven u tematskim medijima za akademske građane Hrvatske poput emisije „Studentski grad“ na Mreza TV, Z1 televiziji, ali i na poznatim kanalima poput HRT1 - „Dobro jutro Hrvatska“ te na web portalima poput Studentski.hr, Radio student, X-ica, Netokracija...

Cilj projekta bio je izradom i prezentacijom interaktivnih skulptura iz hrvatske kulturne povijesti (penkala, torpeda i kravata) na inovativan način privući posjetitelje Europskih sveučilišnih igara. Skulpture su bile postavljene od 12. do 25. srpnja, 2016. na lokacijama Europskih sveučilišnih igara – u Zagrebu i Rijeci.

Interaktivne skulpture penkala, torpeda i kravate te animator koji je predstavljao hrvatskog znanstvenika i inovatora Nikolu Teslu privukli su posjetitelje i turiste koji su se svojom inicijativom fotografirali i objavljivali slike hrvatskih izuma i izumitelja na društvenim mrežama. Iskorištavanjem snage društvenih mreža fotografije koje su se objavljivale vidjeli su i prijatelji posjetitelja te se tako multiplicirala promocija, ne samo Europskih sveučilišnih igara, nego i hrvatske kulture i turizma.

Ovim interdisciplinarnim projektom unutar akademske zajednice Zagrebačkog sveučilišta riješio se problem približavanja kulture mladim ljudima, ali i upoznavanja turista s hrvatskim svjetskim izumima kojima se ionako, nažalost, rijetko javno ponosimo.

Kultura Republike Hrvatske na taj je način postala zanimljivija i spojiva s današnjim najčešćim načinom komunikacije mladih ljudi - društvenim mrežama. Projektom se ojačala

kulturno umjetnička scena mladih Republike Hrvatske, a cijeli projekt privukao je pozornost velikog broja medija pošto takva vrsta promocije hrvatskih izuma i uspjeha nedostaje.

*Ključne riječi: Europske sveučilišne igre, interaktivna umjetnost, promocija hrvatskih izuma i izumitelja, promocija hrvatske kulture*

## 13 SUMMARY

---

Young generations these days are not interested into culture because it has not adjusted to innovations. They want to be in interaction with sculptures. That is why classical static sculptures do not attract them as much as interactive ones do.

Project was led by a team of students from Faculty of economics and business Zagreb and Academy of fine arts Zagreb. Ministry of Tourism of the Republic of Croatia has financed the project, while Croatian Agency for SMEs, City of Zagreb and City of Rijeka supported it.

The project was covered by in thematic TV-shows for academic citizens of Croatia like „Studentski grad“ on Mreza TV, on Z1 television, but also on nation wide known TV channels like HRT1 - „Dobro jutro Hrvatska“ and on web portals like Studentski.hr, Radio student, X-ica, Netokracija...

A goal of this project was attracting visitors of European Universities Games 2016, that were hosted in Zagreb in Rijeka from July 12 until July 25 in 2016 by making and presenting interactive sculptures from Croatian cultural history (a pen, a torpedo and a tie) in an innovative way.

Interactive sculptures of a pen, torpedo and a tie and an animator were representing Croatian scientist and innovator Nikola Tesla. They attracted visitors and tourists that took photos of Croatian inventions on their own initiative and posted them on different social media networks.

By using power of social networks, not only did visitors of European Universities Games see the sculptures, but also did their friends from all over the world, too. This way Croatian culture and tourism was promoted together with European university games.

This interdisciplinary project inside academic community of University of Zagreb solved a problem of bringing culture closer to young people, but also introducing tourists with Croatian world known inventions people are unfortunately rarely publicly proud of.

Croatian culture this way became more interesting and connectable with today's most common way of communicating with young people – social networks. The project strengthened culturally – artistic scene of the young in Republic of Croatia, and got attention of a large number of media, as this kind of promotion of Croatian inventions and successes is nowadays missing.

*Key words: European university games, interactive art, promotion of Croatian inventions and inventors, promotion of Croatian culture*