

DRUŠTVO  
ZA  
KULTURNI  
RAZVOJ  
BAUO

MEĐUNARODNA MULTIDISCIPLINARNA  
STRUČNA KONFERENCIJA PO POZIVU

# KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE & BAŠTINA POTENCIJALI I IZAZOVI

HOTEL „PALAS“, PETROVAC NA MORU  
4—6. MART 2022. GODINE

## KNJIGA SAŽETAKA



Narodni muzej i galerija Budve



НУ НАРОДНА  
БИБЛИОТЕКА  
БУДВЕ

ŠOMO  
BUDVA

ЦИРТИП  
*Центар за културне и религијске туристичке  
привлачности отвара и брзо расте - Колашин*



BUDVAANSKA  
RIVIJERA  
HOTELSKA GRUPA

**KULTURNE I  
KREATIVNE  
INDUSTRIJE  
& BAŠTINA**

*Programski odbor*

Prof. dr Ljiljana Gavrilović, predsjednica (Srbija)

Prof. dr Martina Blečić Kavur (Slovenija)

Prof. dr Anđela Jakšić Stojanović (Crna Gora)

Doc. dr Zlata Marjanović (Bosna i Hercegovina)

Dr Koraljka Kuzman Šlogar (Hrvatska)

Dr Branko Banović (Srbija)

Dušan Medin, MA (Crna Gora)

*Organizacioni odbor*

Dušan Medin, MA, predsjednik

Milica Stanić Radonjić, MA

Davor Sedlarević

Luka Lukateli

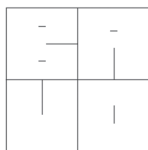
Mila Medin

*Urednik*

Dušan Medin, MA



Međunarodna multidisciplinarna stručna konferencija po pozivu „Kulturne i kreativne industrije & baština: Potencijali i izazovi“ dio je projekta „Valorizacija kulturne baštine kroz kreativne industrije“, koji je, putem Javnog konkursa za raspodjelu sredstava za projekte nevladinim organizacijama u 2021. godini, podržala Opština Budva



DRUŠTVO  
ZA  
KULTURNI  
RAZVOJ  
BAUO

MEĐUNARODNA MULTIDISCIPLINARNA  
STRUČNA KONFERENCIJA PO POZIVU

# KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE & BAŠTINA

POTENCIJALI I IZAZOVI

HOTEL „PALAS“, PETROVAC NA MORU  
4-6. MART 2022. GODINE

KNJIGA SAŽETAKA

PETROVAC NA MORU  
2022.



# SADRŽAJ

Kulturne i kreativne industrije & baština .....	7
Program konferencije .....	11
Sažeci izlaganja .....	19
Bilješke .....	61



# KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE & BAŠTINA

U periodu tranzicije od kapitalističkih ka postkapitalističkim društvima djelatnosti koje su ranije shvatane kao neprofitne, kao što su kultura i umjetnost, počele su da se percipiraju i kao sve značajniji ekonomski resurs (pritom nedovoljno iskorišćen), a njihove masovne interpretacije, definisane kao „kulturne“ i/ili „kreativne“ industrije, ulaze u period naglog rasta i razvitka.

Čak i UNESCO tretira kulturne i kreativne industrije kao oblast od posebnog značaja, definišući ih kao „one industrije koje proizvode materijalne i nematerijalne umetničke i kreativne proizvode, i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i generisanje prihoda eksploatacijom kulturnih dobara i proizvodnjom robe i usluga (tradicionalnih i savremenih) baziranih na znanju. Zajedničko za sve kulturne industrije je korišćenje kreativnosti i znanja iz oblasti kulturne i intelektualne svojine za proizvodnju robe i usluga od društvenog i kulturnog značaja“.<sup>1</sup>

Iako se termin „kreativne industrije“ često koristi kao sinonim za termin „kulturne industrije“, on, zapravo, ima mnogostruko širi dijapazon značenja, jer prevazilazi polje umjetnosti i umnožavanja umjetničkih djela (izdavaštvo, televizijska, radio i muzička produkcija, kinematografija, advertajzing) i uključuje sve proizvode bazirane na kreativnosti, kao što su marketinška komunikacija, arhitektura, tržište

---

<sup>1</sup> UNESCO, *Backgrounder on Cultural Industries*, 10. November 2010 (cit. prema: Kisić, Višnja. 2011. „Kulturne i kreativne industrije u Evropi“. *Kultura: Časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku* 130, 200).



umjetnosti i antikviteta, zanati, dizajn, modni dizajn, film, video, fotografija, kompjuterske igre, muzika, izvođačke i vizuelne umjetnosti, izdavaštvo, televizija i radio.<sup>2</sup>

Mada konceptualno problematične po različitim osnovama,<sup>3</sup> kulturne i kreativne industrije su stekle legitimitet unutar globalnih (i sve više nacionalnih) javnih politika, te je stoga veoma važno da i pojedinci i ustanove koje se (i dalje) bave neprofitnom zaštitom baštine i, šire, različitim oblicima umjetničkog i kulturnog stvaralaštva, nađu svoju kopču ka aktuelnim procesima ekonomizacije i, zašto da ne, komercijalizacije segmenata njihovih djelatnosti i time ostvare bezbjedniju poziciju u aktuelnom neoliberalnom i postkapitalističkom svijetu, u kojem se od svih aktera sve više očekuje samoodrživi pristup. Pritom, potrebno je čuvati se brojih stranputica na kojima se može završiti ukoliko se kulturni, umjetnički i, uopšte, humanistički interes, kojima se ove djelatnosti primarno rukovode, isključivo podredi ekonomskom.

Otuda i želja nevladine organizacije Društvo za kulturni razvoj „Bauo“<sup>4</sup> iz Petrovca na Moru da organizuje, koliko nam je poznato, prvu međunarodnu multidisciplinarnu stručnu (ali i naučnu) kon-

<sup>2</sup> Kisić, „Kulturne i kreativne industrije u Evropi“, 200–201.

<sup>3</sup> Tomka, Goran. 2014. „Kreativne industrije i javne kulturne politike – geneza odnosa i aktuelne debate“. *TIMS.Acta: Časopis za turizam, sport i velnes* 8, 91–100; Tomka, Goran i Višnja Kisić. 2018. „Obećanja i stvarnosti kreativnih industrija – I dio“. *Kultura.ba*. <https://kultura.ba/info/obecanja-i-stvarnosti-kreativnih-industrija-i-dio> (pristup: 23. februar 2022).

<sup>4</sup> Izborom termina *bauo* za naziv Društva, ukazuje se na brojne romanizme koji su na ovom prostoru vjekovima zastupljeni, integrišući se u lokalnu nematerijalnu baštinu, ali i na gotovo zaboravljenu materijalnu kulturu koja je imala više značenja i namjena, u zavisnosti od istorijskog konteksta. *Bauli* (*bajuli*, *bajuni*, škrinje, koferi, sanduci...) nekada su bili uobičajeni dio pokućstva domaćinstava ovog kraja, jer su se u njima čuvali i prenosili vrijedni lični predmeti njihovih vlasnika i vlasnica, nerijetko i brodovima preko okeana. Prilikom udaje nevjestama je u *baulima* pristizala *prćija*, sačinjena od privatnih komada garderobe, nakita i ostalih ličnih predmeta. Danas se *bauli* ne koriste za svoje prvobitne namjene (transport i čuvanje robe), već, ukoliko su sačuvani, čine dio privatnih kolekcija i porodičnih zaostavština, s primarno dekorativnom funkcijom. Naravno, ukoliko su očuvane unutrašnosti, u njima se i dalje mogu pohranjivati razni predmeti. Detaljnije na: <https://drustvobauo.wordpress.com/o-drustvu/> (pristup: 23. februar 2022).

ferenciju po pozivu posvećenu upravo benefitima i izazovima koji proističu iz sinergije kulturnih i kreativnih industrija – s jedne, i zaštite i očuvanja kulturne i prirodne baštine – s druge strane.<sup>5</sup>

Kao relevantni partneri na projektu prepoznati su upravo ključni akteri lokalne kulturne scene – javne ustanove kulture i prosvjete: JU Muzeji i galerije Budve, JU Narodna biblioteka Budva i JU Škola za osnovno muzičko obrazovanje Budva, te nevladina organizacija s kojom Društvo „Bauo“ od svog osnivanja 2016. godine aktivno i uspješno surađuje – Centar za izučavanje i revitalizaciju tradicionalnih igara i pjesama CIRTIP iz Kolašina. Neophodna finansijska potpora za realizaciju ove ideje pružena je od Opštine Budva putem Javnog konkursa za raspodjelu sredstava za projekte nevladinim organizacijama u 2021. godini, na čemu zahvaljujemo.

Očekuje se da će 40 kompetentnih učesnika i učesnica iz Crne Gore, Srbije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije, Bugarske, Italije i Rusije, u hibridnoj (uživo i onlajn) formi, dolazeći iz posve različitih djelatnosti, od brige o kulturnom nasljeđu i kulturno-umjetničkog stvaralaštva do obrazovanja, ekonomije i turizma, na multidisciplinarni, interdisciplinarni i transdisciplinarni, a nadasve na kreativan i konstruktivan način – doprinijeti pružanju odgovora, ali i otvaranju novih pitanja o ovoj sve zastupljenijoj temi u javnom diskursu.

*Prof. dr Ljiljana Gavrilović  
Dušan Medin, MA*

<sup>5</sup> Podsjećamo da je 8. i 9. oktobra 2019. godine u Podgorici održana nacionalna konferencija *Montenegro Creative Forum: A Step Forward*, na kojoj je bila zastupljena i tematika o kulturnim i kreativnim industrijama i kulturnoj baštini. Konferencija je realizovana u organizaciji Ministarstva kulture Crne Gore i Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), a u saradnji s British Councilom. Detaljnije na: <https://www.gov.me/clanak/211242--montenegro-creative-forum-korak-na-prijed-ka-razvoju-crnogorskog-kreativnog-sektora> (pristup: 23. februar 2022). Skrećemo pažnju i na publikaciju *Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori: Procjena ekonomskog doprinosa kulturnih i kreativnih industrija* (2019; prvo i drugo izdanje), prvu te vrste kod nas, inače segment projekta „Kulturne i kreativne industrije kao održivi ekonomski sektor u Crnoj Gori“, koji je finansirao Međunarodni fond za kulturnu raznolikost UNESCO, a sproveo Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) iz Podgorice. Detaljnije na: <https://kreativneindustrije.me/mapiranje/> (pristup: 23. februar 2022).



# PROGRAM KONFERENCIJE

1. DAN / PETAK, 4. MART

09.00 DOLAZAK I REGISTRACIJA UČESNIKA

10.00 SVEČANO OTVARANJE

Dušan MEDIN, MA, Društvo za kulturni razvoj „Bauo“,  
Petrovac na Moru (organizator)

prof. dr Ljiljana GAVRILOVIĆ, predsjednica Programskog  
odbora

mr Itana LALOVIĆ, JU Muzeji i galerije Budve (partner)

Maja SIMONOVIĆ, JU Narodna biblioteka Budva (partner)

Milica RADOMAN, JU Škola za osnovno muzičko  
obrazovanje Budva (partner)

Davor SEDLAREVIĆ, Centar za izučavanje i revitalizaciju  
tradicionalnih pjesama i igara CIRTIP, Kolašin (partner)

Predstavnik OPŠTINE BUDVA (donator)

mr Dobrila VLAHOVIĆ, Ministarstvo prosvjete, nauke,  
kulture i sporta Crne Gore, Cetinje

muzički program: Klapa PRIMORKINJE, Budva  
(rukovoditeljka: Katarina POPOVIĆ)

program vodi: Milica STANIĆ RADONJIĆ, MA

10.30 KOKTEL DOBRODOŠLICE

11.00 PLENARNO PREDAVANJE

dr. sc. Koraljka KUZMAN ŠLOGAR (Hrvatska)

Kulturne i kreativne industrije u baštinskoj perspektivi

PAUZA

12.00 sesija: KREATIVNE I KULTURNE INDUSTRIJE U TEORIJ I PRAKSI

prof. dr Dragana RADEVIĆ (Crna Gora)

Mapiranje kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori

prof. emerita dr Milena DRAGIĆEVIĆ ŠEŠIĆ (Srbija)

Kreativni turizam i kulturno nasleđe na evropskim periferijama: Da li su moguće participativne mikropolitike lokalnih zajednica?

Jasmina PIJANMANOVA, MA (Makedonija)

Kreativnite industrii i nivniot pridones vo ekonomijata

predsjedava: dr. sc. Koraljka KUZMAN ŠLOGAR

RUČAK ZA UČESNIKE

16.00 sesija: KULTURNE POLITIKE I KREATIVNI GRADOVI

prof. mr Janko LJUMOVIĆ (Crna Gora)

Mapiranje kulturne geografije kroz dramsku i pozorišnu baštinu: Potencijal festivala Grad teatar Budva u oblasti kreativnih industrija

doc. dr Edin JAŠAROVIĆ (Crna Gora)

Kulturna politika gradova i kreativna ekonomija nasleđa

Nikola Bada RADONJIĆ (Crna Gora)

Culture & Heritage: Transformacija i reinterpretacija za nova vremena

predsjedava: prof. dr Refik ŠEĆIBOVIĆ, akademik

PAUZA

17.15 sesija: KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE I BAŠTINA:  
TAČKE SUSRETA

Nemanja MILENKOVIĆ, MA (Srbija)  
(Re)brendiranje kulturnog nasleđa

Sara MANDIĆ, MA (Crna Gora)  
Uticaj delovanja civilnog sektora na valorizaciju i održivu  
upotrebu kulturnog nasleđa u domenu kreativnih  
industrija

Saša SREĆKOVIĆ (Srbija)  
U prostoru između šansi i realnih dometa  
predsjedava: Nikola Bada RADONJIĆ

PAUZA

18.30 sesija: USTANOVE KULTURE ZA NOVO VRIJEME

prof. dr. sc. Darko BABIĆ (Hrvatska)  
Upravljanje baštinom i muzeologija kao kreativna  
industrija

Tamara OGNJEVIĆ, MA (Srbija)  
Kreativne industrije i muzej: Neiskorišćeni potencijal  
„konzervativnog autoriteta“

Jelena ĐUROVIĆ (Crna Gora)  
Digitalizacija biblioteka u Crnoj Gori: Rezultati istraživanja  
i preporuke

Gordana LJUBANOVIĆ i Maja SIMONOVIĆ (Crna Gora)  
Digitalne biblioteke, otvoreni pristup i ponovno korišćenje  
predsjedava: mr Dobrila VLAHOVIĆ

VEČERA ZA UČESNIKE

## 2. DAN / SUBOTA, 5. MART

### DORUČAK ZA UČESNIKE

- 10.00 sesija: KA NOVIM ZNANJIMA I VJEŠTINAMA  
prof. dr Marijana ŠEĆIBOVIĆ i prof. dr Refik ŠEĆIBOVIĆ,  
akademik (Bosna i Hercegovina)  
Nova znanja za valorizaciju kulturne baštine  
prof. mr Ana MATIĆ (Crna Gora)  
Dizajn edukacija na Fakultetu likovnih umjetnosti  
na Cetinju kao moguća potpora valorizaciji kulturne  
baštine Crne Gore  
doc. dr Zrinka MILEUSNIĆ i Nikita KOCJANČIČ (Slovenija)  
Iz knjige u život: Studentski projekti promocije  
arheologije za javnost  
predsjedava: prof. mr Janko LJUMOVIĆ

### PAUZA

- 11.15 sesija: ARHEOLOŠKE VIZURE KULTURNIH I KREATIVNIH  
INDUSTRIJA  
prof. dr Martina BLEČIĆ KAVUR (Slovenija)  
i Dušan MEDIN, MA (Crna Gora)  
Zaboravljene sjekire u konceptu kreativne baštine  
doc. dr. sc. Amra ŠAČIĆ BEĆA (Bosna i Hercegovina)  
Turistički potencijali najstarije baštine Bosne  
i Hercegovine  
prof. dr. Boris KAVUR (Slovenia)  
Traveling Without Moving  
predsjedava: prof. dr Marijana ŠEĆIBOVIĆ

### PAUZA

12.30 sesija: DIGITALNA REALNOST BAŠTINE

dr Milena JOKANOVIĆ (Srbija)

Kulturno nasleđe Srbije u prostorima mešovite stvarnosti

doc. dr. sc Jacqueline BALEN (Hrvatska)

Prezentacija arheološke baštine kroz digitalne vizualizacije:

Primjer dobre prakse

dr. Iskren VELIKOV (Bulgaria)

Virtual Reality Experience and the Valorization of Local

Medieval Heritage: The Medieval Town of Cherven and

Rock-Hewn Churches of Ivanovo

predsjedava: prof. dr Martina BLEČIĆ KAVUR

RUČAK ZA UČESNIKE

16.00 sesija: NOVE DIMENZIJE BAŠTINE

mr Bojan BOLJEVIĆ (Crna Gora)

3D lasersko skeniranje u službi zaštite i promocije

kulturno-istorijskih spomenika

doc. mr Marko GOŠOVIĆ (Crna Gora)

Implementacija *live* zvučnih efekata na eksterijerima

građevina i potencijalni benefiti na turističku privredu

dr Marija ĐORĐEVIĆ (Srbija)

Zvučni zapis kao kulturno nasleđe i resurs

predsjedava: prof. dr Ljiljana GAVRILOVIĆ

PAUZA

17.15 sesija: BAŠTINA I POPULARNA KULTURA

Spomenka SARAGA (Hrvatska)

Kako lokacija za snimanje filma može postati turistička

atrakcija (i obratno)



dr Dragan M. ĐORĐEVIĆ (Srbija)  
Biti Neko, Niko i Svako: Fluidnost identiteta  
u oblasti popularne kulture i masovnih medija

prof. dr Ljiljana GAVRILOVIĆ (Srbija)  
Digitalne igre: Nasleđe u novom ruhu  
predsjedava: doc. dr Edin JAŠAROVIĆ

PAUZA

18.30 sesija: KREATIVNA EKONOMIJA BAŠTINE

dr Srđan BULATOVIĆ i mr Darko NIKČEVIĆ (Crna Gora)  
Autentični muzički „proizvod“ inspirisan tradicionalnom  
muzikom

dr Hristina MIKIĆ (Srbija)  
Kreativnost inspirisana tradicijom: „Digital Glass Serbia“  
kao spona između nasleđa i kreativnih industrija

mr Olga NIKANOROVA (Rusija)  
Tradicionalni manastirski zanati u kontekstu kreativnih  
industrija

predsjedava: Nemanja MILENKOVIĆ, MA

VEČERA ZA UČESNIKE

3. DAN / NEDJELJA, 6. MART

DORUČAK ZA UČESNIKE

10.00 sesija: BAŠTINA – MODNA INSPIRACIJA

doc. mr Andrijana POPOVIĆ (Italija)  
Umrežene ruke tradicije: (O)gledalo kreativne industrije

dr Branko BANOVIĆ (Srbija)

Nakit od uglja: Ka učitavanju novih značenja

mr Jelena ĐUKANOVIĆ (Crna Gora)

*Tornaleta – bijelo na bijelom*: Domaća bijela čipka  
u savremenom kontekstu

mr Boris ČALIĆ (Crna Gora)

Implementacije etno-motiva u modnom dizajnu

predsjedava: prof. mr Ana MATIĆ

PAUZA

11.45 sesija: DIZAJNIRANJE BAŠTINE

Iva ĐUROVIĆ (Crna Gora)

Savremena primjena etnološkog nasljeđa u kreativnim  
industrijama na primjeru dobrotске čipke

Adrijana HUSIĆ (Crna Gora)

Crna Gora na drugačiji način: Od kulture i prirodnih  
ljepota do afirmacija rodne ravnopravnosti

mr Milena ŽIVKOVIĆ (Crna Gora)

Transformacija umjetnika u cilju zaštite prirode i prirodne  
baštine

predsjedava: mr Jelena ĐUKANOVIĆ

PAUZA

13.00 ZAKLJUČNA DISKUSIJA

predsjedavaju: prof. dr Ljiljana GAVRILOVIĆ i Dušan MEDIN, MA

13.30 ZATVARANJE KONFERENCIJE

RUČAK ZA UČESNIKE

ODLAZAK UČESNIKA



# SAŽECI IZLAGANJA



Dr. sc. Koraljka Kuzman Šlogar  
Institut za etnologiju i folkloristiku  
Digital Research Infrastructure for the Arts and Humanities  
DARIAH-EU/DARIAH-HR  
Zagreb, Hrvatska

## KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE U BAŠTINSKOJ PERSPEKTIVI

Kulturne i kreativne industrije proteklih su desetljeća počele zauzimati sve istaknutiju poziciju ne samo u gospodarstvu nego i u politikama i na akademskoj pozornici. Svjetska banka, UNESCO, UN, Europska komisija i mnoge druge institucije prepoznaju ovaj poduzetan sektor kao pokretač rasta te mu pružaju svesrdnu potporu. U europskim se politikama naglašava da upravo kulturne i kreativne industrije „čuvaju i promiču kulturnu i jezičnu raznolikost te jačaju europski, nacionalni, regionalni i lokalni identitet“, kao i da na „svjetskoj pozornici imaju ulogu ambasadora europskih vrijednosti“ (Dosljedna politika EU-a za kulturne i kreativne industrije, 2016/2072(INI)). Iako se baština u definicijama navodi tek kao jedan od podsektora kulturnih i kreativnih industrija (zajedno s muzejima i knjižnicama), činjenica je da se ona zapravo vrlo lako nadopunjuje i isprepliće sa svim ostalim podsektorima: umjetnosti, glazbom i izvedbenim umjetnostima, dizajnom, filmom, fotografijom, umjetničkim obrtima, arhitekturom, pa čak i računalnim programima, igrama i novim medijima, elektroničkim medijima, izdavaštvom, oglašavanjem i tržišnim komuniciranjem. Baštinske teme inspirativne su i prilagodljive, odnosno iskoristive u bilo kojoj kombinaciji, a digitalna transformacija industrije donosi posve nove perspektive i izazove ovim tradicionalnim sektorima kulturnih i kreativnih industrija te dodatno podstiče ljudsku kreativnost.

Prof. dr Dragana Radević  
Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj IPER  
Podgorica, Crna Gora

## MAPIRANJE KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA U CRNOJ GORI

Kulturne i kreativne industrije (KKI) su među najbrže rastućim sektorima širom svijeta i glavni su pokretači ekonomija razvijenih i zemalja u razvoju, što ih čini izvorom značajanih prihoda i generatorom radnih mjesta. Samo u Evropi KKI ostvaruju prihode od 709 milijardi USD, učestvuju sa 3% u BDP i zapošljavaju 7,7 miliona ljudi. Pored ekonomskih koristi, KKI stvaraju nenovčanu vrijednost, koja značajno doprinosi postizanju ljudskog, inkluzivnog i održivog razvoja. KKI imaju veliki značaj za podsticanje kulturne raznolikosti i utiču pozitivno ne samo na kulturu nego i na nauku, obrazovanje i razvoj cjelokupnog društva. Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) mapirao je KKI u Crnoj Gori i izračunao njegov značaj za privredni razvoj zemlje za godine neposredno prije krize izazvane pandemijom kovida 19. U okviru projekta realizovanog uz podršku UNESCO Međunarodnog fonda za kulturnu raznolikost, IPER je organizovao niz obuka za kreativne preduzetnike i promovisao primjere dobre prakse.

Prof. emerita dr Milena Dragičević Šešić  
Univerzitet umetnosti u Beogradu  
Fakultet dramskih umetnosti  
Katedra za menadžment i produkciju pozorišta, radija i kulture  
UNESCO Katedra za kulturnu politiku i menadžment  
Beograd, Srbija

## KREATIVNI TURIZAM I KULTURNO NASLEĐE NA EVROPSKIM PERIFERIJAMA: DA LI SU MOGUĆE PARTICIPATIVNE MIKROPOLITIKE LOKALNIH ZAJEDNICA?

Iako se pojmovi kreativnih industrija i kreativnog turizma često koriste u kulturnim politikama vezanim za održiv razvoj, kulturno nasleđe se retko uključuje u razmatranja konkretnih instrumenata, jer su „resori“ savremenog stvaralaštva i kulturnog nasleđa čvrsto razdvojeni. Stoga su neophodne kako lokalne mikropolitike, tako i „interresorne“ politike unutar sektora kulture, posebno one koje se naslanjaju na profitabilne delatnosti – turizam, te druge domene javnog delovanja (ekologija, zdravstvo, sport...). Fokus izlaganja biće na stvaranju uslova (kroz javne politike i politike građanskog delovanja) za sinergiju kreativnih industrija i kulturnog nasleđa, te stvaranje uslova za održivi razvoj kroz kreativni turizam. Izlaganje će dati odgovor na pitanje kako kreativni turizam doprinosi smanjenju periferčnosti (turističke i kulturološke) Jugoistočne Evrope, oslanjajući se na njen kulturni diverzitet – koristeći kompleksnost istorije i kulture sećanja, disonantno kulturno nasleđe, gotovo zaboravljene običaje, zanatstvo, seoske aktivnosti, prirodna bogatstva, savremenu umetničku kreativnost, inovativne hibridne prakse... Kroz nekoliko studija slučaja (transmedijalni projekti kreativnih industrija vezanih za kulturno nasleđe) pokazaćemo kako se stvaraju nove razvojne vrednosti. Rast kreativnog turizma podstiče i određene etičke diskusije – da li novi turistički proizvodi dovode u opasnost kulturno nasleđe i željenu kulturu sećanja, globalizacijom produbljujući podele u društvu ili, nasuprot tome, daju novu šansu razvojnim mikropolitikama zasnovanim na nasleđu.



Jasmina Pijanmanova, MA  
NU Zavod za zaštita na spomenicite i Muzej Strumica  
Strumica, Makedonija

## KREATIVNITE INDUSTRII I NIVNIOT PRIDONES VO EKONOMIJATA

Vo ova izlaganje ke se obrne vnimanie na pridonesot na kreativnite industrii vo ekonomijata vo globalni ramki, so poseben akcent na kulturnite politiki koi se sproveduvaat vo Makedonija i vo drzavite vo regionot. Vo izlaganjeto ke se dadat opsti definicii za podelbata na kreativnite industrii bidejki se uste postojat mnogu neusoglasenosti vo vrska so definiranjeto na kreativnite industrii, a debatata sto ja opkruzuva upotrebata na megusebno povrzanite termini kako sto se kulturnata industrija, kreativno pretpriemnistvo, kreativna industrija se uste ne e razresena. Isto taka izlaganjeto ke dade kratok opis na razvojot na kulturnite politiki na EU so akcent vrz audiovizuelnite mediumski uslugi i za sektorot na audiovizuelni uslugi i politikite na Evropskata Komisija. Ke dade primeri za nacionalnite ekonomski i kulturni politiki za stimuliranje na kreativnite industrii i na audiovizuelniot sektor so primeri za dobri praktiki.

Prof. mr Janko Ljumović  
Univerzitet Crne Gore  
Fakultet dramskih umjetnosti  
Studijski program Produkcija  
Cetinje, Crna Gora

MAPIRANJE KULTURNE GEOGRAFIJE  
KROZ DRAMSKU I POZORIŠNU BAŠTINU:  
POTENCIJAL FESTIVALA GRAD TEATAR BUDVA  
U OBLASTI KREATIVNIH INDUSTRIJA

Dio repertoara festivala Grad teatar Budva, kreiran na osnovu dramskih tekstova koji se baziraju na lokalnoj kulturnoj istoriji, predstavlja izuzetan potencijal za produkciju sadržaja u domenu kreativnih industrija. Upravo je takav sadržaj bio jedan od ključnih elemenata kreiranja identiteta festivala. Govorimo o predstavama koje su postale dio memorije zajednice, one su galerija stvarnih i imaginarnih junaka (*Kanjoš Macedonović, Konte Zanočić, Don Krsto, Jegorov put, Skočičevojka* i dr.). Mapiranje prostora izvođenja tih predstava govori i o živim mjestima društvene dinamike koji razvojem projekata produkcije kulture sjećanja u oblasti kreativnih industrija mogu takve prostore učiniti mjestima koja materijalizuju sjećanje na svoje junake. Na taj način može se kreirati inovativna kulturna geografija upotrebom dizajna, multimedije, fotografije, kao i produkcije izdavaštva kreiranjem artefakata, koji predstavljaju merčedajzing produkciju (program) samog festivala. Plasman proizvoda baziran na autorskim djelima umjetnika i kreativnih preduzetnika koji interpretiraju dramsku i pozorišnu baštinu festivala može biti određen kulturološkim i ekonomskim ciljevima. Takvi novi proizvodi mogu biti postavljeni kako u javnom prostoru, ali još važnije mogu biti predmet distribucije i prodaje na tržištu art-suvenira, kao primjeri osobene i inovativne umjetničke ponude.

Doc. dr Edin Jašarović  
Univerzitet Crne Gore  
Fakultet dramskih umjetnosti  
Studijski program Produkcija  
Cetinje, Crna Gora

## KULTURNA POLITIKA GRADOVA I KREATIVNA EKONOMIJA NASLEĐA

Kada Neda Ukraden otvori Praznik mimoze u Herceg Novom, to se može teorijski i praktično izjednačiti s kulturnom politikom gradova kojoj doprinosi kreativna ekonomija nasleđa. Situiranje ovakve programske orijentacije unutar konteksta materijalnog i nematerijalnog nasleđa Herceg Novog veoma vidljivo doprinosi njegovoj daljoj identitetskoj, ali i ekonomskoj profilaciji i eksploataciji, pa se takav obrazac može smatrati svjesnim djelovanjem u polju eksplicitne i praktične kulturne politike. Zato ćemo u ovom izlaganju pokušati da analiziramo i druge slične obrasce djelovanja u kontekstu kreativne ekonomije nasleđa i da govorimo o interpretativnim potencijalima gradova koji, svjesnim procesom komodifikacije i komercijalizacije nasleđa, te gradove pretvaraju u ilustrativni dekor i scenografiju orijentisanu prema srednjoj platežnoj moći građana.

Nikola Bada Radonjić  
DAA Montenegro d. o. o.  
Podgorica, Crna Gora

## CULTURE & HERITAGE: TRANSFORMACIJA I REINTERPRETACIJA ZA NOVA VREMENA

Problematizacija odnosa prema materijalnoj kulturnoj baštini kao rigidnom čuvaru istorije sve je češće prisutna u javnom diskursu u Crnoj Gori. S jedne strane, postoji tendencija ali i preporuka hermetičkog konzerviranja sa ciljem „vraćanja“ objekata u neko drugo vrijeme, čime oni postaju svjedoci tih vremena za generacije koje dolaze, dok, s druge, raspoložemo nizom mogućnosti za smislene reinterpretacije upravo zbog tih istih dolazećih generacija. Pozicioniranje kulturne baštine u savremen kontekst istovremeni je zadatak i države i lokalne zajednice, a sa krajnjim ciljem generisanja onog proizvoda koji emanira kulturni identitet. Na tom putu je ključno razumijeti da upisivanje novih vrijednosti nikako ne ruši njihov integritet koji proizilazi iz istorijskog korpusa, već upravo to postaje jedna od polaznih tačaka ka novim čitanjima, transformacijama i u krajnjem – stavljanjem u društveno korisnu, kulturno-turističku ili edukativnu funkciju.

Nemanja Milenković, MA  
Fondacija „Novi Sad – Evropska prestonica kulture“  
Novi Sad, Srbija

## (RE)BRENDIRANJE KULTURNOG NASLEĐA

Brendovi se vezuju uglavnom za uspešne poslovne kompanije, što je pogrešan pristup jer brend je sve i svako, pritom, istina, može biti odličan, ali može biti i „dobar, loš, zao“, jer je on skup utisaka u glavama ljudi. I kulturno nasleđe (materijalno i nematerijalno) takođe je brend. Možda i najvažniji za jednu društvenu zajednicu. Samim tim što je stvarano i oblikovano u prošlosti, kulturno nasleđe je veoma važno u poimanju i kreiranju naše sadašnjosti, kao i u planiranju i vizioniranju naše budućnosti. Kao izraz istorijski akumuliranih i neprekidno evoluirajućih vrednosti, uverenja, znanja, tradicija... „utisaka u glavama ljudi“ kulturno nasleđe zahteva aktivan odnos zajednice i pojedinaca koji ga preuzimaju, tumače, održavaju, (re)interpretiraju, revitalizuju i prenose novim generacijama. Ključna funicular u pomenutom toku jeste (re)brandiranje. Paradoksalno, to je u suprotnosti sa brend identitetom (kulturnog nasleđa), jer je brandiranje proces upravljanja brendom. Od lošeg, prosečnog do odličnog – sve je moguće.

Sara Mandić, MA  
Međunarodni festival KotorArt  
Kotor, Crna Gora

## UTICAJ DELOVANJA CIVILNOG SEKTORA NA VALORIZACIJU I ODRŽIVU UPOTREBU KULTURNOG NASLEĐA U DOMENU KREATIVNIH INDUSTRIJA

U diskursu kulturnih politika povezivanje kulturnog nasleđa i kreativnih industrija označeno je kao važan činilac u razvoju kreativnog društva i ekonomije. Prema Helsinškoj deklaraciji o političkoj dimenziji očuvanja kulturnog nasleđa u Evropi (1996), principi razvojnog pristupa kulturnom nasleđu baziraju se na prepoznavanju nasleđa kao ekonomskog resursa lokalnog razvoja, uključivanju nasleđa u procese održivog razvoja, potrebi za međusektorskim delovanjem, održivom korišćenju nasleđa i podsticanju saradnje između privatnog, civilnog i javnog sektora. S obzirom na kreativan pristup mapiranju i interpretaciji savremenih društvenih pojava i tokova, usmerenost ka kreiranju društveno odgovornih inicijativa i programa, aktivan doprinos razvoju kulturnog života i potreba, moć javnog zagovaranja i generisanja podrške i rad zasnovan na autonomiji delovanja, civilni sektor često predstavlja važan faktor u izgradnji aktivnih zajednica – koje samosvesnom interpretacijom i korišćenjem kulturne baštine doprinose i razvoju kreativnih industrija. U radu se ispituje uloga civilnog sektora u procesu valorizacije i održivog razvoja i upotrebe kulturnog nasleđa kao elementa razvoja kreativnih industrija. Rad nudi pregled relevantne literature, međunarodnih dokumenata, konvencija i preporuka o kulturnom nasleđu i kreativnim industrijama. Moguća uloga civilnog sektora u povezivanju kulturnog nasleđa i kreativnih industrija prikazana je kroz studiju slučaja Međunarodnog festivala KotorArt, koji kroz jedinstvene programske koncepcije i društveno delovanje dosledno promovise odgovorno upravljanje i održivu upotrebu kulturnog nasleđa kao osnove za razvoj kreativnog društva.

Saša Srećković  
Etnografski muzej u Beogradu  
Beograd, Srbija

## U PROSTORU IZMEĐU ŠANSI I REALNIH DOMETA

Verovatno je da primarna mogućnost šire afirmacije kulturnog nasleđa leži u razvoju kreativnih industrija. Ipak, imajući u vidu aktuelnu institucionalnu praksu u Srbiji i pojedinim državama ex-Yu prostora, takve prilike se veoma retko pretoče u ozbiljnije planove i strategije, pa su samim tim retki i pravi efekti. Ovaj rad razmatra izvesne konceptualne teškoće, koje stoje na putu jednog sistematskog pristupa, jer različite definicije ove oblasti obuhvataju mnogo različitih temata i administrativnih sektora. S druge strane, iako su UNESCO i kulturne politike u EU programski integrisale kulturne i kreativne industrije u svoje prioritete, treba imati u vidu specifične kontekste; ova praksa nastala je u okrilju zemalja i društveno-ekonomskih sistema s različitim kulturnim tradicijama od naših. S druge strane, treba poznavati i realne kapacitete naših institucija da prate inovativni duh tog novog sektora, u čemu se uglavnom znatno bolje snalaze privatni preduzetnici. Srećom, kreativne industrije ne proizvode jedino i nužno monetarne vrednosti, već imaju i značajan potencijal u generisanju socijalnog kapitala. U tom smislu je pozicioniranje ustanova kulture i umetnosti kao važnih aktera kreativnih industrija više nego poželjno.

Prof. dr. sc. Darko Babić  
Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti  
Katedra za muzeologiju  
Zagreb, Hrvatska

## UPRAVLJANJE BAŠTINOM I MUZEOLOGIJA KAO KREATIVNA INDUSTRIJA

Osnovni preduvjet za kvalitetno obavljanje bilo kojeg poslovnog zadatka jeste znati što želimo postići, kao i kojim putevima možemo do toga stići. Da bismo bili učinkoviti, moramo biti svjesni što više do sada poznatih uspješnih praksi, kao i njihovih teorijskih pozadina. Upravljanje baštinom nije ni po čemu drugačije, sve rečeno vrijedi i ovdje. Kada je uspješno, ono će uvijek demonstrirati složeni multidisciplinarni pristup. Za razliku od niza država Zapadne Europe, gdje je i do 30% poslova u ovom području *outsourcing* djelatnost, na našima (Jugoistočne Europe) i dalje se nerijetko smatra da svi zadatci moraju biti obavljeni unutar pojedine institucije. To je u jasnoj kontradikciji s tvrdnjom da je za uspješnost potreban kompleksan multidisciplinarni tim kojeg velika većina institucija nema. Na dva odabrana segmenta, interpretaciji baštine te muzeološkom planiranju, demonstrirati će se kako su i zašto navedeni dobri pokazatelji da mnogobrojni poslovi vezani uz baštinu (posebice oni u komunikacijskom segmentu) imaju opravdanje da budu promatrani kao dio kreativnih i kulturnih industrija, te zašto i kako formiranje multidisciplinarnih timova sastavljenih od zaposlenika institucije i vanjskih stručnjaka imaju veću vjerojatnost zadatke odraditi kvalitetnije. Posebice u današnjem društvu u kojem je naglasak na participativnom i uključivom pristupu ključan, a polivokalnost samorazumljiva.



Tamara Ognjević, MA  
Artis Centar  
Beograd, Srbija

## KREATIVNE INDUSTRIJE I MUZEJ: NEISKORIŠĆENI POTENCIJAL „KONZERVATIVNOG AUTORITETA“

Gotovo dve decenije od pojave pojma kreativne industrije i napora da se definišu i analiziraju potencijali kreativnosti kao osnovnog pogona ekonomije XXI veka, muzeji u zemljama takozvane državne kulturne politike ostaju na periferiji ovog izvanredno značajnog trenda, insistirajući na nepremostivoj barijeri između kulture i industrije. Nепрепозnavanje kulture kao kreativno-ekonomskog potencijala veliki je problem i kreatora kulturnih politika, zakona i strategija u kulturi, što za rezultat ima izolaciju muzeja u njegovom statusu „elitne, neprofitne ustanove – hrama kulture“, odnosno statične, konzervativne organizacije nespornog autoriteta, ali minimalnog doprinosa u procesu transformacije i ukupnog boljitka društva čiju kulturu predstavljaju. Može li se muzej XXI veka učauriti u svom razmerno davno definisanom statusu javne ustanove, koja „čuva, istražuje i javnost upoznaje“ sa kulturnim nasleđem i umetnošću? Ima li muzej potencijal da inicira kreativne procese i utiče na stvaranje novih proizvoda, sadržaja i radnih mesta? Da li muzej može da samostalno ostvaruje znatan deo prihoda neophodnih za njegovo po pravilu skupo održavanje, koristeći potencijale kreativnih industrija i uključujući se u tokove kreativne ekonomije? Ovo su pitanja na koja će pokušati da odgovori ovaj rad, s posebnim osvrtom na promene u koje su muzeji, mahom nevoljno, primorani tokom pandemije covid 19. Promene koje nedvosmisleno pokazuju značajan potencijal ovog tradicionalno „konzervativnog autoriteta“ u kreativnim industrijama, odnosno njegovu moć da utiče na društvo u najširem smislu te reči.

Jelena Đurović  
Cetinje, Crna Gora

## DIGITALIZACIJA BIBLIOTEKA U CRNOJ GORI: REZULTATI ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE

Predmetno istraživanje predstavlja segment projekta CANU „Digitalizacija u Crnoj Gori – Istorijat, stanje, perspektiva“. Projekat je obuhvatio empirijsko istraživanje početaka i stanja digitalizacije biblioteka u Crnoj Gori u periodu 2019. i 2020. godine. Ujedno, on predstavlja prvo sveobuhvatno istraživanje digitalizacije najznačajnijih biblioteka u Crnoj Gori u kojima se čuva najveći i najvredniji dio naše kulturne i intelektualne baštine. Cilj istraživanja je da prikaže realno stanje digitalizacije bibliotečkih resursa u Crnoj Gori i da pruži jasnu sliku o nivou razvoja digitalizacije, zatim da pokuša da odgovori na goruće pitanje o stvarnim i dostupnim podacima o digitalizaciji, kao i o pristupu digitalnim kolekcijama. Drugi cilj je da, na osnovu dostupnih pokazatelja i analize stanja, donese preporuke i smjernice koje treba da doprinesu politikama digitalizacije, što bi pomoglo ustanovama koje čuvaju kulturnu baštinu da ostvare veći i obuhvatniji digitalni potencijal i da, konačno, dobiju i novu, izmijenjenu i lidersku ulogu u procesima izgradnje informacionog društva i društva znanja.

Gordana Ljubanović  
JU Narodna biblioteka Budva  
Odjeljenje zavičajne zbirke  
Budva, Crna Gora

Maja Simonović  
JU Narodna biblioteka Budva  
Odjeljenje zavičajne zbirke  
Budva, Crna Gora

## DIGITALNE BIBLIOTEKE, OTVORENI PRISTUP I PONOVRNO KORIŠĆENJE

Digitalne biblioteke, kao spoj kulturnih i tehnoloških proizvoda, uglavnom posluju u okviru javnih ustanova. Ukoliko bi se uključile u procese kreativnih industrija, njihova pasivna ekonomska pozicija mogla bi, u saradnji s kreativnim pojedincima i preduzećima, da pređe u aktivno učešće u stvaranju i distribuciji novih kulturnih dobara. Taj prelaz je blisko povezan s načelima Otvorenog pristupa (*Open access*), koji podrazumijeva slobodno korišćenje digitalizovanog sadržaja, najčešće samo uz obavezu navođenja izvora. Prilikom učešća baštinskih institucija u procesima kreativne ekonomije, on se podrazumijeva i omogućava pristup temeljnim resursima – talentima, vještinama i intelektualnoj svojini. Praktično, on omogućava ponovno korišćenje kulturnih sadržaja, koji mogu ostvariti profit i ponuditi radna mjesta. Kao primjer dobre prakse navodi se Europeana, koja posjeduje 33 miliona digitalnih objekata iz evropskih biblioteka, muzeja, arhiva i galerija u otvorenom pristupu. Ona takođe inicira i pomaže razvoj niza alata i politika sa ciljem da evropska kulturna baština postane pristupačna za ponovno korišćenje. Na lokalnom nivou, ponovno korišćena digitalizovana građa može biti temelj za uključivanje lokalne zajednice u proizvodnju novih kulturnih dobara (strip, zanatska izrada predmeta primjenjene umjetnosti, dizajn, izvođačke umjetnosti), može se koristiti kao podloga za brendiranje istorijskog jezgra grada ili za orijentaciju turističke ponude koja se oslanja na kulturnu istoriju i faktografiju.

Prof. dr Marijana Šećibović  
Visoka škola za turizam  
i menadžment  
Konjic, Bosna i Hercegovina

Prof. dr Refik Šećibović, akademik  
Visoka škola za turizam  
i menadžment  
Konjic, Bosna i Hercegovina

## NOVA ZNANJA ZA VALORIZACIJU KULTURNE BAŠTINE

Tranzicija iz socijalizma u kapitalizam i iz kapitalizma u postkapitalizam obeležava naših poslednjih trideset godina. Šta smo postigli u tom periodu? Pomogli smo da se velika država raspadne, zatvorili smo se u nacionalne torove, otuđili smo se od sistemskog pristupa znanju, zagledani smo u Evropu koja pred nas postavlja zadatke na koje nismo spremni da odgovorimo. Vodeći stručnjaci u Evropi Christer Gustafsson i Elisabetta Lazzaro objavili su krajem prošle godine rad u kojem ističu potrebu za novim kompetencijama i znanjem koje traži valorizacija kulturne baštine putem kulturnih i kreativnih industrija. Obrazovanje ima obavezu prema novim generacijama stručnjaka. Nove generacije već obuhvataju pedeset posto tržišta, a to su milenijalci i Z generacija, čija se interesovanja suštinski razlikuju od zahteva koje diktira obrazovni sistem. U obrazovanju smo se zaglavili negde na vratima kapitalizma tako da je potpuno očekivan informatički cunami kome svedočimo. Otvoren je prostor u koji se beži od krutog i dosadnog sistema. U njemu je platforma za sticanje znanja, igra i zabava. Međutim, informatičko znanje nije dovoljno za adekvatno učešće stručnjaka iz kreativne i kulturne industrije u valorizaciji društvenih vrednosti.

Prof. mr Ana Matić  
Univerzitet Crne Gore  
Fakultet likovnih umjetnosti  
Studijski program Grafički dizajn  
Cetinje, Crna Gora

## DIZAJN EDUKACIJA NA FAKULTETU LIKOVNIH UMJETNOSTI NA CETINJU KAO MOGUĆA POTPORA VALORIZACIJI KULTURNE BAŠTINE CRNE GORE

Ukoliko govorimo o valorizaciji kulturne baštine kroz kreativne industrije, neizostavno je da u istraživanja treba uključiti i grafičke dizajnere. U eri globalnih dizajnerskih tema i trendova neophodno je senzibilisati mlade dizajnere da se bave kulturnom baštinom Crne Gore. Pozicija edukatora u dizajnu, iako metodološki određena, ostavlja dosta prostora, naročito u odabiru tema – problemskih zadataka koji se stavljaju pred studente. Izučavanje dizajna na državnom univerzitetu, naročito na višim nivoima studija, na neki način obavezuje da se istražuju teme vezane za Crnu Goru. Kulturna baština Crne Gore i njeni vizuelni motivi neiscrpna su građa za kreiranje novih vrijednosti, prije svega kulturnih, ali one u krajnjem ishodu mogu imati i turistički i ekonomski potencijal. Dizajnerski projekti realizovani na studijskom programu Grafički dizajn Fakulteta likovnih umjetnosti Univerziteta Crne Gore na Cetinju nisu dovoljno prepoznati, a samim tim i nedovoljno iskorišćeni u Crnoj Gori. Kroz primjere studentskih radova biće predstavljeno kako su i na koji način mladi dizajneri odgovorili na određene zadatke, čija su polazna referenca bili motivi kulturne baštine Crne Gore.

Doc. dr Zrinka Mileusnić  
Univerza na Primorskem  
Fakulteta za humanistične študije  
Oddelek/Inštitut za arheologijo  
in dediščino  
Koper, Slovenija

Nikita Kocjančič  
Univerza na Primorskem  
Fakulteta za humanistične študije  
Koper, Slovenija

## IZ KNJIGE U ŽIVOT: STUDENTSKI PROJEKTI PROMOCIJE ARHEOLOGIJE ZA JAVNOST

Suvremeni trendovi rada sa baštinom zahtijevaju njenu promociju, ali isto tako i aktivno uključivanje lokalne zajednice na svim nivoima, od donošenja odluka o postupcima proglašenja statusa baštine, zaštitnih i istraživačkih radova, preko promocije do edukacije, tj. svih elemenata koje možemo udružiti pod zajedničkim nazivnikom cjelalnog očuvanja baštine. Pored svega, baština u zajednicu mora biti uključena i kao jedan od temelja koji omogućava održivi razvoj zajednice. To se odražava na raznim nivoima, a najčešće se manifestira oblikovanjem produkata za turističku ponudu ili za obrazovni sistem, najčešće na nivou osnovnoškolskog ili srednjoškolskog obrazovanja. Univerzitetsko obrazovanje bi moralo studente pripremiti na takvo djelovanje, a u praksi se rijetko događa pomak od teorijskog znanja prema praktičnom iskustvu. Na Fakultetu za humanističke studije Univerziteta Primorska, u okviru programa na svim ciklusima, promocija baštine za javnost uključena je u različite predmete. Na prvom ciklusu, u okviru dvopredmetnog programa Arheologija u okviru predmeta Arheologija za javnost, studente pokušavamo na najširi način upoznati s temama promocije za javnost, ali i motivirati ih za kreativno djelovanje na tom području koje može predstavljati temelj i za kasniju karijeru. U prilogu ćemo predstaviti primjer rada sa studentima, njihove ideje i način na koji je vježba u okviru predmeta prerasla u stalan studentski projekt.

Prof. dr. Martina Blečić Kavur  
Univerza na Primorskem  
Fakulteta za humanistične študije  
Oddelek za arheologijo in dediščino  
Koper, Slovenija

Dušan Medin, MA  
Univerzitet Donja Gorica  
Fakultet za kulturu i turizam  
Podgorica, Crna Gora

## ZABORAVLJENE SJEKIRE U KONCEPTU KREATIVNE BAŠTINE

Kultura je naš najveći kapital i vrijednost koja potiče kreativnost mnogovrsnih potencijala. Poznavanjem, poimanjem i promoviranjem bogatih resursa iz naslijeđene nam baštine razvijaju se ujedno suvremeno društvo i identitet gotovo svakog pojedinca. Iz perspektive baštine posebno mjesto rado se dodjeljuje „opipljivoj“ ili „vidljivoj“ arheologiji, osobito onoj koja „stoji“ oteta od zaborava prošlosti. Mnogo je manje zanimljivija arheologija tzv. malih predmeta, koji tradicionalno i pasivno „stoje“, u najboljem primjeru, u muzejskim vitrinama, češće nedostupni u njihovim spremištima. Međutim, upravo ti predmeti mogu nam mnogo više „pripovjediti“ o prošlim vremenima, pa čak i onima iz razdoblja prapovijesti brončanog doba, kada proizvodnja metalnih predmeta postaje prva industrija čitave interkulturno povezane Europe. Ovim izlaganjem predstaviti će se kasnobrončano-dobne sjekire tzv. albano-dalmatinskog tipa iz okoline Petrovca na Moru, otkrivene prije više od stoljeća – u kontekstu njihova nalaženja, distribucije i mogućih interpretacija. Posebna pozornost biti će posvećena značenju tih sjekira u aspektu interakcija južnojadranskog prostora na prijelazu posljednja dva prapovijesna milenija. Sjekire iz okoline Petrovca, premda nisu pohranjene u Crnoj Gori, odabrane su kao simbol reprezentacije kolektivne kreativne baštine, kojom valja raspolagati u oblikovanju novog kulturno-povijesno-turističkog potencijala toga prostora i šire regije.

Doc. dr. sc. Amra Šaćić Beća  
Univerzitet u Sarajevu  
Filozofski fakultet  
Katedra za stari vijek  
Sarajevo, Bosna i Hercegovina

## TURISTIČKI POTENCIJALI NAJSTARIJE BAŠTINE BOSNE I HERCEGOVINE

Dolazak u Bosnu i Hercegovinu sasvim sigurno može biti nezaboravno iskustvo za sve zaljubljenike u daleku prošlost čovječanstva. Najstarije arheološko naslijeđe, te specifični spoj antičke, srednjovjekovne, orijentalne i srednjoevropske kulture prostor Bosne i Hercegovine svrstava među područja s najraznovrsnijom kulturno-historijskom turističkom ponudom u Evropi. Arheološka istraživanja su potvrdila da je čovjek ovu regiju prepoznao kao idealnu za život hiljadama godina prije pojave prve civilizacije. O tome svjedoči materijal izložen u arheološkim postavkama bosanskohercegovačkih muzeja. Te institucije također posjetiocima omogućuju da sagledaju helensko i rimsko naslijeđe i naslijeđe autohtonih zajednica. Kada je riječ o najstarijoj baštini savremene Bosne i Hercegovine postoje izvorni arheološki lokaliteti, koji imaju veliki turistički potencijal. Prvenstveno treba istaći ostatke Daorsona, monumetalne ilirske gradine u blizini današnjeg Stoca. Na jugu države se nalaze dobro sačuvani ostaci rimske vile i fortifikacijskog objekta u Mogorjelu kod Čapljine, koji predstavlja pravi biser kasnoantičke arhitekture. Osim navedenih, osnovu za razvijanje kulturnog turizma imaju i rimski lokaliteti sa prostora Sarajeva (*Aquae S...*), istočne Bosne (*Malversiatium* i *Domavia*), Breze (kasnoantička bazlika), Ljubuškog (logor Bigeste) itd. U skorijoj budućnosti neophodno je razviti jasnu privrednu strategiju koja će uključivati povezivanje arheologa i klasičnih historičara s turističkim djelatnicima kako bi se na adekvatan način prepoznao značaj koji najstarija baština može imati u turističkoj ponudi Bosne i Hercegovine.



Prof. Dr. Boris Kavur  
University of Primorska  
Faculty of Humanities  
Department of Archaeology and Heritage  
Koper, Slovenia

## TRAVELING WITHOUT MOVING

In the Archaeological Museum of Istria in Pula a Byzantine bone casket is preserved, produced most probably in the late 10<sup>th</sup> century Thessaloniki. It was discovered on January 18, 1592 in the church of St. George in Piran. Donated to Vienna, it was housed in 1884 in the collection of the Kulturhistorisches Museum. After the First World War, it was returned to Italy and from 1921 housed in the Archaeological Museum in Pula. During the Second World War, it was kept in the Museo Civico in Trieste only to be returned again to Pula in 1945 where it remained ever since. Published several times in the last century, it was included in numerous exhibitions and popular presentations of Medieval Art. In the multitude of publications arises, also, its current problem – its denominations. Many authors refer to it, according to the place of discovery, as “Piran casket” while recently the name, derived from its current location, “Pula casket”. In the 21<sup>st</sup> century, when cultural heritage is becoming virtual, when digital technologies enable the observers augmented experiences of cultural heritage, inaccurate descriptions are becoming a major issue in an interconnected world where block chains are replacing authorities, where uncontrolled replications can alter knowledge, where items are traveling without moving.

Dr Milena Jokanović  
Univerzitet u Beogradu  
Filozofski fakultet  
Odeljenje za istoriju umetnosti  
Centar za muzeologiju i heritologiju  
Beograd, Srbija

## KULTURNO NASLEĐE SRBIJE U PROSTORIMA MEŠOVITE STVARNOSTI

Poslednjih nekoliko decenija je, s jedne strane, nesumnjivo prepoznatljivo po sve češćim i inovativnijim pristupima interpretaciji i upotrebi kulturnog nasleđa u kontekstu kulturnih, odnosno kreativnih industrija. S druge strane, ubrzan tehnološki razvoj i široka dostupnost uređaja poput mobilnih telefona i tableta, te sve veća proizvodnja i upotreba VR naočara, odnosno setova za glavu, koji nas vrlo lako izmeštaju iz fizičke u virtuelnu realnost, doveli su do sve učestalije prezentacije baštine pomoću ovih, novih medija, te ovakve inicijative možemo prepoznati kao posebnu granu kreativnih industrija koja odgovara na potrebe novih generacija digitalnih urođenika i sve prisutniju transmedijalnu komunikaciju. Primena tehnologija proširene (AR) i virtuelne (VR) stvarnosti prilikom predstavljanja kulturnog nasleđa doprinosi ne samo očuvanju baštine već i jačanju turističke ponude, a mnoge lokalitete čini dostupnijim i vidljivijim. Cilj ovog rada jeste da kroz analizu odabranih primera preispita potencijale interpretacije i prezentacije baštine Srbije u prostorima mešovite stvarnosti. Posebna pažnja biće posvećena studiji Holograd XR (Mixed Reality) platforme za stvaranje virtuelnih prostornih narativa i novih formi komunikacije na granici fizičkog i digitalnog sveta.

Doc. dr. sc. Jacqueline Balen  
Arheološki muzej u Zagrebu  
Pretpovijesni odjel  
Zagreb, Republika Hrvatska

## PREZENTACIJA ARHEOLOŠKE BAŠTINE KROZ DIGITALNE VIZUALIZACIJE: PRIMJER DOBRE PRAKSE

Veliki potencijal koji arheološka baština posjeduje za razvoj održivog kulturnog turizma osujećen je njenom nedovoljnom vidljivošću prema široj javnosti. Težnja da arheološka baština, a posebno arheološki krajolici podunavske regije, postanu vidljiviji na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini, a time i atraktivniji za njezinu integraciju u tokove održivog turizma, predstavlja okosnicu projekta Danube's Archaeological eLandscapes (Virtualni arheološki krajolici Podunavlja). Projekt se fokusira na stvaranje zajedničkih standarda prezentacije digitalnih arheoloških krajolika kroz razvoj strategija, kao i na kreiranje zajedničkih promotivnih aktivnosti kojima će se posjetiteljima omogućiti da iskuse kako su arheološka nalazišta izgledala nekad. Uz pomoć tehnologija virtualne i proširene stvarnosti žele se razviti novi načini i alati za prezentaciju i promociju arheološke baštine. Vodeći partner projekta je Universalmuseum Joanneum iz Graza, dok je hrvatski projektni partner Arheološki muzej u Zagrebu. U predavanju će se prikazati neki od primjera dobre prakse koje je Muzej proveo u sklopu projekta, kao npr. radionice Creative Labs & Hubs, gdje su polaznici bili uključeni u kreativni proces te su zajedno sa stručnjacima nalazili nove načine vizualizacija krajolika prošlosti. Cilj ovog pristupa nije samo stvaranje novih ideja u poluotvorenom procesu već je i pozicioniranje muzeja kao mjesta kreativnosti i inovacije te arheološke baštine kao izvora inspiracije.

Dr. Iskren Velikov  
Rousse Regional Museum of History  
Rousse, Bulgaria

## VIRTUAL REALITY EXPERIENCE AND THE VALORIZATION OF LOCAL MEDIEVAL HERITAGE: THE MEDIVAL TOWN OF CHERVEN AND ROCK-HEWN CHURCHES OF IVANOVO

The presentation aims to present the process of constructing a VR experience, which delivers a lively image for the heritage of the Middle Ages in the region of Ruse. The cases under examination are activities, executed by the Rousse Regional Museum of History in 2021–2022, which resulted in the elaboration of VR products, representing the Medieval town of Cherven and the Rock-hewn churches of Ivanovo (World Heritage Site), located in the Rusenski Lom river valley. The process of elaboration of the products brings forward the question for valorization of the heritage of the Middle Ages in the area, as well as the secondary research phases, related to scientific statements, constructed during more than a century of archaeological research.

Mr Bojan Boljević  
Paten Studio d. o. o.  
Podgorica, Crna Gora

## 3D LASERSKO SKENIRANJE U SLUŽBI ZAŠTITE I PROMOCIJE KULTURNO-ISTORIJSKIH SPOMENIKA

Svjetsko kulturno nasljeđe je u konstantnoj opasnosti od propadanje usljed ratova, prirodnih nepogoda, vremenskih promjena, ljudske nebrige i ostalih faktora. Zbog ovoga je postojanje dokumentacije vezane za kulturno-istorijske spomenike posebno važno za njihovo očuvanje. To su prepoznali mnogi stručnjaci koji se bave kulturnim nasljeđem, što je rezultiralo velikim brojem radova i istraživanja s ovom temom, sa posebnim akcentom na digitalizaciji. 3D skeniranje kulturno-istorijskih spomenika postaje sve prisutnije kao efektan način dokumentovanja i moćno sredstvo za promociju spomenika kulture. 3D lasersko skeniranje omogućava kreiranje realističnih 3D modela, koji detaljno opisuju geometriju i teksturu spomenika. Ovakvi digitalni modeli pružaju visok nivo informacija i imaju više mogućnosti primjene – digitalna konzervacija i prezervacija, kreativne industrije, monitoring, virtuelne ture, prezentacija i promocija, restauracija i rekonstrukcija, statička stabilnost, edukacija, osiguranje, kulturni turizam i digitalna konzervacija i prezervacija.

Doc. mr Marko Gošović  
Univerzitet „Mediteran“  
Fakultet vizuelnih umjetnosti  
Podgorica, Crna Gora

## IMPLEMENTACIJA *LIVE* ZVUČNIH EFEKATA NA EKSTERIJERIMA GRAĐEVINA I POTENCIJALNI BENEFITI NA TURISTIČKU PRIVREDU

Koristeći interdisciplinarni pristup baziran na arhitekturi (eksterijeri građevina), filozofiji (estetika) i tehnologiji (digitalni zvuk) ovaj rad pruža teorijski okvir u odnosu zvučnih i vizuelnih elemenata arhitekture, a zatim preispituje njen odnos sa zvukom nakon praktične implementacije *live* digitalnih zvučnih efekata na eksterijerima građevina. Rezultati istraživanja mogu se koristiti i valorizovati ne samo u umjetnosti, arhitekturi, nauci, tehnologiji itd., već i u nekim drugim oblastima poput kulturnog turizma, zbog činjenice da bi primjena zvučnih efekata na eksterijerima građevina mogla dati potpuno novu dimenziju doživljaja kroz umjetničku, kulturnu i turističku ravan.

Dr Marija Đorđević  
Univerzitet u Beogradu  
Filozofski fakultet  
Institut za istoriju umetnosti  
Beograd, Srbija

## ZVUČNI ZAPIS KAO KULTURNO NASLEĐE I RESURS

Rad ispituje potencijale zvučnog zapisa kao kulturnog nasleđa, kao osnove za aktivnu savremenu upotrebu baštine u filmskoj i muzičkoj produkciji. Mogućnosti korišćenja ove specifične vrste kulturnog dobra biće tumačeno kroz primer arhiva Radio Beograda, kao baštinskog fundusa, i to sa fokusom na dva projekta – *produkcija* nagrađivanog animiranog serijala *Radiovizija* i *rezidencijalni program* čiji je domaćin Radio Beograd. Na osnovu navedenih studija slučaja rad ispituje kako mogućnosti, tako i etičke aspekte upotrebe kulturnih dobara u svrhu produkcije profitnih sadržaja kao osnovne karakteristike kulturnih industrija.

Spomenka Saraga  
Balduči film d. o. o.  
Zagreb, Hrvatska

## KAKO LOKACIJA ZA SNIMANJE FILMA MOŽE POSTATI TURISTIČKA ATRAKCIJA (I OBRATNO)

Kako filmski turizam utječe na stvaranje imidža turističke destinacije i ima li prostora za potencijalni napredak u stvaranju tog imidža? Sve su to pitanja na koja stručnjaci u turizmu traže odgovore. Sve je veći broj gradova koji kroz filmski turizam uspješno razvijaju svoju turističku ponudu. Filmski turizam pojavljuje se 60-ih godina prošlog stoljeća, kada veliki holivudski studiji otvaraju svoje setove za posjetitelje, a filmski setovi postaju turističke atrakcije. Danas fanovi pojedinih filmova kao što su *Game of Thrones* ili *Star Wars*, putuju svijetom u potrazi za lokacijama gdje se film snimao. Turističke destinacije imaju svoje posebne atrakcije – bilo da je riječ o prirodnim ljepotama bilo o povijesnom nasljeđu, odnosno materijalnoj i nematerijalnoj baštini. Upravo su atrakcije glavni razlog dolaska filmskih ekipa koje traže izuzetne lokacije starih gradova i posebnosti njihove arhitekture (tvrđava, dvoraca, ulica), interijera ili pak očuvane prirodne ljepote. Naravno da takvi filmovi doprinose popularnosti određenih lokacija, većoj posjeti i, ako se na pravi način upravlja, donose dobit, koja se reflektira time da se određene lokacije i spomenici mogu bolje obnavljati te da se o njima vodi veća briga.



Dr Dragan M. Đorđević  
XIII beogradska gimnazija  
Beograd, Srbija

## BITI NEKO, NIKO I SVAKO: FLUIDNOST IDENTITETA U POLJU POPULARNE KULTURE I MASOVNIH MEDIJA

U radu se afirmiše fluidnost identiteta u polju popularne kulture i elektronskih medija. Elektronski mediji nisu suštinski drugačiji od starijih medija (knjiga), te omogućuju baštinjenje identiteta i tradicija koje mogu biti dramatično istorijski i kulturno daleki. To je fundamentalna karakteristika popularne kulture, koja – osnažena elektronskim medijima – razara bilo kakvu iluziju o stabilnosti identiteta, vrednosti, kulture. Izneto razumevanje snažno korespondira s kiničkim konceptom svetskosti, odnosno kosmopolitizma Petera Sloterdajka. Kao studija slučaja data je analiza epizode „Striking Vipers“ serijala *Black Mirror* (2019), u kojoj fluidnost identiteta biva inicirana korišćenjem fiktivne VR (*virtual reality*) igre identičnog naziva. Izvan ove studije slučaja rad referiše i na kanonske radove ludologije i gejminga (Hojzinga, Kajoa) i polemiše sa stavovima profesora Ratka Božovića.

Prof. dr Ljiljana Gavrilović  
Univerzitet u Beogradu  
Filozofski fakultet  
Centar za muzeologiju i heritologiju  
Beograd, Srbija

## DIGITALNE IGRE: NASLEĐE U NOVOM RUHU

Tokom poslednje dve decenije veliki broj svetskih institucija koje se profesionalno bave zaštitom nasleđa (muzeji, instituti i sl.) promovisao je i digitalne igre, koje su oblikovane za potrebe njihovog rada, kao alat za promociju nasleđa čijom se zaštitom bave. Istovremeno, u velikom broju digitalnih igara već se koriste različiti segmenti nasleđa (antičkog, nordijskog, evropskog, dalekoistočnog) iako su interpretacije nasleđa u njima ili šturo ili potpuno van konteksta zaštite i sticanja novih znanja (zbog *popularnosti*, a ne da bi se korisnicima približio koncept nasleđa). Sa objektivnim porastom interesovanja za digitalne igre, proširenjem lepeze uređaja na kojima se one mogu koristiti (*mobile games*), ogromnim porastom industrije i stalno rastućom igračkom populacijom, igre bi mogle da budu idealan način za popularizaciju nasleđa (prirodnog, materijalnog i nematerijalnog), mada još nedovoljno iskorišćen. Za promociju nasleđa bi se mogli koristiti različiti tipovi igara: avanture, strategije, *placement*, *hidden object*, pa čak i *match three games*, kao i druge „obične“ igre (*common games* / „igrice“). To bi, istovremeno, bio i idealan način za spoj zaštite i promocije nasleđa, s jedne, i kreativnih industrija, s druge strane, jer se nasleđe ni na koji način ne bi ugrožavalo iako bi bile moguće njegove različite upotrebe i interpretacije, dok bi (relativno) nepoznati studiji dobili šansu da isprobaju novi pristup oblikovanju digitalnih igara i time se lakše probiju na tržište.

Dr Srđan Bulatović  
Umjetnička škola za muziku  
i balet „Vasa Pavić“  
Podgorica, Crna Gora

Mr Darko Nikčević  
Univerzitet Crne Gore  
Muzička akademija  
Elektroakustička laboratorija  
Cetinje, Crna Gora

## AUTENTIČNI MUZIČKI „PROIZVOD“ INSPIRISAN TRADICIONALNOM MUZIKOM

U traženju sopstvenog muzičkog izraza nije dovoljno osloniti se samo na baštinu već je, u današnjem mnoštvu najrazličitijih muzičkih žanrova, preporučljivo savladati ih na najvećem mogućem nivou, „izvući“ iz svakog ono što vam odgovara, modifikovati ga i prilagoditi svojim mogućnostima i muzičkom senzibilitetu. Takvom fuzijom više različitih muzičkih pravaca, uz dodatak sopstvenih muzičkih ideja, moguće je stvoriti potpuno nova djela i skrenuti pažnju na sebe u muzičkoj industriji. Duo gitara Bulatović–Nikčević, aktivno i u kontinuitetu prisutan na domaćoj i međunarodnoj umjetničkoj sceni, upravo na tom tragu nastoji da stvara autentičan muzički izraz.

Dr Hristina Mikić  
Institut za kreativno preduzetništvo i inovacije  
Beograd, Srbija

## KREATIVNOST INSPIRISANA TRADICIJOM: „DIGITAL GLASS SERBIA“ KAO SPONA IZMEĐU NASLEĐA I KREATIVNIH INDUSTRIJA

Budućnost kreativne ekonomije je u premijum proizvodima, koje odlikuju originalnost, izuzetnost i autorski potpis. Poslednjih nekoliko godina vidljive su promene u ovom pravcu. Sve veći značaj pridaje se autorskim kreativnim industrijama, a posebno se podstiče njihova veza sa kulturnim nasleđem. „Heritizacija“ kreativnih industrija je novi fenomen, koji opisuje procese u kojima se kreativnim proizvodima i uslugama pripisuju narativi koji svedoče kontinuitet, kulturne vrednosti i jedinstveni kulturni kontekst. Izlaganje je posvećeno predstavljanju osnovnih dimenzija i elemenata pametnog i održivog razvoja kreativnog sektora koji se bazira na resursima kulturnog nasleđa. Šta takvi procesi mogu doneti malim zemljama na poluperiferiji, kako ih one mogu iskoristiti i kako lokalno nasleđe koje se sada doživljava kao balast i prepreka razvoju može postati njegova mogućnost. Na primeru inicijative „Digital Glass Serbia“, koja je posvećena revitalizaciji staklarstva u Paraćinu i podsticanju kreativnog preduzetništva u ovoj oblasti, biće predstavljeni izazovi i mogućnosti za multiplikaciju ovog modela i u drugim sredinama.

Mr Olga Nikanorova  
Naučno-edukativni centar  
Institut svetskih civilizacija  
Moskva, Rusija

## TRADICIONALNI MANASTIRSKI ZANATI U KONTEKSTU KREATIVNIH INDUSTRIJA

Raznovrsni zanati i rukodelje bili su tokom više vekova neodvojiv deo ekonomske (privredne) strane manastirskog života. Zanati i rukodelje, sačuvani u drevnim manastirima, i dalje su u živoj praksi, a danas se mogu posmatrati kao deo onoga što nazivamo kreativne industrije u savremenom postindustrijskom svetu. Dobar primer za to jesu brojne radionice u crnogorskim pravoslavnim manastirima, posebno u onima na području Paštrovića. Tamo se danas čuva i neguje tradicija rukodelja, a kreativna delatnost u manastirima, uvek sveža i aktuelna, osim duhovnom i estetskom doživljaju, može da doprinese manastirskom gazdinstvu i ekonomski.

Doc. mr Andrijana Popović  
Kubo  
Bari, Italija

## UMREŽENE RUKE TRADICIJE: (O)GLEDALO KREATIVNE INDUSTRIJE

Možemo li govoriti o kreativnim industrijama van konteksta saznanja o ljudskim potrebama, kao novim sposobnostima u stvaranju estetskih rešenja i umeću gledanja iz drugog ugla? Presentacija daje osvrt na značaj procesa kreativnog iskustva, primenom reafirmisane kulturne baštine u svrhu očuvanja budućnosti identiteta tradicija, na različitim segmentima kreativnih industrija, koje su umrežene: zanatstvo, dizajn, moda, film, muzejska delatnost... Ponovno otkrivanje čoveka kao centra kreativnih industrija, sada ima novo značenje i ulogu. Noviji rezultati istraživanja pokazali su greške „slepog“ oslanjanja na tradicionalne parametre razvoja, te je s tim u vezi pažnja naučnika i kreatora kreativnog kapitala sve više usmerena na proučavanje značaja i vrednosti ljudskog kapitala i *know-how*. Kreativnost je nematerijalna pojava koju je teško „osetiti“, međutim, moguće je identifikovati četiri faktora koji su ključni elementi za njenu uravnoteženu evoluciju: 1) čovek-kreator, 2) umrežavanje, 3) kultura i 4) produktivne aktivnosti. S tim u vezi, izlaganje se fokusira na identifikaciju indikatora koji valorizuju kriterijume procesa iskustvenog/čulnog stvaranja: vizuelno mišljenje + emocije koje misle = empatija kreativnosti. Ključna pitanja su osvedočena konkretno video-naracijom: projekat kreativne i kulturne industrije na regionalnom nivou Pulja (Italija).

Dr Branko Banović  
Etnografski institut SANU  
Beograd, Srbija

## NAKIT OD UGLJA: KA UČITAVANJU NOVIH ZNAČENJA

Kako sagorijevanje uglja predstavlja jedan od najvećih izvora zagađenja vazduha na globalnom nivou, EU različitim mehanizmima pokušava umanjiti upotrebu ovog fosilnog goriva i stimulisati proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora. Tragovi rudarenja u pljevaljskom kraju sežu u daleku prošlost, a od socijalističkog perioda razvojne perspektive grada počinje da odlikuje snažna sirovinaska orijentacija, koja se dominantno zasniva na eksploataciji uglja. Upravo u periodu kada se problematizuje prestanak rada Termoelektrane u Pljevljima, a samim tim i budućnost eksploatacije uglja u jednom od najzagađenijih gradova Evrope, lokalne umjetnice i preduzetnice, okupljene u NVO „Kišobran za Sunce“, počinju da izrađuju nakit i druge ukrasne predmete od pljevaljskog uglja – u promotivnom materijalu, nazivajući ga „pljevaljskim crnim zlatom“. Polazeći od šireg okvira kreativnih industrija, u radu se analizira ovaj zanimljiv i inovativan projekat i pažnja se usmjerava na proces nastajanja novog simboličkog, kulturnog, identitetskog i estetskog doživljaja fosilnog goriva, čija eksploatacija leži u osnovi razvoja Pljevalja kao industrijskog centra. Kako eksploatacija uglja u Pljevljima ima upitnu budućnost, u radu će se analizirati simbolička vrijednost nakita od uglja u kontekstu postindustrijskih Pljevalja.

Mr Jelena Đukanović  
Univerzitet Donja Gorica  
Fakultet za dizajn i multimediju  
Podgorica, Crna Gora

## *TORNALETA – BIJELO NA BIJELOM:* DOMAĆA BIJELA ČIPKA U SAVREMENOM KONTEKSTU

Termin definiše kreativne industrije kao one industrije koje imaju porijeklo u individualnoj kreativnosti, vještinama i talentu i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i radnih mjesta kroz generisanje i eksploataciju intelektualne svojine. S početkom XXI vijeka razvija se široko područje preklapajućih uticaja novih tehnologija, nauke i umjetnosti. Pojam kreativne industrije uključuje advertajzing, arhitekturu, tržište umjetnosti i antikviteta, zanate, dizajn, modni dizajn, film, video, fotografiju, kompjuterske igrice, muziku, izvođačke i vizuelne umjetnosti i izdavaštvo. Koristeći tradicionalne materijale, motive ili tehnike proistekle iz materijalne i nematerijalne kulturne baštine, dizajner ih stavlja u novi kontekst i tako utiče na podizanje svijesti i razumijevanje šire javnosti o njenoj važnosti za identitet, zajedništvo i društvenu koheziju. Rad *Tornaleta – bijelo na bijelom* inspirisan je ženskim rubljem paštrovskog kraja XIX i XX vijeka. Iako je kapsula kolekcija nastala na poziv JU Spomen-dom „Reževići“ još 2006. godine, do danas nije izgubila na aktuelnosti. Transponovanjem tradicionalnih djelova ženskog rublja – *komeš, kotula, bustin, mudante* i *kalcete* – u savremenu formu, dobijena su zanimljiva rešenja modnih elemenata. Naglasak je na *tornaleti* – domaćoj bijeloj čipki po kojoj je rad i nazvan.



Mr Boris Čalić  
Univerzitet Donja Gorica  
Fakultet za dizajn i multimediju  
Podgorica, Crna Gora

## IMPLEMENTACIJE ETNO-MOTIVA U MODNOM DIZAJNU

Narodne nošnje Crne Gore čine bitan dio kulturne baštine koja vjerodostojno reflektuje brojne etničke i kulturne identitete, koji u Crnoj Gori kroz jedinstvo različitosti žive punoću svojih posebnosti. Procjene govore da će do 2025. godine 50% turista činiti „turisti-istraživači“, koji očekuju da upoznaju sve vrijednosti i obilježja turističke destinacije, uključujući kulturno nasljeđe i tradicionalne stilove življenja, kao i njihovo pulsiranje kroz način života koji nameću opšti trend globalizacije ponude i potrebe modernog konzumerističkog doba. Potencijal za korišćenje elemenata nasljeđa u modnom dizajnu zasniva se na nekoliko pretpostavki: označava pripadnost i diferencira pojedine krajeve, posjeduje jedinstveni autohtoni likovni izraz, način nošenja i našiveni oblici imaju tačno određeno značenje i simboliku, neiscrpan su izvor motiva i tako dalje. U izlaganju će biti prezentovane neke od praksi ekonomske, komercijalno-marketinške i turističke valorizacije narodnih nošnji Crne Gore, kojima se promovišu vrijednosti destinacije, uključujući i način života, običaje i tradicionalno odijevanje.

Iva Đurović  
Univerzitet Crne Gore  
Fakultet likovnih umjetnosti  
Studijski program Grafički dizajn  
Cetinje, Crna Gora

## SAVREMENA PRIMJENA ETNOLOŠKOG NASLJEĐA U KREATIVNIM INDUSTRIJAMA NA PRIMJERU DOBROTSKE ČIPKE

Rad se bavi mogućnostima primjene elemenata etnološkog nasljeđa u okviru kreativnih industrija, na primjeru dobrotske čipke. Hipoteza rada je da se estetske vrijednosti unikatnih sačuvanih starih komada bijelog veza, sa specifičnom morfologijom prepleta, mogu, komponovanjem paterna, vrlo uspješno koristiti kao referenca za oblikovanje novih, savremenih formi grafičkog i industrijskog dizajna. Transponovanjem ovih estetskih vrijednosti u upotrebne forme različitih namjena potencijalno se stvaraju mogućnosti za popularizaciju i dodatnu valorizaciju konkretnog nematerijalnog kulturnog dobra od nacionalnog značaja.

Adrijana Husić  
Communication Studio Cassiopeia d. o. o.  
Podgorica, Crna Gora

## CRNA GORA NA DRUGAČIJI NAČIN: OD KULTURE I PRIRODNIH LJEPOTA DO AFIRMACIJA RODNE RAVNOPRAVNOSTI

U maju 2020. *Crnogorska bojanka* je počela svoje prvo putovanje ka kreativcima – malim i velikim. Ona na zabavan i edukativan način, kroz svijet boja i kratkih priča, otkriva ljepote i bogatstva koje Crna Gora krije. Godinu 2020. završile smo sa čak 11 komercijalnih izdanja *Crnogorske bojanke*. Pored njih, naš tim je uspostavio saradnju s brojnim crnogorskim i internacionalnim kompanijama koje posluju u Crnoj Gori, kreirajući posebna izdanja. Osim toga, u saradnji s dnevnim listom *Pobjeda*, više od 8.000 bojanke podijeljeno je širom zemlje. Sveukupno, preko 25.000 bojanke našlo je svoje mjesto i dobilo neke nove boje. Nakon komercijalnih izdanja posvećenih ljepotama Crne Gore, njenoj kulturnoj i istorijskoj baštini, novo, dvanaesto izdanje dolazi kao spoj prirode Crne Gore i društvenih tema o kojima nikada nije prerano da razgovaramo s najmlađima. Priča o timu koji stoji iza prvih crnogorskih bojanke protkana je ženskom energijom, dugim prijateljstvima i ljubavlju, kreativnim izazovima i zajedničkim ciljem da stvaramo *magiju* i tako mijenjamo sebe i svijet oko sebe. Uz dosta rada, upornosti i međusobne podrške, avanture i predjele preslikavamo na papir – kroz ilustracije crnogorskih motiva koji nas inspirišu i priča koje nas motivišu da istražujemo dalje. *Crnogorska bojanka* je projekat nastao sa željom da se najmlađima, ali i starijima, na drugačiji način predstavi Crna Gora.

Mr Milana Živković  
Ž-Space d. o. o.  
Cetinje, Crna Gora

## TRANSFORMACIJA UMJETNIKA U CILJU ZAŠTITE PRIRODE I PRIRODNE BAŠTINE

Svjedoci smo da neprestano skrnavljenje prirode i prirodne baštine izaziva i konstantno osiromašenje sveukupnog svijeta oko nas. Zato su danas, više nego ikad, važni transformacija pojedinca i uloga umjetnosti. S pozicije samostalne vizuelne umjetnice prezentovaću svoja dugogodišnja iskustva i određena razmišljanja o transformaciji uloge umjetnika i umjetničkog rada (proizvoda) „Svjetlosni mural“. U pitanju je projekat, realizovan u formi kreativnih industrija kroz program „Kreativna Crna Gora“, podržan 2018. na konkursu Minsitarstva kulture Crne Gore, a zatim kokreiran u ekološko-umjetnički projekat. Ovo umjetničko istraživanje i transformacija ne samo da valorizuju zaštitu okruženja i prirodne baštine već i afirmišu snagu malih kontinuiranih akcija pojedinca bez obzira na korona (i svaku drugu) krizu u kojoj se nalazimo. Zato je važno da se institucije kulture i civilni sektor takođe transformišu u novoj dinamici i implementaciji različitih umjetničkih projekata i kulturnih događaja, osvijesti neefikasnost dominantno formalnog administrativnog pristupa umjetniku, umjetničkim projektima i proizvodima radi plodnije saradnje, koja može pozitivno da utiče na kulturu, ekonomiju i ekologiju/prirodu istovremeno. U osnovi mog umjetničkog rada su istraživanje i eksperimentisanje na temu kako „zaraziti“ svijet kulturom i umjetnošću malim kontinuiranim kreativnim koracima i proširiti zaštitu prirodne baštine na ukupnu prirodu.



# BILJEŠKE















*Izdavač*  
Društvo za kulturni razvoj „Bauo“  
Petrovac na Moru

*Za izdavača*  
Mila Medin

*Lektura i korektura*  
Katarina Pišteljić  
Milica Stanić Radonjić, MA

*Dizajn korica i vizuala konferencije*  
MM Digital d. o. o.  
Petrovac na Moru

*Tehničko uređenje*  
Jasmina Živković

*Štampa*  
Opus3  
Podgorica

*Tiraž*  
100

CIP – Каталогизacija у публикацији  
Национална библиотека Црне Горе, Цетиње

ISBN 978-9940-828-00-4  
COBISS.CG-ID 20992004

