

**JASNA HORVAT
JOSIPA FORJAN**

**BRENDIRANJE
KULTUROM:
GLAGOLJICA**

Jasna Horvat
Josipa Forjan

Brendiranje kulturom: glagoljica

Autorice	prof. dr. sc. Jasna Horvat prof. dr. sc. Josipa Forjan
Glavna urednica	dr. sc. Ana Zrnić
Izvršna urednica	Ivana Jobst, mag. oec.
Slikovni prilozi	Mario Miloloža Tomislav Džunja
Recenzenti	izv. prof. dr. sc. Marija Benić Penava doc. dr. sc. Dejan Gluvačević
Lektura	Ivana Buljubašić Srb, mag. educ. philol. croat.
Grafičko oblikovanje	STUDIO HS INTERNET d.o.o., Đuro Jelečević
Izdavač	Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji

ISBN (otisnuto izdanje)

978-953-8416-22-4 (tvrdi uvez)

978-953-8416-25-5 (meki uvez)

CIP zapis dostupan je u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001207771. (tvrdi uvez)

CIP zapis dostupan je u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001207772. (meki uvez)

ISBN (elektroničko izdanje)

978-953-8416-21-7

Nakladnička cjelina

Alkar: znanstveno-istraživačka publikacija

Licenca

Ovaj primjerak publikacije *Brendiranje kulturom: glagoljica* besplatan je i dijelom je nakladničke cjeline Alkar namijenjene objavljivanju znanstveno-istraživačkih studija. Besplatnim primjercima knjige *Brendiranje kulturom: glagoljica* doprinosi se otvorenom pristupu znanosti kako bi se akademska misao širila bez ograničenja i naknade.

Ovaj je dokument izrađen uz financijsku podršku Ministarstva vanjskih i europskih poslova. Sadržaj ovoga dokumenta u isključivoj je odgovornosti Instituta Andizet i ni pod kojim se uvjetima ne može smatrati kao odraz stajališta Ministarstva.

Jasna Horvat
Josipa Forjan

Brendiranje kulturom: glagoljica

Sažetak

Znanstveno-istraživačka studija *Brendiranje kulturom: glagoljica* prinos je obilježavanju članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji i devetoj obljetnici projekta Brendiranja kulturom. Kako je glagoljica 2023. godine označila eurokovanice u apoenima od 5, 2, i 1 centa, brendiranje kulturom oprimjereno je hrvatskom glagoljicom – tradicijskim hrvatskim pismom. U studiji je predstavljen Model kružne kreativnosti, a uspostavljena metodologija primjenjiva i na druga tematska usmjerenja potekla iz kulturnog identiteta. Koncept Modela kružne kreativnosti leži u planski vođenom „kruženju“ temeljnog kulturnog predloška (književnoga teksta) svim sektorima kreativne industrije. Takvim kruženjem ostvaruje se interpretiranje temeljnog kulturnog predloška u svakom od medija kreativne industrije, a konačni je rezultat cjelovito brendirano idejno ishodište. U znanstveno-istraživačkoj studiji *Brendiranje kulturom: glagoljica* opisan je i kritički analiziran postupak sektorskog kruženja romana *Az* (Horvat 2009) te učinak brendiranja koji je postavljen takvim „kruženjem“.

Ključne riječi: kreativna industrija, metodologija, temeljni kulturni izraz, glagoljica, kružna kreativnost

Abstract

The scientific research study titled Cultural Branding: Glagolitic Script constitutes a significant contribution to showcasing the Republic of Croatia's membership in the European Union and commemorating the ninth anniversary of the Cultural Branding project. In 2023, the Glagolitic script made its mark on euro coins with denominations of 5, 2, and 1 cent, serving as a tangible representation of cultural branding through the embodiment of the Croatian Glagolitic alphabet - the traditional Croatian script. This study introduces the Circular Creativity Model, and the established methodology is applicable to various thematic orientations rooted in cultural identity. The essence of the Circular Creativity Model lies in the deliberate and guided "circulation" of a fundamental cultural template (a literary text) across all creative industry sectors. This circulation allows for the interpretation of the fundamental cultural template within diverse creative mediums, culminating in a fully branded conceptual origin. The scientific research study Cultural Branding: Glagolitic Script describes and critically analyses the sectoral circulation process of the novel Az (Horvat 2009), as well as the effect of branding established by such "circulation".

Key words: creative industry, methodology, fundamental cultural expression, Glagolitic script, circular creativity

Zusammenfassung

Die wissenschaftliche Forschungsstudie Branding durch Kultur: Glagoliza ist ein Beitrag zur Kennzeichnung der Mitgliedschaft der Republik Kroatien in der Europäischen Union und des neunten Jahrestages des Projektes Branding durch Kultur. Da die Glagoliza im Jahr 2023 die Euromünzen in Nennwerten von 5, 2 und 1 Eurocent prägte, wurde zum Branding durch Kultur die kroatischen Glagoliza - die traditionelle kroatische Schrift - als Beispiel genommen. In der Studie wurde das Modell der zirkulären Kreativität vorgestellt und es wurde eine Methodologie eingesetzt, welche auch auf andere thematische Richtungen, entstanden aus der Kulturidentität, anwendbar ist. Das Konzept des Modelles der zirkulären Kreativität liegt im planmäßig geleitetem "Kreisen" der grundlegenden Kulturvorlage (literarischer Text) durch allen Sektoren der kreativen Industrie. Durch ein derartiges Kreisen wird die Deutung der grundlegenden Kulturvorlage in allen Medien der kreativen Industrie erzielt und das Endergebnis ist ein vollkommen brandierter Ursprung der Ideen. In der wissenschaftlichen Forschungsstudie Branding durch Kultur: Glagoliza wurde das Verfahren des Kreisens durch die Sektoren des Romanes Az (Horvat 2009) sowie die Auswirkung des Brandings, welche durch dieses "Kreisen" dargestellt wurde, beschrieben und kritisch analysiert.

Schlüsselwörter: kreative Industrie, Methodologie, grundlegender Kulturausdruck, Glagoliza, zirkuläre Kreativität

Sadržaj

Sažetak	5
Abstract	6
Zusammenfassung	7
Predgovor	10
1. Glagoljica u Modelu kružne kreativnosti	13
1.1. Sektori kreativne industrije	18
1.2. Model kružne kreativnosti	21
1.2.1. Pretpostavke, prilike i rezultati Modela kružne kreativnosti	24
1.2.2. Temeljni kulturni izraz Modela kružne kreativnosti - primjer romana Az	25
2. Roman Az - Ishodište Modela kružne kreativnosti	29
2.1. Dijelovi romana	34
2.1.1. Slovarij: azbukividnjak	36
2.2. Vektorsko čitanje glagoljice	75
3. Sektorski rezultati	79
3.1. Sunčana ura	82
3.2. Tko sam ja?	86
3.3. Aula glagoljice	88
3.4. Murali meandrirane glagoljice	93
3.5. Igra Glagoljon	97
3.6. Glagoljaška večera	102
3.7. Multimedijско vođenje Aulom glagoljice	105
3.8. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije	107
3.9. Milenijske zvijezde	114
3.10. Medaljon Ave	117
3.11. Slatki Az	119
3.12. Mural Alkar	120
3.13. Virtualni Alkar	124

3.14. Računalni font Alkar	126
3.15. Glagoljaška poema Az	128
3.16. Hrvatska kulturna putovnica na Putu svile	131
4. Brendiranje kulturom. Glagoljica u kružnoj kreativnosti	135
4.1. Brendiranje i Model kružne kreativnosti	137
4.2. Brendiranje kulturom	137
4.3. Brendiranje glagoljicom	138
4.4. Učinci brendiranja glagoljicom	141
4.5. Nastavak brendiranja glagoljicom	142
Izdvojeno iz recenzija	144
Prilozi	146
Popis tablica	148
Popis slika	148
Popis shema	150
Reference	151
O autoricama	153
Jasna Horvat	153
Josipa Forjan	155

Predgovor

Hrvatska glagoljica i glagoljaštvo kulturni su fenomeni koji se vežu uz hrvatski narod, jedinstveni po svojim lingvističkim, grafijskim, etnološkim, antropološkim i semiotičkim odlikama. U veljači 2024. puni se deseta obljetnica imenovanja hrvatske glagoljice i glagoljaštva nematerijalnim kulturnim dobrom Republike Hrvatske. Iste godine proslavlja se peta obljetnica Dana hrvatske glagoljice za koji je proglašen 22. veljače, dok je u siječnju 2024. godine prvi rođendan eurokovanica označenih glagoljicom.

Glagoljica potaknuto je projektom Glagoljaška večer i njegovo predstavljanje u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Republici Austriji, a uz potporu Ministarstva vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske i Matice hrvatske Beč. Cilj knjige novi je život glagoljice kojim se pridonosi brendiranju i kulturnom ugledu Republike Hrvatske.

Popularizacijski uspon glagoljice okidač je za upoznavanje hrvatske glagoljice u ulozi glavne junakinje brendiranja kulturom primjenom Modela kružne kreativnosti. Teorijski i praktično brendiranje kulturom uspostavljeno je na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, a u suradnji s Institutom Andizet čija je misija provedba znanstvenih i umjetničkih istraživanja u kreativnoj industriji. Uz znanstvenike i stručnjake Modela kružne kreativnosti tijekom protekloga desetljeća razvijali su i studenti Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Poglavlja ove knjige podijeljena su u dva dijela od kojih je prvi dio posvećen teorijskim postavkama Modela kružne kreativnosti te pojašnjenju uloge hrvatske glagoljice u brendiranju kulturom. Drugo poglavlje opisuje ishodište Modela kružne kreativnosti te glagoljske znakove preuzete iz romana Az Jasne Horvat objavljenog 2009. godine (Zagreb, Naklada Ljevak). Treći dio knjige donosi rezultate Modela kružne kreativnosti i njegove eksperimentalne provedbe na Ekonomskom fakultetu

u Osijeku. U četvrtom poglavlju predstavljeni su učinci brendiranja kulturom koji pridonose ugledu Republike Hrvatske. Da je riječ o promišljenom pothvatu, svjedoče autoričine riječi izgovorene na Zagrebačkim književnim razgovorima u listopadu 2023. godine. „Povijesni roman umjetnički je pothvat kojim se (mitska) povijesna činjenica književno oblikuje kako bi se autorskom intervencijom brendirala u kulturni predložak prilagođen suvremenom dobu i digitalnoj komunikaciji.“ (Horvat 2023)

Knjiga *Brendiranje kulturom: glagoljica* predstavljena je 14. prosinca 2023. godine u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Republici Austriji u godini obilježavanja desete obljetnice članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji, a snimka predstavljanja dostupna je na uvid učitavanjem priloženog QR koda.



Snimka Glagoljaške večeri i predstavljanja knjige *Brendiranje kulturom: glagoljica* održane 14. prosinca 2023. u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Republici Austriji.

<https://vimeo.com/889409924>

Knjiga je ujedno najava predstojećih publikacija o brendiranju kulturom u kojima su nositelji simboličke poruke književni tekstovi Jasne Horvat nadahnuti Markom Polom, Eugenom Savojskim i hrvatskom mitologijom. Svi navedeni projekti ishodišne su točke Modela kružne kreativnosti. Njihovim višestrukim predstavljanjem u Republici Hrvatskoj i inozemstvu postali su kulturnim iskaznicama i putovnicama Republike Hrvatske.

Na kraju uvodnoga teksta srdačno vas pozivamo na putovanje Modelom kružne kreativnosti primijenjenim na glagoljici u brendiranju kulturom kojim će nas voditi rješenja Instituta Andizet. Dobro došli!

Autorice



1

A

AZ

ja (kršćanin)

1234

Glagoljica
u Modelu
kružne
kreativnosti

Glagoljaška je kultura obilježila hrvatsku srednjovjekovnu pismenost i njezinu ulogu u današnjoj hrvatskoj tradiciji. Glagoljica je srednjovjekovno simboličko pismo nadahnuto kršćanstvom u kojemu svaki znak istodobno predstavlja slovo, broj i simbol. Pismo i pismenost simbolička su odrednica prostora, vremena i naroda, a svijest o jeziku i pismu stupanj je razvijenosti i civilizacijske zrelosti određenoga podneblja. Glagoljica je prvo pismo kojim su Hrvati bilježili svoj materinski jezik već u 10./11. stoljeću, dok se ćirilica za zapisivanje hrvatskog jezika počinje upotrebljavati u 12., a latinica u 14. stoljeću. Glagoljica je atraktivna u svom vizualnom i simboličkom izričaju, a njezina sposobnost da istodobno prenosi tri poruke nadmašuje sposobnosti latinice kojom se danas služimo.

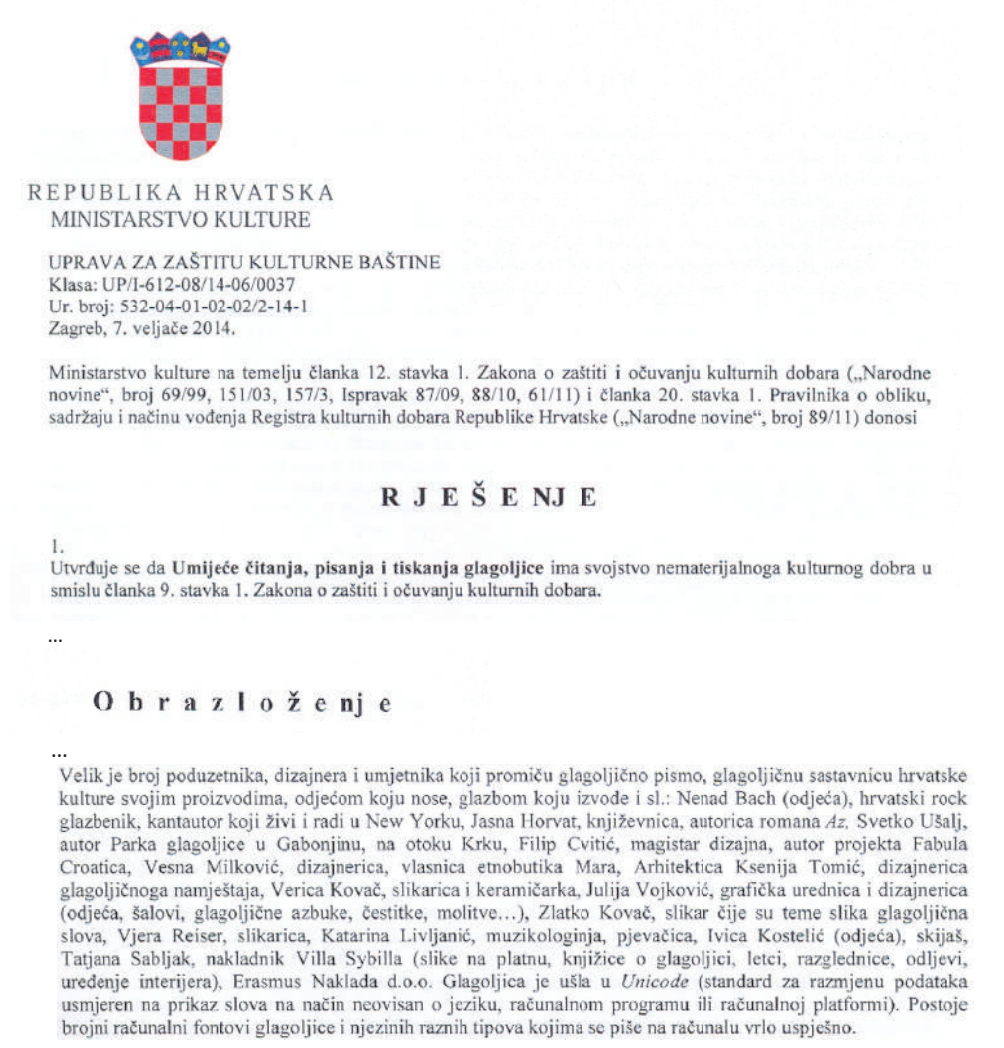
Većina znanstvenika za tvorca glagoljice drži Konstantina Filozofa (827. – 869.), a začetak glagoljičkog pisma seže u 9. stoljeće i 863. godinu u kojoj je Konstantin Filozof stvorio glagoljicu, a 867. prolazio bizantskom Dalmacijom, da bi 867. godine na putu u Rim prolazio hrvatskim zemljama u pratnji svojega brata Metodija (815. – 885.). Sveta su braća uz pomoć glagoljice kristijanizirala moravske Slavene te ga ujedno i opismenjivala. Riječ je o sposobnosti glagoljice da svojim pismenima prenese kršćanski nauk te da istodobno kršćanske vjernike pouči umijeću čitanja i pisanja glagoljice. Kršćanski su vjernici glagoljicom tako obnavljali i učvršćivali svoju vjeru, prilagođavali je svom kulturnom podneblju te je na koncu oblikovali u vlastiti, uglati oblik poznat pod nazivom **hrvatska glagoljica**. Glagoljica je u Hrvatskoj bila aktivno pismo sve do početka 20. stoljeća, a o njezinu životu svjedoče brojni spomenici.

Slika 1: Računalni font Alkar načinjen po uzoru na hrvatsku uglatu glagoljicu



Izvor: Horvat, Jasna (2020). Az. Drugo izdanje.

Posvećeni književni i stvaralački rad Jasne Horvat inspiriran glagoljicom nagrađen je HAZU-ovom nagradom za književnost 2010. godine. Ubrzo se pokazalo kako je nagrađeni roman Az Jasnu Horvat uvrstio u imena umjetnika koji promiču glagoljično pismo te je tako postala integralnim dijelom Rješenja kojim Ministarstvo kulture proglašava umijeće čitanja, pisanja i tiskanja glagoljice nematerijalnim kulturnim dobrom Republike Hrvatske.

Slika 2: Isječci iz Rješenja Ministarstva kulture (7. veljače 2014.)

Tim Rješenjem kojim je glagoljica uvrštena na popis nematerijalne kulturne baštine otvoren je put prema njezinu širokom populariziranju.

Dan hrvatske glagoljice proglašenim je 22. veljače i obilježava se od 2019. godine. Tim proglašenjem glagoljici je priznat njezin projektni rad kojim je uspješno pokrštavala i opismenjavala brojne narode. Na tom višestoljetnom putu razvijena je i posebna, hrvatska inačica glagoljskog pisma danas poznata kao uglata glagoljica.

Izraženo ekonomskom terminologijom projektni tim na Ekonomskom fakultetu u Osijeku glagoljicu je označio projektom ispred vremena njezina nastanka. Suvremenost glagoljskih principa čita se u povezivanju europskih zemalja primjenom:

- semiotičkog marketinga (svaki znak istodobno je slovo, broj i simbol)
- brendiranja¹ kršćanstva
- multikulturalnog razumijevanja.

Ekonomskoj teoriji poznato je da visokorazvijene zemlje kapitaliziraju vlastitu kulturu i naslijeđe. Nacionalne ekonomije na globalnom tržištu razlikuju se po uspješno brendiranom identitetu pri čemu samo velike kulture imaju vlastita pisma. Republika Hrvatska posjedovanjem vlastita pisma - uglate glagoljice, u prilici je brendirati se na globalnom tržištu kao velika kultura.

Tragom takvih spoznaja na Ekonomskom fakultetu u Osijeku od 2015. godine provodi se projekt brendiranja kulturom Republike Hrvatske. Projektni plan zahtijevao je prenamjenu postojećih prostora u muzejski prostor nazvan Aula glagoljice. Svi ostali rezultati projekta doprinijeli su izgradnji Modela kružne kreativnosti koji je predstavljan i provjeravan po svijetu. Projekt Brendiranje kulturom stoga se nalazi u središtu znanstveno-istraživačkog rada autorica ove knjige koje ga i dalje sustavno provode.

Ova knjiga može se čitati kao putovanje glagoljice kojim je potvrđena njezina uloga u životu suvremenog pojedinca. Kroz putovanje knjigom *Brendiranje kulturom: glagoljica* upoznaje se značenje i simbolika svakog znaka glagoljice, pretpostavke Modela kružne kreativnosti kao i praktična primjena Modela na primjeru glagoljice. Glagoljica tako postaje umjetnički zaštitni znak koji predstavlja autentičnost, kontinuitet i trajnost te je neiscrpan izvor nadahnuća u umjetničkom stvaralaštvu i oblikovanju hrvatskog branda.

¹ Novotvorbeni riječ znak (oznakoviti, oznakovljenje) prijedlog je Drage Štambuka kojim bi se zamijenila riječ „brend“. Riječ znak 2021. osvojila je drugo mjesto na natječaju za novu hrvatsku riječ.

1.1. Sektori kreativne industrije

Kreativna industrija podrazumijeva proizvodnju zaštićenu autorskim pravima, a obuhvaćenu projektima koji stvaraju (ne)materijalne proizvode i usluge namijenjene razmjeni na tržištu (Horvat, Mijoč i Zrnić, 2018:14). Kreativna industrija nalazi se na raskrižju umjetnosti, kulture, poslovanja i tehnologije pri čemu su kultura i tehnologija istodobno resurs i sredstvo za rad.

Kreativna industrija primjenom naprednih tehnologija inovira postojeće poslovne modele, zanimanja, djelatnosti i sektore. Temelj je kreativne ekonomije u kojoj novostvorene vrijednosti izlaze na globalno tržište suradnjom kreativaca (kreativna jezgra²) te ekonomista i pravnika (kreativna ovojnica). Visok udio projektnog rada doprinosi samozapošljavanju i pretvaranju hobija u posao. Uspješnost poslovanja oslanja se na vrsnoću u znanju i (digitalnim) vještinama te međusektorskoj umreženosti. Prijetnja poslovnim pothvatima u kreativnoj industriji povezana je s rizikom uvođenja inovacija.

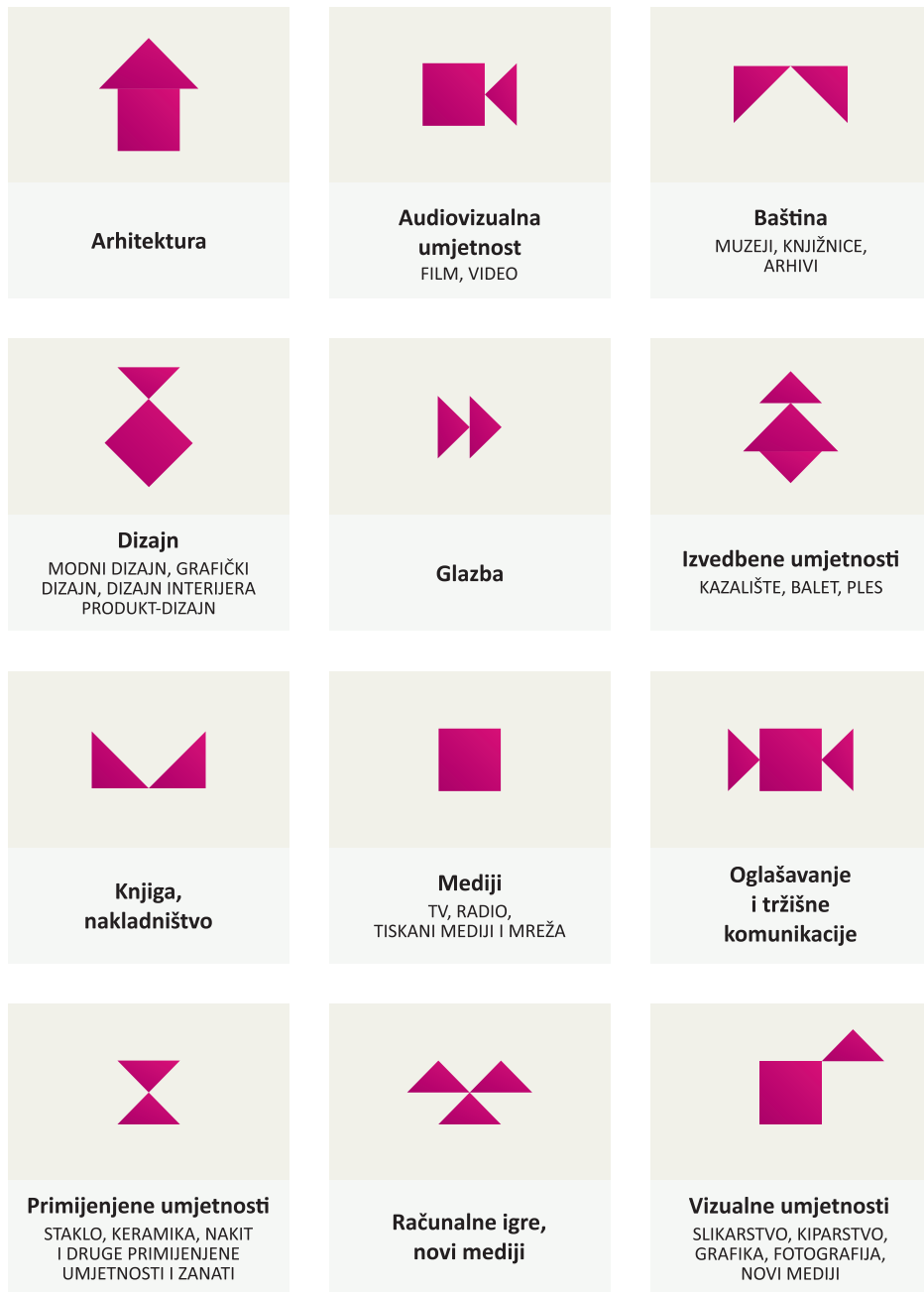
Kreativna industrija mjera je razvijenosti društva po kojoj visoko razvijena gospodarstva donose proizvode, usluge, projekte i doživljaje koji stvaraju nove potrebe suvremenim potrošačima. Time je potvrđena definicija kako su ekonomisti lovci snova (Horvat, 2022) jer „ulovljene snove“ donose na tržište ponudene potrošačima.

Djelatnosti kreativne industrije razvrstane prema sektorima svojom raznovrsnošću izazov su ekonomiji i nositeljima javnih politika. Znanstvenici i kreativci Instituta Andizet sektore kreativne industrije opisali su Shemom 1 (Horvat, Mijoč i Zrnić, 2018; Horvat, 2019; Mijoč, 2020; Horvat, 2020).

Prema tom prijedlogu sektori kreativne industrije su arhitektura, audiovizualna umjetnost, baština, dizajn, glazba, izvedbene umjetnosti, knjiga i nakladništvo, mediji, oglašavanje i tržišne komunikacije, primijenje umjetnosti, računalne igre i novi mediji i vizualne umjetnosti.

² Prema *Kreativnoj klasi* Richarda Floride (2002).

Schema 1: Sektori kreativne industrije



Autentičnost kreativnih proizvoda i usluga zasniva se na uporabi kulturnih i povijesnih sadržaja, a umjetnička i proizvođačka inovativnost osiguravaju diverzificiranost i tržišnu prepoznatljivost (Horvat, Mijoč i Zrnić, 2018). Kreativna industrija u stvaranju proizvoda i usluga podržava međusektorsku suradnju kreativaca uz preklapanje sektora u izgradnji inovativnog sadržaja namijenjenog razmjeni na tržištu. Na tržištu se često pronalaze proizvodi u kojima je sudjelovao veći broj kreativaca različitih sektora. Brendiranje ideje u potpunosti se ostvaruje ako je, primjerice:

- proizvod: knjiga
 - autor, sektor knjige i nakladništva
 - grafički dizajner, sektor dizajna
 - fotograf, sektor vizualne umjetnosti
 - itd.
- proizvod: film
 - glumci, sektor izvedbenih umjetnosti
 - glazbeni izvođač, sektor glazbe
 - izgradnja seta, sektor arhitekture
 - ton-majstor, sektor glazbe
 - kostimograf, sektor dizajna
 - majstor svjetla, sektor audiovizualne umjetnosti
 - itd.

Ujednačenost sektorske podjele nije postignuta ni na europskoj ni na svjetskoj razini. Nerazumijevanje nazivlja kreativne industrije polazi od pogrešnog imenovanja ove industrije i uporabe pojmova poput kulturne industrije, kreativnih industrija te kulturne i kreativnih industrija. Točan je naziv kreativna industrija. No, upravo takav naziv stvara otpor kulturnom i umjetničkom sektoru koji ne želi pripadati „industriji“, nego umjetnosti. Uopćeni pojam industrije potekao je iz uspostavljanja crnih industrija te razvoja kapitalističkih sustava u kojima se profit postiže okrupnjivanjem proizvodnje i što masovnijom prodajom proizvedenih učinaka. Na latinskom industrija znači radinost, a prema *Rječniku stranih riječi* (Anić i Goldstein, 2007) industrija podrazumijeva ukupnost mehaniziranog i automatiziranog radnog procesa kojemu je cilj prerađivanje sirovina ili poluproizvoda u gotov proizvod.

Komunikacijski jaz kreativne jezgre i ovojnice razlog je što pripadnici kreativne jezgre ne prihvaćaju pojam „kreativna industrija“. Jezgra ne razumije ovojnicu premda ovojnica razumije potrebe jezgre te svojim znanjima pripadnicima jezgre uspostavlja autorsku i ekonomsku zaštitu. Navedeno dovodi do otpora heterogenih (različitih) dionika svakog od sektora kreativne industrije te se u razgovorima s kreativcima ističe odvojenost od kreativne industrije.

Kreativna industrija razvija se u suradnji sa sveučilišnim središtima i nositeljima lokalnih politika.

Slika 3: Značenjsko polje koje obuhvaća termin kreativna industrija



U društvenom kontekstu kreativna industrija poistovjeđuje se sa znanjem, idejnošću, talentom, hobijima, projektima, inovacijama, prototipima, autorskim (industrijskim) vlasništvom te tehnologijom.

1.2. Model kružne kreativnosti

Koncept kružne kreativnosti počiva na planskom i projektom upravljanju ishodišnom idejom u dvanaest sektora kreativne industrije. Kružna kreativnost podrazumijeva projektne nastanak kreativnih proizvoda, usluga, sadržaja ili doživljaja u više sektora kreativne industrije poteklih iz iste izvorišne ideje. Kada se na temelju jedne izvorišne ideje (primjerice knjige) kreiraju proizvodi u svih ostalih 11 sektora kreativne industrije, postignut je cjeloviti Model kružne kreativnosti. Kružna kreativnost strategija je brendiranja kulturom u kojoj svi sektori kreativne industrije polazišnu ideju crpe iz književnoga teksta (sektor knjige i nakladništva). Takva strategija rezultira proizvodnom taktikom unutarsektorskih i međusektorskih suradnja, a rezultat joj je brendirana kulturna činjenica.

Cilj je Modela kružne kreativnosti pronaći načine kruženja autorske ideje/ proizvoda u svim sektorima kreativne industrije.

Kružna kreativnost pojam je iz ekonomske znanosti, odnosno kružne ekonomije (engl. *circular economy*). Prijelaz linearnog gospodarstva na kružno naziva se kružna ekonomija (engl. *circular economy*) u čijem je usmjerenju održivost kako resursa tako i proizvoda. U sustavu produžavanja životnog ciklusa već proizvedenog dobra on dobiva priliku ponovno postati sirovina koja se ponovno vraća u postupak proizvodnje. Kružna ekonomija podrazumijeva zadržavanje i usmjeravanje protoka resursa i energije kako bi proizvedena dobra što duže kružila i time poticala održivost gospodarstva u cjelini.

Analizom prethodnih istraživanja identificiran je Throsbyjev Koncentrični kružni model koji se može usporedno promatrati s Modelom kružne kreativnosti. Pri pojašnjenju kružne kreativnosti polazi se od Throsbyjeva (2008) Koncentričnog kružnog modela prikazan Slikom 4.

Slika 4: Throsbyjev Koncentrični kružni model kreativne industrije

Drugi temelj sektora kreativne industrije

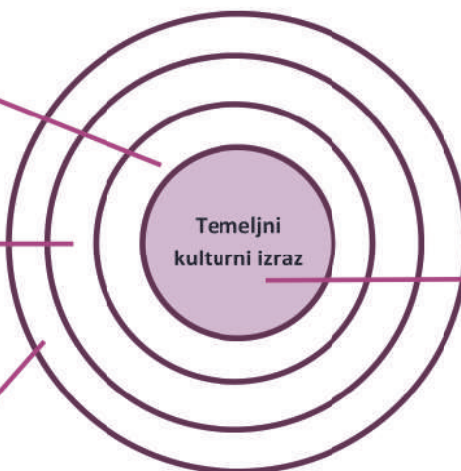
Film (Audiovizualna umjetnost)
Arhivi, knjižnice, muzeji
Fotografija

Širi sektori kreativne industrije

Baštinske usluge
Nakladništvo i tiskani mediji
TV i Radio
Snimanje zvuka
Video i računalne igre (Novi mediji)

Povezani sektori kreativne industrije

Oglašavanje i tržišne komunikacije
Arhitektura
Dizajn
Moda



Temeljni (sektori kreativna industrije) kulturni izraz

Književnost
Glazba
Izvedbene umjetnosti
Vizualne umjetnosti

Izvor: prilagođeno prema Throsby (2008)

Pri tome Throsby drži kako temeljni kulturni izraz uz književni tekst obuhvaća glazbu te izvedbene i vizulane umjetnosti. Throsby u djelatnostima temeljnog kulturnog izraza vidi djelatnosti koje donose ostvarenju najveće umjetničke vrijednosti, odnosno da

iz temeljnog kulturnog izraza izrastaju izražajne prilike za ostale sektore kreativne industrije. Na tragu Throsbyjeva modela Horvat (2019: 12) navodi da je „kružnost u kreativnoj industriji nadgradnja fenomena kreativne industrije“ te da „počiva na suradnji sektora kreativne industrije“. S obzirom na to da se djelatnosti preostalih koncentričnih kružnica udaljavaju od središta modela i temeljnog kulturnog izraza, proizvodi koji nastaju njihovom djelatnošću sadrže smanjeni udio kulturnog sadržaja odnosno povećavani udio komercijalnog sadržaja proizvodima koje te djelatnosti proizvode. Navedena postavka nakladništvu i djelatnicima u nakladništvu daje ulogu generatora kulturnog stvaranja i oblikovanja temeljnog kulturnog izraza.

Polazišne pretpostavke Throsbyeva Koncentričnog kružnog modela naznačuju smjerove propitivanja kružnih poslovnih mogućnosti u kreativnoj industriji (Horvat, 2019):

- a. temeljni kulturni izraz počiva na književnom tekstu, a uz tekst i na glazbi, izvedbenim i vizualnim umjetnostima
- b. iz temeljnog kulturnog izraza izrastaju prilike za ostale sektore kreativne industrije
- c. kruženjem temeljnog kulturnog izraza (npr. književnog teksta) po drugim sektorima kreativne industrije proizvode se kružni, tj. potpuni proizvodi (tematski istovrsni, ali umnožene komunikacijske sposobnosti jer su ostvareni raznovrsnim izražajnim tehnikama i sredstvima)
- d. kružnost u kreativnoj industriji ostvaruje se unutar i međusektorskom suradnjom sa zaštićenim autorskim pravima.

Sektor knjige i nakladništva najčešća je ishodišna točka u kružnoj kreativnosti (svjetski primjer: Harry Potter, nacionalni primjer: Vilijun). Istraživači Instituta Andizet 2017. godine započeli su postupak razvijanja prvog proizvoda (projekt Vilijun) kojim su uspostavili i potvrdili Model kružne kreativnosti. Primjer projekta kružne kreativnosti - roman *Vilijun* (Horvat, 2016) - rezultat je propitivanja pretpostavke da je kultura kapitalni resurs koji umnožava lokalna zajednica stvarajući vlastiti brend na temelju kulturnog prepoznavanja. Projekt Vilijun usmjeren je na promoviranje Republike Hrvatske u Narodnoj Republici Kini i povezivanju kulture dviju zemalja na drevnom Putu svile. Roman donosi dijalog Marka Pola i Kublaj-kana te informira čitatelje o hrvatskoj i kineskoj kulturi kao i životopisima nomada Marka Pola i vladara Kublaj-kana. U projektu kružne kreativnosti književni se tekst *Vilijun* razmatra kao proizvod nakladničkog sektora i prototip za izgradnju novih proizvoda u preostalih jedanaest sektora kreativne industrije. Projekt Vilijun 2018. godine nagrađen je za svoje inovativno djelovanje na području kreativne industrije. Riječ je o nagradi *Ful kulturno* Superbrendsa koja je hepening Vilijun proglasila najboljim niskobudžetnim događajem u kulturi.

1.2.1. Pretpostavke, prilike i rezultati Modela kružne kreativnosti

Model kružne kreativnosti strateški je osmišljeno uključivanje svih sektora kreativne industrije povezanih s ciljem postizanja veće tržišne prepoznatljivosti, odnosno brendiranja izvorišne ideje/proizvoda. Primjenom Modela kružne kreativnosti otvara se pitanja sektorskih, međusektorskih i međuindustrijskih suradnja. Model odlikuju pretpostavke, prilike i rezultati, a njihov pregled donosi Tablica 1.

 **Tablica 1:** Pretpostavke, prilike i rezultati Modela kružne kreativnosti

Pretpostavke za	<ul style="list-style-type: none"> ▪ projektna tema ima temeljni kulturni izraz³ (npr. književni tekst) koji će biti ishodišna ideja (kreativna jezgra) ▪ kruženje jedne „sirovine“ (proizvod, usluga, ideja, kreativni sadržaj, projekt) kroz sve sektore kreativne industrije s ciljem da se ista „sirovina“ ugradi u što veći broj novih kulturnih i kreativnih projekata ▪ međusektorsku suradnju ▪ potencijal inovativnosti ▪ imenovanje voditelja projekta, producenta (kreativna ovojnica) ▪ ostvarenje brenda
Prilike (kreativnoj jezgri i kreativnoj ovojnici) za	<ul style="list-style-type: none"> ▪ učenje ▪ razvoj novih vještina ▪ eksperimentiranje ▪ izgradnju autorske prepoznatljivosti ▪ istraživanje i proučavanje kako postići visoku tržišnu diverzificiranost i prepoznatljivost na temelju kružne kreativnosti kao novog koncepta kreativne industrije
Rezultati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ populariziranje ishodišne ideje ▪ prepoznatljivost (domaća i inozemna) svih dionika i ishodišne ideje ▪ poistovjećivanje publike (potrošača, korisnika) ▪ lojalnost publike (potrošača, korisnika) ▪ brendiranje ▪ međusektorska suradnja ▪ međuindustrijski potencijal ▪ kultura kao resurs koji se potrošnjom umnaža ▪ međunarodna prepoznatljivost ▪ razbijanje predrasude „mi nismo kreativni“ ▪ poticanje poduzetništva u kreativnoj industriji ▪ konkurentsko diverzificiranje ▪ prelijevanje u druge industrije (i na druge projektne probleme; primjerice hotelska prodaja)

³ Temeljni kulturni izraz u Modelu kružne kreativnosti naziva se sljedećim istoznačnicama: sirovina, ishodište, ishodišna ideja.

Ekonomska znanost preuzela je ulogu kreativne ovojnice u kojoj pomaže autorima svih 12 sektora kreativne industrije organizirati i uspostaviti poduzetničku kreativnost.

Projekt brendiranja kulturom u čijem je središtu glagoljica u cijelosti potvrđuje Model kružne kreativnosti svojim rezultatima u svim sektorima kreativne industrije te podržava strateške ciljeve kulturnog brendiranja, odnosno „globalnog osvajanja“ glagoljicom. Takvim cjelovitim pristupom s uvidom u pretpostavke, prilike i rezultate Modela uspostavljeni Model primjenjiv je i na brendiranje drugim kulturnim dobrima.

Učinak takvog „osvajanja“ - brendiranja kulturom kakvog oprimjeruje hrvatska glagoljica, razumljiv je svim dobnim i obrazovnim skupinama jer je prilagođen različitim tržišnim nišama. Početnu prijetnju tom eksperimentu činila je povijesna napuštenost glagoljice, no Model je pokazao da se upravo u takvom zaboravu nalazi globalna prednost. U Modelu kružne kreativnosti svaki sektor dekodirao je i interpretirao glagoljske znakove sebi svojstvenim umjetničkim jezikom.


Model kružne kreativnosti zaživio je na Kreativnoj riznici - popularizacijskom simpoziju kreativne industrije koji je 2017. godine nagrađen Državnom nagradom za znanost u kategoriji populariziranja znanosti. Takvom nagradom brendiranje kulturom primijenjeno na glagoljici dobilo je poticaj za znanstveno i stručno propitivanje Modela te njegovu buduću primjenu na veći broj kulturnih dobara.

1.2.2. Temeljni kulturni izraz Modela kružne kreativnosti – primjer romana *Az*

Model kružne kreativnost počiva na izboru temeljnoga kulturnog izraza koji mu je ishodište za rezultate u svim ostalim sektorima. Ova knjiga donosi razvoj i potvrdu Modela kružne kreativnosti uz **glagoljicu kao izvorišnu ideju** kojemu je temeljni kulturni izraz **roman *Az Jasne Horvat*** (2009). Autorica je u povijesnome romanu *Az* preispitala povijesnu činjenicu i umjetnički je prilagodila suvremenom kulturnom okružju.

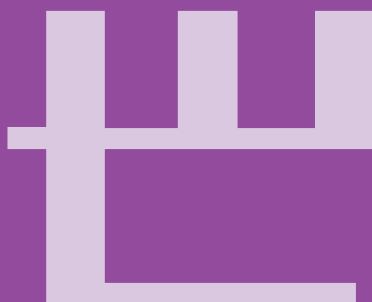
Postupak književnoga približavanja glagoljice suvremenim čitateljima otvorilo je prostor istraživačkom pitanju o ulozi povijesnoga romana kao temeljnog kulturnog izraza u Modelu kružne kreativnosti (Tablica 2). Opisom projektnih rješenja proisteklih iz sektorskih interpretacija književnoga teksta navedeni su proizvodi i usluge koji se u nastavku ove knjige detaljno opisuju u trećem poglavlju (Sektorski rezultati).

 **Tablica 2:** Model kružne kreativnosti s književnim tekstom kao temeljnim kulturnim izrazom (roman Az)

Arhitektura	Audiovizualna umjetnost	Baština
Sunčana ura	Tko sam ja?	Aula glagoljice
Dizajn	Glazba	Izvedbene umjetnosti
Igra Glagoljon Računalni font Alkar	Glagoljaška poema Az	Glagoljaška večera
Knjiga, nakladništvo	Mediji	Oglašavanje i tržišne komunikacije
Roman Az (Jasna Horvat)  Milenijske zvijezde	Multimedijsko vođenje Aulom glagoljice	Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije
Primijenjene umjetnosti	Računalne igre, novi mediji	Vizualne umjetnosti
Suvenir Ave Slatki Az	Virtualni Alkar	Mural Alkar Murali meandrirane glagoljice

Tablica 2 oprijemila je potencijal Modela kružne kreativnosti u kojemu je autorska ideja temeljni kulturni izraz te ujedno industrijska „sirovina“ čije su preinake posljedica različitih autorskih viđenja i izražajnih tehnologija.

Pretakanje ishodišnog kulturnog izraza u sve sektore kreativne industrije Modelom kružne kreativnosti istodobno se promoviraju svi proizvedeni kulturni i kreativni proizvodi jer su njihova predstavljanja povezana krovnom idejom.



2

B

BUKY

slovo

1234

Roman Az
– ishodište
Modela
kružne
kreativnosti

Teorijske postavke Modela kružne kreativnosti predviđaju preuzimanje temeljnog kulturnog izraza iz sektora nakladništvo i knjiga ili autorskom izravnošću srodnih sektora (glazba te izvedbene i vizualne umjetnosti). U postavljanju Modela kružne kreativnosti te u njegovu tržišnom provjeravanju za središte Modela izabran je roman *Az* književnice Jasne Horvat.

Roman *Az* Jasne Horvat 2009. godine objavljen je u izdanju Naklade Ljevak. Svojim pojavljivanjem popularizirao je drevno pismo glagoljicu te potaknuo zanimanje za kulturnu identitetsku oznaku koja se ubraja u red prešućenih povijesnih činjenica. Da je tomu tako svjedoči Rješenje o proglašenju hrvatske glagoljice i glagoljaštva nematerijalnim kulturnim dobrom Republike Hrvatske. Navedeno Rješenje doneseno je 2014. godine, nakon što je roman *Az* 2010. godine osvojio nagradu HAZU-a te potaknuo lavinu zanimanja za hrvatsku glagoljicu.

Iz obrazloženja Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti:

Romanom Az Jasna je Horvat strukturirala originalno sučeljavanje i nadopunjavanje povijesnoga romana, beletrističke priče, sumnje u jednostavno odčitavanje povijesne i ljudske istine i iskaza stručno-simboličkog razlaganja. Az je složeni roman u kojem se isprepliću tri sloja zbilje: glagoljica kao sustav pisma i njemu pridruženih brojeva, životopisi Konstatina Filozofa što ih, svatko u svom odsječku, pripovijedaju suvremenici: Ćirilov brat Metodije, tadašnja carica Teodora, rimski knjižničar Anastazije i hrvatski knez Mutimir, te gnostički nazor o svijetu utemeljen na otajnom suglasju monoteističkoga kršćanskoga načela i središnje mnoštvenosti svijeta. (HAZU 2011: 9)

Ekonomski fakultet u Osijeku pridružio se popularizacijskom valu te je 2015. svoj svečani prostor dizajnirao po idejnom rješenju Jasne Horvat. Uz produkcijsko vođenje Josipe Forjan murali meandrirane glagoljice nastanili su se u Auli glagoljice i predavaonicama fakulteta te se ekonomska znanost istaknula u vlastitu brendiranju kulturom.

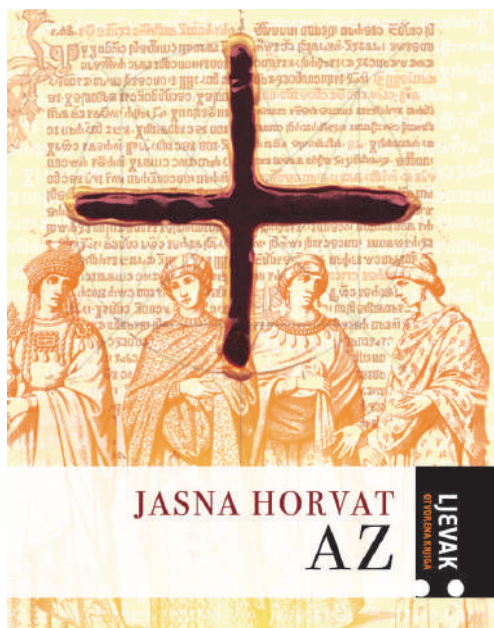
Nastavak populariziranja glagoljice veže se uz 2019. godinu kada je hrvatska glagoljica dobila svoj dan u kalendaru te se 22. veljače započinje se proslavljati kao Dan hrvatske glagoljice i glagoljaštva. Iste godine na Ekonomskom fakultetu u Osijeku uspostavljeno je međunarodno Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije kojemu je jedna od tema kreativno rješenja i odgovor na pitanje kako „osvajati“ glagoljicom u novome mileniju. Dvije godine poslije na Ekonomskom fakultetu postavljena je ljudska sunčana ura, a brojevi na uri ispisani glagoljicom najavili su vrhunac promocije hrvatske glagoljice uvođenjem eurokovanice s glagoljskom oznakom koja je i službeno zaživjela nakon ulaska Republike Hrvatske u eurozonu i shengenski prostor.

„Povijesni roman je književna fikcija utemeljena na činjenicama u kojoj književna interpretacija mijenja uvriježeno tumačenje povijesnog događaja, a u ovisnosti o društvenom i kulturnom kontekstu te autorovom poimanju povijesnih i suvremenih društvenih odnosa. Pretpostavka je da autor povijesno-književnog teksta gradi novu vizuru povijesnih događanja i da svojom činjeničnom fikcijom iznosi novu vijest o prošlosti. Riječ je o svojevrsnom književnom 'osvajanju' jer se pred čitatelja donosi naknadni povijesni učinak, a autor je onaj koji izabire pobjednike i junake te im povijesne uloge nadograđuje vlastitom maštom, a u ovisnosti o razumijevanju društvenog konteksta.“ (Horvat, 2023)

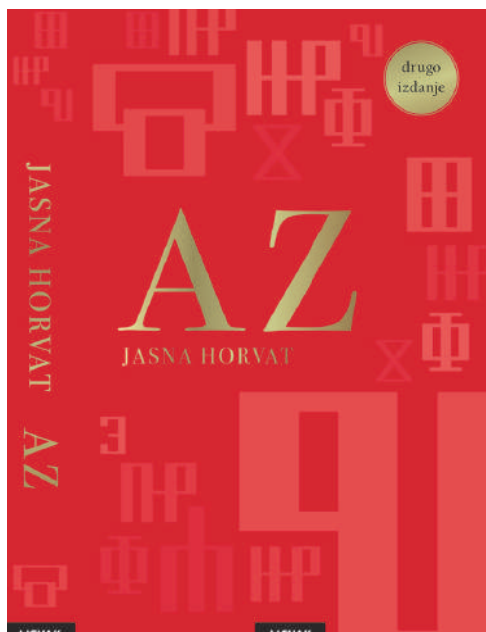
Roman Az govori o sv. Konstantinu Ćirilu, njegovim suvremeniciima i sljedbenicima, ali i o filozofijsko-simboličkom kodu glagoljskoga pisma. Spajajući povijesne činjenice i autoričinu maštu, roman Az glagoljicu je približio suvremenom dobu, a znakovi protoglagoljice – početne zamisli sv. Konstantina Ćirila, približeni književnim tekstom postali su ishodištem Modela kružne kreativnosti.

Čitatelj tako doznaje da je hrvatska glagoljica pismo koje je svoje oblikovanje variralo stoljećima kako bi se na koncu iz protoglagoljice razvilo u uglatu glagoljicu kojom se Hrvati služe sve do danas, a na Ekonomskom fakultetu u Osijeku prikazuje ju mural Alkar.

Očekuje se da će drugo izdanje romana Az te engleski prijevod dostupan u otvorenom pristupu nastaviti svoju popularizacijsku misiju glagoljskoga pisma. Idejna rješenja mladih natjecatelja na Milenijskom natjecanju jamstvo su takve popularizacijske misije, a traženje odgovora na pitanje „kako osvajati glagoljicom u novom mileniju“ inovirani je put brendiranja kulturom.

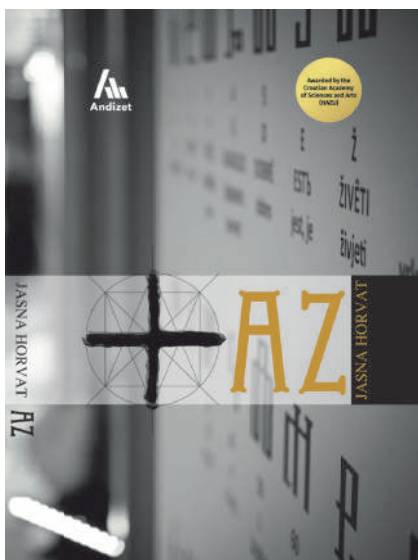
Slika 5: Naslovnice romana Az (1. i 2. izdanje na hrvatskom jeziku)

1. izdanje

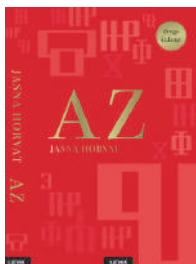


2. izdanje

<https://www.ljevak.hr/jasna-horvat/24402-az.html>

Slika 6: Naslovnica romana Az (engleski jezik)

Roman Az na engleskom jeziku dostupan je u otvorenom pristupu na mrežnoj stranici Instituta Andizet: <https://rb.gy/eupdek>.



PREDGOVOR ROMANA AZ: Tko sam ja?

Glagoljičko pismo započinje simbolom: „Az“.

„Az“ je znak kojim se označuje slovo „A“, broj jedan i prvo lice jednine – „ja“.

„Az“ je simbol, broj, slovo, ali i pitanje: *Tko sam ja?*

„Az“ je početak ambicioznog pisma koje zahtijeva ne samo pisanje nego i propitivanje. Vječno, uporno i tvrdoglavo, uvijek jednako snažno.

Nije li prirodno da se baš zbog ovako koncipiranog prvog slova glagoljice dogodilo zanimanje za njegova tvorca? Nije li i Vama intrigantan tvorca novih slova, od kojih već prvo propituje:

Tko sam ja?

Uz postanak glagoljice vežu se brojne legende/teorije.

Po jednoj, za tvorca glagoljice drži se Konstantin Solunjanin. Ovoj se teoriji priklanjao suvremenik XV. stoljeća, Juraj iz Slavonije.

O upućenosti Jurja u glagoljičko pismo svjedoči vještina kojom je tumačio njegova skrivena značenja. Juraj je u prvih devet glagoljičkih slova iščitao skrivenu poruku Konstantina Solunjanina i odgovor na pitanje prvoga slova: *Tko sam ja?*

Ja kršćanin, koji slova (po)znam, govorim da je dobro časno živjeti na zemlji.

Konstantinovo pismo u sebi sadrži i druge skrivene poruke.

Ipak, prvih devet slova posve su jasna smjernica što poručiti samome sebi kada ponestane odgovora na pitanje *tko sam ja*.

Ovaj rukopis slijedi Konstantinova slova.

Upućen je odmornima.

Pisan je i za one koji su dovoljno uporni.

„Az“ se obraća onim čitateljima koji se pitaju: *Tko sam ja?* Oduvijek.

Zauvijek.

2.1. Dijelovi romana

Roman Az može se promatrati kao svojevrsna književna studija glagoljice, o čijoj usmjerenosti glagoljici govori i sam sadržaj prikazan u ovom potpoglavlju.

I. dio: JEDINICE METODIJEVA DNEVNIKA

- 1, A – AZb – ja (kršćanin)
- 2, B – BUKY – slovo
- 3, V – VĚDĚ (vêdêti) – znati
- 4, G – GLAGOLJQ (glagolati) – govoriti
- 5, D – DOBRĚ – dobro
- 6, E – ESTb – jest, je
- 7, Ž – ŽIVĚTI – živjeti
- 8, З – ЗĚLO – vrlo, veoma
- 9, Z – ZEMLI – zemlji

„Ja kršćanin, koji slova znam, govorim da je dobro časno živjeti na zemlji.“

Sricanje prvih devet glagoljskih slova po Jurju iz Slavonije, XIV./XV. stoljeće

II. dio: DESETICE CARICE TEODORE

Uskoro mu se javi Bog, koji sluša molitve svojih slugu i, Filozof sastavi pismena, i poče pisati evanđeoske riječi: „U početku bijaše Riječ, i Riječ bijaše kod Boga, i Bog bijaše Riječ.“

Ž. sv. Ć. knj. XIV.

- 10, Ĩ – ĨŽE
- 20, I – I
- 30, Î/Ĝ – ĐERVb
- 40, K – KAKO
- 50, L – LIUDIE
- 60, M – MYSLITE (mysliti)

70, N – NAŠb

80, O – ONb

90, P – POKOI - mir

Potom slijede iže („I“, slovo kojim započinje Isusovo ime) i đerv (rijetko slovo, nalazi se u riječima „evanđelje“, „anđel“). Akrostih se nastavlja: kako ljudlje myslite naš on pokoi reci slovo tvrdo...

„Kako ljudi mislite da je on naš mir.“

J. Bratulić

III. dio: STOTICE ANASTAZIJA KNJIŽNIČARA

100, R – RbCI - reci/kaži

200, S – SLOVO - riječ

300, T – TVRDO - čvrsto

400, U – UKb

500, F – FRbTb

600, H – HĚRb

700, ω – OTĚ

800, Ć – ŠTA

900, C – CI

„Budite tvrdi u vjeri.“

J. Bratulić

IV. dio: TISUĆICE JEDNOG GEBALIMA

... četvrtak 895. godine. Jedan dan Gebalima Mutimira (Muncimira) proveden u Uzdolju, mjestu s dna kninskoga Kosova polja...

1000, Ć – ĆRbVb

2000, Š – ŠA

INTERMEZZO

Osijek, 14. veljače 2009.

Jučer sam dovršila pisanje Aza, teksta zbog kojega sam danas posjetila Đakovo i Strossmayerovu katedralu pomirenja Istoka i Zapada. U vrijeme njezine izgradnje pripremljeno je sedam milijuna pečenih opeka, a nad ulazom i danas stoji posvetni natpis: „Slavi Božjoj, jedinstvu crkava, slogi i ljubavi naroda svog.“

Posljednjih godinu dana provela sam u prikupljanju povijesne građe i razotkrivanju likova Ćirilova vremena. Još uvijek nisam sigurna jesam li upoznala dubinu poruka Ćirilova pisma koje je obilježilo naš kulturni hod kroz povijest.

Obilazeći katedralu, likove svete braće Ćirila i Metodija potražila sam prvo na oltaru, a potom i u Spomen-muzeju, na slici koja prikazuje njihovu misiju.

Osijeku i rukopisu vratila sam se bez pravih odgovora.

Upravo sam donijela odluku, odgovore ću još jedanput potražiti, ovoga puta u glagoljici – ostavštini koja je preživjela i stoljeća i ljude.

Ispisat ću glagoljske znakove i pokušati promisliti o pozadini njihova slovnog, brojčanog i simboličkog značenja.

U posljednjem poglavlju izložiti ću onoliko koliko sam uspjela doznati o mističkoj simbolici glagoljskog pisma.



2.1.1. Slovarij: azbukividnjak

Godine 1629. rimska Kongregacija *De propaganda fide* pod nazivom *AZBUKIVIDNĚK SLOVINSKIJ* objavila je Levakovićevu početnicu za učenje glagoljske azbuke.

Slova su ucrtana po uzoru na slova prvotne, trokutaste glagoljice. U Slovariju se nalaze pojašnjenja glagoljskih slova prikazanih protoglagoljicom i računalnim fontom Alkar.

1, A – AZb

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Njegov razvitak povezuje se s egipatskim hijeroglifom () , kao i sa srodnim piktogramom () iz sjeverno-semitskog linearnog alfabeta (oko 1600. g. pr. n. ere). U oba slučaja, znak koji je preteča slova A predstavlja stiliziranu glavu goveda, odnosno, vola.

ALEF se kao prvo slovo javlja u feničkom i hebrejskom slovariju, a srodno mu je i arapsko slovo ALIF.

Znak-slovo ALEF Grci su preuzeli od Feničana u 8/9. st. pr. n. e. i dali mu glasovnu vrijednost vokala A. Nazvali su ga ALFA i smjestili ga na prvo mjesto alfabeta. Slovo A od Grka su preuzeli Etrurci i Rimljani. Njegovu je oznaku početka opisao i sam Isus: *Ja sam Alfa i Omega, govori Gospodin Bog – Onaj koji jest i koji bijaše i koji dolazi, Svevladar (Otk 1,8).*

Po Frani Pari, Konstantin Ćiril je odlučio glagoljski azbučni niz početi znakom križa – središnjim simbolom kršćanstva, simbolom žrtve Isusa Krista. Sustav pismena je osmislio kao cjelinu između A i O, između križa †, znaka Krista i kruga o, znaka Božje potpunosti i savršenosti.

Slovo A – AZ u glagoljici predstavlja *križ*, temeljni simbol spasenja i otkupljenja, a u širem značenju zamjenicu prvog lica jednine *ja, kršćanin*. Znak brojne vrijednosti broja jedan i glasovne oznake samoglasnika A.

Kako slovo A ima vodeće mjesto u poretku slova, tako je i broj *jedan* od posebne važnosti u poretku brojeva. U antici i srednjem vijeku broj *jedan* nije bio samo broj, nego i izvor svih brojeva. Po Germi, broj jedan jest simbol prvotnog počela, elementarne kozmičke energije, Boga i njegove neiscrpne stvariteljske moći. Simbolička vrijednost *jedinice* u geometriji se poistovjećuje s *krugom* i *kuglom*, a u arhitekturi prijenosom simboličkih sadržaja *jedinice* na dijelove zgrada. Sakralna arhitektura većine religija najočitije se ističe u kupolnim građevinama središnjeg tlorisa i njihovim simboličkim upućivanjem na sažetu poruku: *krug-jedno-Bog*.

U hrvatskom jeziku, A je i jedan od suprotnih veznika.

2, B – BUKY

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
B		

Pretpostavlja se da potječe od semitskoga znaka koji su prvo preuzeli Hebreji, a potom i Grci. Srodno je, dakle, grčkom slovu *BETA* i hebrejskom *BET* – *kuća* ili *labirint*.

Grci su slovo *B* preuzeli po glasovnoj vrijednosti, ali su mu izmijenili vizualni oblik, a s vremenom i glasovnu vrijednost te ga izgovaraju kao *V*. Današnji su mu latinični izgovor dodijelili Rimljani u VII. st. pr. n. e.

B je u glagoljici znak brojne vrijednosti broja dva i glasovne oznake za glas *B*. Simbolizira *slovo* kao znak, ali i *Boga*.

U glagoljaškim su se početnicama slova usvajala sricanjem srokova (suglasnika popraćeni samoglasnicima). Učitelj bi na ploči ispisivao srokove, a đaci su ih *bubali*: *ba*, *be*, *bi*, *bo*, *bu*, glasno izgovarali i tako ih upamtili. Pojam *bubati* zadržao se do danas u značenju *učiti napamet*. Njegovo značenje *slova* (*BUKY* – slovo) i danas opstoji u sintagmi *očitati bukvicu*.

Simbolička vrijednost broja *dva* oponira značenju broja jedan. *Dva* označuje dvojstvo, odstupanje od jednog, diobu i bipolarnost. Premda broj *dva* simbolizira materijalno, negativno, zemaljsko, prolazno i tamno, u kršćanskoj ikonografiji brojeva, negativna značenja broja dva vrlo su rijetka. Dvojka simbolički može prikazivati dvostruku prirodu Krista, čovjeka i Boga, ali i istodobnu ljubav koju kršćanin ukazuje Bogu i bližnjemu.

Slovo *B* je drugo slovo hrvatske abecede.

3, V – VÊDÊ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
V		

Slovo *V* potječe od semitskog slova *WÂW* čiji je oblik izvorno bio zastupljen *kukom* (𐤒). U grčkom pismu, slovo *Y* prvotno je preoblikovano iz semitskog slova *WÂW* kako bi prije svega predstavljalo samoglasnik *U*. Tijekom kasnog srednjeg vijeka, ovo se slovo razvilo u dva oblika - *V* i *U*.

U glagoljici znak *V - VÊDÊTI* simbolizira znanje (*vede* je i naziv za staroindijske knjige znanja), ali i *vječnost*. Oblikom prati kružnicu u kojoj su upisane i alfa i omega. Kako zauzima donju polovinu rozete, slovo *V* simbolizira i *vodu* koju je Bog u početku stvaranja svijeta odijelio od svoda.

Ucrtaju li se u rozetu prva tri glagoljička slova (*A, B, V*), dobiva se cjelovita rozeta značenja: *ja vjerujem u vječnoga Boga*.

Numerička vrijednost znaka *V - VÊDÊTI*, odgovara broju *tri*, vrlo širokog spektra simboličkih značenja. *Tri* je često tumačen kao *sveti broj* odlikovan savršenošću, zaokruženošću, plodnošću, rastom i napretkom. Posebno su ga stvoriteljskim brojem označavali i veličali pitagorejci, upravo zbog svojega uvjerenja kako je univerzum stvoren po matematičkim načelima (tri točke određuju trokut - ishodište za oblikovanje svih drugih geometrijskih likova). Broj *tri* je u kršćanstvu posebno vezan uz motiv Kristova uskrsnuća trećeg dana, zatim uz motiv Svetog Trojstva, ali i uz plodnu snagu trojice Noinih sinova koji su nakon potopa obnovili cijeli ljudski rod.

Riječ *vede, vidi, vjedje* (znajući) je indoeuropskoga podrijetla i raširena je u mnogim jezicima. Danas postoji i u češkom, a povezana je i s riječju *vem* (znam) kod kajkavaca u Hrvatskom zagorju te s riječima *vidjeti, vješt, vještica*. Usko je vezana i uz pojam *vidjeti* (razlika između *vêdêti - vidêti* počiva u prijevaju, odnosno promjeni samoglasnika u korijenu riječi /ê : i/ koja dovodi do promjene gramatičke kategorije i(li) leksičkog značenja). Na vezu znanja i sposobnosti uočavanja ukazuje i čuvena krilatica: *tko dobro vidi - dobro zna*.

Slovo *V* je dvadeset osmo slovo hrvatske abecede i labiodentalni aproksimativni suglasnik.

4, G – GLAGOLJQ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
G		

Kao i slovo *C*, slovo *G* vuče podrijetlo iz hebrejskog slova *GIMEL*, a srodno je armenske slovu *GHAD* i samaritanske *GHIMEL*. U latinskom se alfabetu pojavilo u III. st. pr. n. e. Upotrijebio ga je Spurius Carvilius Ruga, osnivač prve javne škole grada Rima (oko 230. pr. n. e.), za čije se pohađanje naplaćivala upisnina. Spurius Carvilius Ruga, zamijenio je šesto slovo grčkog alfabeta *Z* današnjim slovom *G*. U osnovi, Spurius Carvilius Ruga učinio je modifikaciju znaka *C* dodavanjem kratke okomite crte njegovu desnom kraku završetka polukružnice.

U hrvatskom se slovo *G* upotrebljavalo kao dio digrama *GJ*. Digram *GJ* je u hrvatskom uveden za oznaku glasa *Đ* i pisanje riječi grčkog podrijetla (anđel, evanđelie).

Glagoljički znak *G* - *glagolati* podrazumijevao je govor. Slovo *G* - *glagoljQ* je numerički označavalo broj četiri, sricalo se *glagolju*. Simbolično mu se značenje nije iscrpljivalo *govorenjem*. Slovo *G* označavalo je i pojam prema kojemu je slovo (*dio*) riječ(*i*). S druge strane, zbog dvije zatvorene cjeline koje podsjećaju na zemljište s rupama, simboliziralo je i gmizavce, bića koja se kriju u rupama.




Slovo *G* ima značenje i u kršćanskom *blagoslovu obitelji*. U blagoslovu obitelji okupljena obitelj prima svećenika i njegovu pratnju: ministrante i jednog odraslog župljanina. Svećenikov pratitelj na sobnim vratima ispisuje znak: $20+G+M+B+09$, u kojemu brojke označavaju godinu blagoslova, a tri slova predstavljaju početna slova imena triju kraljeva (Gašpar, Melkior, Baltazar). Po drugom tumačenju, slova *G*, *M* i *B* su kratica latinske rečenice *Christus mansionem, benedicat* - Krist neka blagoslovi kuću. Pri ovom tumačenju mora se voditi računa o inicijalu imena Gašpar, koje je na latinskom slovo *C* (Gaspar lat. Casper).

Numeričko značenje broja *četiri* veže se uz uravnoteženost i skladnost svijeta, na njegovu vremensku i prostornu uređenost, ali i uz čvrstoću, red i zakonosti koje vladaju svijetom. Broj *četiri* ujedno je simbol čovjeka u kojemu se odražava kozmički ustroj utemeljen na - *četvorki*.

U hrvatskoj se abecedi slovo *G* nalazi na jedanaestom mjestu i označuje zvučni velarni plozivni suglasnik. Riječ *glagol* i danas je srodna značenju *glagoljQ*. Glagol je najvažnija riječ u rečnici, nositelj je radnje i bez nje/njega rečenice nisu potpune, čak ni one bezglagolske.

5, D – DOBRĚ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Slovo *D* poznato je još od egipatskih hijeroglifa, gdje je znak  predstavljao vrata. Srodan mu je semitski znak *DALETH* ( ili ) , što se u hebrejskoj transliteraciji označavalo pojmom za ravnalo ili vrata, a izgovaralo se kao *D*. Grci su preuzeli semitski izgovor i znak, ali su naziv *DALETH* preoblikovali u *DELTA*. *DELTA* je srodnog značenja grčkom riječi *spudé* (srčanost, spremnost za dobra djela) koja je u suprotnosti s riječju *rathimia* (oslabljenje, nemarnost, lijenost, uzrok prvog pada i svakog grijeha). *D* je označavao rimski broj 500, i grčki broj 4.

D je u glagoljici brojčane vrijednosti broja pet, i simboličke vrijednost *dobra*, ali i *duha*. Sastoji se od luka i dvaju kružnih isječaka, a njegovi trokutasti i obli dijelovi zauzimaju gornju polovicu rozete, gornju polovicu kruga. Svojim položajem i oblikom slovo *D* simbolizira Duha Božjega koji je u početku stvaranja lebdio nad vodama.

Broj *pet* često se smatrao androginiim brojem u kojemu se spajaju prvi parni broj (broj dva) i prvi neparni broj (broj tri), odnosno ženski i muški princip. Držao se i brojem *čovjeka* (zbog čovjekovih pet osjetila, pet načina spoznaje i pet prstiju na ruci). Pitagorejci su ga proglasili simbolom *božanskog vjenčanja* i svetim znakom koji svjedoči vezu između čovjeka i božanskoga. U kršćanstvu, pet je Petoknjižja, a po Honoriusu Augustodunensisu (navedenom u Germovoj *Simbolici brojeva*): *Petog dana Gospodin je stvorio ptice na nebu i ribe u vodama, u peto svjetsko doba, odnosno nakon babilonskog ropstva, Gospodin je došao na svijet i spasio ptice, odnosno, pametne, i ribe, odnosno nerazumne, od nesreće i zablude.*

U hrvatskome se slovo *D* pojavljuje kao osnova za pisanje još dva glasa: *Đ* (kad mu se dodaje dijakritik - vodoravna crtica), te *Dž*, kad *D* i *Ž* čine digram. Nalazi se na šestom mjestu abecede i označuje zvučni alveolarni plozivni suglasnik.

6, E – ESTЬ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Slovo *E* potječe od semitskog znaka *HE* (𐤇𐤅) koji je najvjerojatnije značio *drvo* ili *grana*. *HE* se u semitskim alfabetima izgovarao kao konsonant *H*, a Grci su ga preuzimanjem prenamijenili u znak za vokal *E* (*Εψιλον*, *Epsilon*) ne mijenjajući mu vizualnu formu. Dugo se eksperimentiralo sa smjerom pisanja te je tako bio korišten i način pisanja u kojem se jedan redak pisao zdesna nalijevo, sljedeći slijeva nadesno, pa opet zdesna nalijevo. Ime je dobio po sličnosti sa smjerom oranja na njivi. U grčkom se pismu današnja orijentacija ustalila potkraj drugog i početkom prvog st. pr. n. e. Latinski *E* preuzet je bez promjene iz grčkog alfabetu, premda su ga Rimljani pisali prije Grka u današnjoj orijentaciji.

Pitagorejcima je broj *šest* bio broj dovršenosti, harmonije, uravnoteženosti i sklada, a ujedno i simbol ljubavi, ljepote, plodnosti i stvaralaštva. Istodobno je zbroj i umnožak svih svojih djelitelja ($1 + 2 + 3 = 6 = 1 \times 2 \times 3$).

Glagoljica se u mnogočemu držala Biblije, tako i kada je riječ o slovu *E*. Po Bibliji, Bog je svijet stvorio u *šest* dana: u prvim danima nebo i zemlju, more i kopno, potom biljke, a za njima i životinje. Šestoga je dana stvorio čovjeka, a sedmi se dan odmorio. Slovo *E* simbolizira *šesti dan stvaranja*, dan stvaranja čovjeka.

U *Simbolici brojeva* Germ navodi važnost šestog dana iz Druge Mojsijeve knjige: *Kad šesti dan budu pripremili što su donijeli, bit će dva puta toliko koliko će dnevno nabrati...* (2 Ms 16,5), kao i Origenesov komentar prethodna Mojsijeva citata: *Šesti dan znači vrijeme našega života... i što ćeš u njemu više nabrati dobrih djela, to će ti biti hrana u budućnosti.*

Skup simbola glagoljskih slova svojim poretkom i simboličnim značenjem pripovijeda o postanku svijeta u *šest dana*. Kada se zbroji prvih šest slova, njihovim se tijelima prekriva cjelovita rozeta iz koje su i nastajala.

Slovo *E* simbolizira jutro, izlazak sunca, jer svjetlost sunčeva dolazi, grije i obasjava dio zemlje kroz mali otvor na nebu. U ono se doba govorilo da je jutro promjena od noći k danu.

U hrvatskoj abecedi, *E* je na devetom mjestu i označuje prednji srednje visoki samoglasnik.

7, Ž – ŽIVĚTI

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
Ž		

U glagoljici, slovo Ž predstavlja bića nadahnuta životom. U glagoljici je znakovita njegova numerička vrijednost broja sedam. Kako navodi Germ, sedmica je, slično kao i trojka, omiljen broj iz bajke koji je nadasve bogat simboličnim značenjima. Iako je simbolika sedmice raznolika, u većini kultura tumači se kao motiv dovršenosti, savršenosti, cjelovitosti kozmosa i zaokružena sklada vremena i prostora. Glasovitost sedmice pročuła se od babilonske astralne simbolike i mitologije, prisutna je u nauku o sedam planeta, sedam glavnih nebeskih bogova i sedmodijelnoj podjeli nebesa. Pitagorejcima je sedmica bila simbol svemira (sa sedam planetarnih sfera i sedam planeta), gdje kretanje, po analogiji sa sedam tonova glazbene ljestvice, mora stvarati božansku glazbu harmonije nebeskih sfera. Uz navedeno, pitagorejci su u sedmici doživljavali cjelovitost spajanja zemlje (broja četiri) i neba (broja tri).

Broj sedam simbolizira i mjeru zemaljskog, prolaznog vremena, koje se uvijek iznova odbrojava življenjem sedmodnevna tjedna. Sedmoga dana Bog je blagoslovio svoje djelo i sjeo otpočinuti. Germ upućuje i na sedmicu kao broj u kojemu je odraženo čovjekovo spajanje duhovnog (tri snage duše označuju čovjekovu duhovnost) i tjelesnog (tjelesna priroda čovjeka izražena je četvorkom, zbrojem elemenata od kojega je čovjekova tjelesna priroda sazdana). Povrh svega, broj sedam izražava mudrost sedmeroga Duha Svetoga.

Slovo Ž je trideseto, posljednje slovo hrvatske abecede. Označava zvučni postalveolarni frikativni suglasnik. U hrvatsku ga je abecedu uveo Ljudevit Gaj iz češkog. Preuzeli su ga za svoju grafiju i Slovenci i Bošnjaci.

8, 3 – 3ÊLO

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Glagoljičko slovo 3 – 3ÊLO tumači se u smislu vrline. Glas koji označava slovo 3 nastao je kao rezultat druge palatalizacije, G ispredê > 3: neindeuropski: gailă > gělă > 3êlo. Često je zamijenjen glasom Z.

Također, predstavlja zvijezde koje su se doimale kao pričvršćene na svodu i prema tome ne izlaze iz kruga rozete.

Numerički gledano, osam je sretan i harmoničan broj, simbol je ravnoteže i postojanosti. Nakon sedmice kojom je izmjeren čovjekov život poznat kao *tjedan*, osmica simbolizira *vječnost* koja slijedi nakon promjenjivosti zemaljskoga vremena. Broj je novog početka, preporoda, raja, uskrsnuća i vječnoga života.

9, Z – ZEMLI

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
Z		

Današnje slovo Z ima podrijetlo u semitskom ZAI. U grčkome se znak nazivao ZETA i rabio se za pisanje glasa Z. Slike znaka ZAI, odnosno ZETA na neki način su se križale sa slikama znaka JOD, tj. JOTA. Na izvjestan je način slovo JOD svoju sliku posudilo grčkom ZETA, a ZAIN grčkom JOTA. Prijelazni oblici ovih slova ustalili su se njihovim prihvaćanjem u latinskom pismu gdje im se definirao način pisanja i izgovor.

U glagoljici, slovo Z označuje zemlju, zauzima pola rozete (pola svijeta), i sugerira polovicu svijeta. Slovo Z posjeduje dodatni element koji izlazi iz inicijalnog kruga rozete. Ovim izdvojenim krakom označuje se Zemlja kao astronomsko tijelo.

Slovo Z svojim oblikom sudjeluje u pripovijedanju o postanku svijeta: od četiri elementa: zrak (duh), voda, vatra i zemlja, prva su tri stvorena prvoga dana stvaranja. U trećem je danu Bog stvorio četvrti element, zemlju u smislu kopna.

Devetka je broj koji simbolizira snagu duha, mudrost, znanje i duhovnu zrelost. U kršćanstvu je o broju devet pisao sv. Pavao Korinćanima (1 Kor 12,7-11), spominjući devet darova duha, ali i Grgur Veliki, kada je razlagao simboliku izgubljene drahme (Lk 15,8).

Slovo Z je dvadeset deveto slovo hrvatske abecede. Označava zvučni alveolarni frikativni suglasnik. U matematici označuje treću nepoznanicu (uz X i Y).

10, ĭ – ĭŽE

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

U glagoljici, slovo slovo *ĭ* – *ĭŽE* bilo je izgleda jarma za par volova. Simboliziralo je domaće životinje. Upotrebljavalo se kao inicijal i kao verzalna ligatura.

U mlađim je tekstovima isključivo predstavljalo brojnu vrijednost.

Njegova numerička vrijednost spaja sve prethodne simbole. Broj deset predstavlja u sebe zatvorenu mnogostrukost, zaokruženost, sveopsežnost i vječnost. U dekadskom sustavu, deset je mjera svega što se broji i mjeri, stoga je i simbol uređenosti pojavnoga svijeta. Pitagorejci su ga nazivali *božanskim tetrakisom* jer je zbroj redosljedna prva četiri broja jednak njegovoj numeričkoj vrijednosti ($1 + 2 + 3 + 4 = 10$).

Po Germi, desetka može biti i simbol prave vjere jer rimski broj *X* odgovara broju deset, i simbol je križa – znak Krista i njegova nauka. Život vjernika uređen je s deset Božjih zapovijedi.

20, I – I

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
I		

Slovo *I* nastaje iz semitskog *IODH, YOD, YUD*, što znači *ruka sa šakom*. Vjerojatno se prije izgovarao kao *J*, ali su ga Grci primijenili za vokal *I* i dali mu naziv *IOTA*. Iz *IOTE* se latinski *I* razvio bez promjena.

Glagoljičko slovo *I* simbolizira pokretanje, gibanje i nadopunjuje rozetu drugoga dana stvaranja svijeta. Može se tumačiti kao slovo koje *pokreće*, ali i kao stvaralački uzgon, odnosno zamah i pokret koji slijedi nadahnuće.

Simbolično značenje desetice u kršćanskoj ikonografiji, Germ tumači kao savršenost Božjeg stvaranja. Nauk Svetoga pisma i vjere, drži utemeljnim na dvije matematičke operacije: na udvostručenom broju deset ($2 \times 10 = 20$), i na umnošku broja pet i broja 4 ($5 \times 4 = 20$).

Pri udvostručenju broja deset ($2 \times 10 = 20$), dodatno je stupnjevano značenje desetke kao dovršenosti stvaranja i savršenosti prave vjere. Isti umnožak je simbol zakona Staroga zavjeta, on određuje dekalog i milosti Novoga zavjeta, a posebno se odnosi na zapovijed o dvostrukoj kršćanskoj ljubavi. Rupert iz Deutza tome dodaje da dvadesetice znači udvostručenu Božju milost jer je Isus došao spasiti i Židove i pogane.

Motiv sklada Starog i Novog zavjeta proizlazi i iz umnoška brojeva pet i četiri, gdje je broj pet analogijom vezan uz Petoknjižje – Starog zavjeta, a broj četiri asocira na četiri evanđelja i tako je vezan uz Novi zavjet.

U hrvatskoj se abecedi slovo *I* nalazi na trinaestom mjestu, sastavni je veznik i oznaka za prednji visoki samoglasnik. U hrvatskom jeziku *I* se još javlja kao dio troglasnika *IJE* i dvoglasnika *JE*. Uz ostale oznake, slovo *I* je jedan od logičkih sklopova, oznaka rimskog broja jedan i grčkog broja deset.

30, Ĵ/Ĝ – ĐERVĚ

Latinica

Protoglagoljica

Alkar

J/Đ



HP

Uobičajen oblik pisanja slova \hat{J}/\hat{G} – ĐERVĚ jest đ i oblik je oble glagoljice. Slovo \hat{j} se upotrebljavalo pri pisanju stranih riječi kao što je anđeo (grč. ἄγγελος, poslanik, vjesnik) – anđelj; zatim se pojavilo na mjestu štokavskog đ – meja, a kasnije počinje označavati svako J.

U prvo vrijeme J je tek varijacija znaka I, dok se današnji izgled ustalio tek u XVI. st. Prvi koji je opisao razliku između ova dva znaka (i glasa) bio je Petrus Ramus.

U hebrejskoj se tradiciji referira na znak YOD povezan uz virgo (djevicu), znak za rad, lijevu ruku, zdravlje, ludost, ali i pretvaranje zamisli u stvarnost.

Tine Germ navodi kako je trideset glasovit broj koji u sebi spaja simboliku trojke i desetke te tako simbolizira dovršenost, zrelost, cjelovitost, savršenost i sreću. Jednadžba $5 \times 6 = 30$ upućuje na Petoknjižje (ali i pet osjetila) umnoženo brojem šest, brojem stvaranja svijeta, ali i broj koji upućuje na šest djela milosti. Mojsije i Isus su s javnim djelovanjem počeli u tridesetima, David je s trideset godina postao izraelski kralj, Josip je u istoj dobi postavljen na čelo Egipta. Noina arka je svojom visinom od trideset lakata najavila Krista, spasitelja ljudi, krštenog u tridesetima. Negativno značenje tridesetice veže se uz trideset srebrenjaka koje je Juda primio izdajom Krista.

Slovo J čini sa slovima L i N dvoglasnike LJ i NJ. Slovo J ima više glasovnih vrijednosti, ali je najzanimljivije ona u španjolskom – H.

Slovo J je i čtrnaesto slovo hrvatske abecede koje označuje palatalni aproksimativni sonantni suglasnik.

40, K – KAKO

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
K		

Slovo *K* potječe od semitskog *KAPH* (𐤀), što znači *ruka, otvorena šaka, dlan*. Grci su ga preuzeli za glasovnu vrijednost glasa *K* i nazivaju ga *KAPPA*. Rimljani su za pisanje iste glasovne vrijednosti upotrebljavali slovo *C*. Rimsko obilježavanje glasa *K* slovom *C* prenijelo se i u neke druge jezike, primjerice engleski, ali se u mnogim jezicima zadržalo i označavanje slovom *K*. Hebrejska ga je tradicija, posebice kabala, vezala uz život i smrt, Veneru, lijevo oko i ruku.

U glagoljičkom pismu slovo *K* je oblika koji podsjeća na korijen, klicu, sjeme ili travku.

Tine Germ u broju četrdeset ističe antičko simboliziranje svijeta u njegovoj četvero-desetičkoj osnovi, a u kršćanstvu – zemaljski spas, ali i vrijeme pokore ili kazne. Četrdeset dana veže se uz Mojsijevo čekanje na Sinaju, Isusovo boravljenje u pustinji i duljinu kišenja u vrijeme potopa. U ovom broju čita se pozitivno značenje dopune Božjeg zakona (deset zapovijedi) milostima evanđelja (četiri evanđelja). Kralj David i mudri Salomon, vladali su svaki po četrdeset godina, Izraelci su, također, četrdeset godina lutali kroz pustinje prije nego su ugledali obećanu zemlju, što znači kako se u broju četrdeset može iščitati plodno ispunjenje zemaljskog života.

Slovo *K* je petnaesto slovo hrvatske abecede i označuje bezvučni velarni plozivni suglasnik. U grčkom je deseto slovo alfabeta i oznaka broja 20.

50, L – LJUDIE

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
L		

Slovo *L* potječe od feničkog znaka *LAMED* (𐤋), za koji se pretpostavlja da je označavao *kuku* ili vjerojatnije *godinu*. *LAMED* je znak koji ne posjeduje piktogramski izvornik. Grci su ga preuzeli od Feničana, kako u znakovnom tako i u izgovornom obliku. U grčkom alfabetu naziva se *LAMBDA* i označuje broj 30.

U nepromijenjenom su ga obliku upotrebljavali i Rimljani gdje je nosio brojevnú vrijednost 50. Hebrejska ga tradicija veže uz *Lybru* (vagu), vezu, žuč, akciju te žrtvu, nužnu sastavnicu svake akcije.


Prema Marici Čunčić, glagoljica je slovo *L* koristila kao simbol *Lune* (mjeseca) i *svjetlosti*. Njegov izgled upućuje na mjesečeve mijene: mjesec se prvo pokazuje kao veći (gornji isječak), potom kao manji (donji isječak), a potom poprima istu veličinu. Kao i u rimskom znakovlju, slovo *L* je u glagoljici imalo numeričku vrijednost broja pedeset.

Germ navodi kako je, suprotno četrdesetici, broj pedeset simbol otpuštanja, milosti i nagrade za uzoran život. U Svetom pismu, pedeseta godina je jubilarna, godina slavljenja, vrijeme pomirenja, otpuštanja i veselja. Ujedno je i motiv duhova, velikog kršćanskog praznika kojim Crkva slavi dolazak Duha Svetoga koji je ispunio apostole pedeset dana nakon Isusova uskrsnuća. Raščlani li se broj pedeset na broj četrdeset kojemu je pridodana desetka ($40 + 10 = 50$), četrdeset znači zemaljski život, a deset nagradu za ispunjavanje zakona dekaloga. Promatra li se broj pedeset kao umnožak ($5 \times 10 = 50$), petica znači pet osjetila u službi deset Božjih zapovijedi. U oba slučaja, broj pedeset je simbol raja. Kada se pedeset izračunava kao $7 \times 7 + 1 = 50$, znači vječnu nagradu onima koji su zemaljski život provodili u znaku sedmodnevnog tjedna ispunjenog darovima sedmerostrukoga Svetog Duha i vjerom u jednog Boga.

U hrvatskoj abecedi slovo *L* se nalazi na šesnaestom mjestu i označuje alveolarni lateralni aproksimant. Kada se upotrebljava zajedno sa slovom *J*, čini novo slovo - digram *LJ* (sedamnaesto slovo hrvatske abecede i palatalni lateralni aproksimant).

60, M – MYSLITE

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
M		

Znak *MEM* u hebrejskom nosi značenje *voda*, a izgovor mu se nije mijenjao ni u jednom alfabetu, od semitskih do suvremene latinice. Pretpostavlja se da su ga Semiti označavali simbolom  koji su preuzeli od Egipćana. Grci su ga prvotno nazivali *MU*, a zatim *MI* i pripisivali su mu brojevnu vrijednost 40.

Pisao se u raznim modifikacijama valovite i cik-cak linije, dok mu se u latinskom i grčkom alfabetu oko IV. st. pr. n. e. nije ustalila današnja forma. Hebrejsko ga učenje veže uz materinstvo, vodu, želudac, protok tekućine, hladnoću, zimu i ljudsku sudbinu. U rimskom pismu označavao je broj 1000.

U glagoljici, slovo *M* pokriva tri četvrtine rozete i označava tri četvrtine zemaljske površine prekrivene morem. Brojčana mu je vrijednost jednaka broju šezdeset, a simbolizira kozmičku potpunost.

Po Frani Paru⁴ Konstantinov usustavljen niz znakova/simbola otvara znak križa – *signum absolutus*, a zatvara ga *signum totus* – četveročlano slovo *M* (*mir* = svijet); koje Konstantin postavlja usred azbučnoga niza na poziciju broja šezdeset – simbola velike kozmičke potpunosti. (U grčkom alfabetu na istom se mjestu nalazi slovo *X / Chi /* – u kulturi Konstantinova vremena monogram imena *Christos*.)

Germ šezdeseticu raščlanjuje dvjema jednadžbama. U prvoj, $6 \times 10 = 60$ znači savršenost prave vjere koja se iskazuje u dopunjavanju deset Božjih zapovijedi sa šest djela milosti. U drugoj se broj šezdeset raščlanjuje kao umnožak $5 \times 12 = 60$, pri čemu je pet osjetila sadržanih u naporu za ispunjavanjem nauka dvanaest apostola. Broj šezdeset može se tumačiti kao sklad Staroga i Novoga zavjeta (dekaloga i šest djela milosti). Također upućuje i na njegovu važnost u šezdesetičkom sustavu starih Sumerana, koji se do danas očuvao pri mjerenju vremena.

U hrvatskoj abecedi *M* se nalazi na osamnaestom mjestu i označava bilabijalni nazalni suglasnik.

⁴ Frane Paro: *Četiri glasnika radosne vijesti Konstantina Filozofa*, Slovo, sv. 56-57, str. 421-438, Zagreb 2008.

70, N – NAŠB

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
N		

Slovo *N* potječe od egipatskog hieroglifa , oznake za *zmiju*. Fenički, hebrejski i arapski naziv ovog znaka je *NUN*, i najčešće je oznaka za *ribu*. U mnogim alfabetima slovo *N* je u vizualnoj vezi sa slovom *M*. Grčki je broj 50.


Rimljani su ga preuzeli od Grka u nepromijenjenom obliku. Hebreji ga vežu uz škorpiona, osjetilo njuha, utrobu, umiranje, ribu, sposobnost preživljavanja i obnavljanja.

Slovo *N* je u glagoljici predstavljalo morske nemani, sisavce poput kitova i dupina. Numerička mu je vrijednost jednaka broju 70. Germ u broju sedamdeset, kao i kod većine većih brojeva, simboliku pronalazi u odrješenju, nebeskoj nagradi za uzoran zemaljski život i pravoj vjeri u kojoj nauk Novog zavjeta nadopunjava starozavjetne zapovijedi. Raščlani li se broj 70 na 5×14 , tada se sedamdesetica prezentira kao simbol odrješenja koje vjernici nastoje dostići s pet osjetila, ispunjavanjem deset Božjih zapovijedi i naukom četiri evanđelja. Sedamdeset je također simbol mudrosti i primjeran broj starješinskih zborova.

N je devetnaesto slovo hrvatske abecede i označava alveolarni nazalni suglasnik. U hrvatskom zajedno sa slovom *J* čini digram *NJ* (dvadeseto slovo abecede).

80, O – ONŮ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Podrijetlo slova *O* veže se uz egipatski hijeroglif  (*'ir*) koji su preuzeli Semiti, neznatno ga izmijenili i dodijelili mu značenje *AYIN* - oko. Iz njega se razvio znak za grčki vokal *O* koji su Grci razlikovali kao dugo (*OMEGA*) ili veliko *O* i kratko (*OMICRON*) ili malo *o*, s brojevnom vrijednošću 70.

Slovo *O* ne posjeduje srodnost s arapskom oznakom za nulu.

Hebrejska ga tradicija veže uz *Capricorn* (jarac), bijes, jetru, vlast, percepciju, snagu metafizičke vizije koja omogućuje predviđanje događaja.

Znak *O* je u glagoljici označavalo slovo *O*, broj 80, ali i oznaku za jedno od lica trećeg lica jednine - *on*. Po Čunčić, simboliziralo je oganj ili svjetlost i zauzimalo desnu polovicu rozete. Preklapanjem (zbrajanjem) likovnih svojstava triju slova: *D* (duh), *V* (voda) i *O* (oganj), dobivala se rozeta s neispunjenom lijevom stranom. Po vjerovanju uvriježenom u doba nastajanja glagoljice, tama je označavala nedostatak (nepostojanje) bića. Praznina na lijevoj strani rozete ostavljena je upravo stoga što tama označava nedostatak bića, prazninu, i pustoš. Ostali dio rozete je potpuno ispunjen i govori, držeći se Biblije, o punini stvaranja, ali i o savršenstvu i završenosti prvoga dana Stvaranja.

Germ upućuje kako su u jednadžbi $8 \times 10 = 80$, biblijski egzegeti vidjeli vječnu nagradu (deset Božjih zapovijedi) koju dobivaju oni koji vjeruju u Kristovo uskrsnuće (prisutno u značenju broja osam). U duhu Staroga i Novoga zavjeta shvaćali su i osamdeset godina vladanja Josipa podržanih desetkom dekaloga i osmicom uskrsnuća. Negativno značenje ovoga broja pripisuje se njegovu raščlanjivanju na $2 \times 4 \times 10 = 80$, gdje je motiv ovozemaljskoga svijeta udvostručen.

U hrvatskoj abecedi *O* je dvadeset prvo slovo i označava stražnji srednje visoki samoglasnik. Također, u hrvatskom je jeziku prijedlog koji uz lokativ označava predmet, temu, a uz akuzativ i lokativ mjesto uz vanjsku površinu čega ili viseći o čemu.

90, P – POKOI

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
P		

Slovo *P* potječe od semitskog *PE*, oznake za *usta*. Za razliku od rimskog alfabeta koji ga je zadržao u izvornom obliku, Grci su ga preuzeli pod nazivom *PI* (Π ili π), ali su mu izvornu formu združili slovu *RO*. Prvotno slovo *RO* razlikovalo se od njegove kasnije, latinske inačice. Latinski *R* vjerojatno je tek jedna varijacija slova *PI*. Rimljanima je označavao broj 4000.



U glagoljici slovo *P* predstavlja ptice koje lete, kao što mu sam oblik slovnog tijela i pokazuje.

Germ razlaže broj devedeset na $9 \times 10 = 90$ i iz ove jednadžbe čita odrješiteljsku simboliku. Dodaje da je u devedesetici tri puta trostruka desetka ($3 \times 3 \times 10 = 90$) čime je obuhvaćena slava Svetoga Trojstva, mudrost devetke i odličnost desetke.

Slovo *P* je dvadesetdrugo slovo hrvatske abecede i označava bezvučni bilabijalni plozivni suglasnik.

100, R – RbCI

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
R		Б

Pretpostavlja se kako je izvorni semitski znak *R* () inspiriran egipatskim hijeroglifom  (izgovara *T-P*) oznake za *glavu*. U semitskom se glava nazivala *REŠ* te je njezin naziv ostao vezan uz preuzet i modificiran znak – slovo *R*. U grčkom se ovo slovo razvilo u *P* (*RHŌ*), a u latinskom u *R*. Vrlo je vjerojatno da su neki etruski i zapadnogrički oblici ovoga slova dobivali dodatak na desnom kraku slova kako bi se razlikovalo od slova *P*.

Slovo je *R* u glagoljici imalo numeričku vrijednost broja 100. Simbolički, predstavljalo je ribe. Čunčić, govoreći o ribi kao prvom simbolu kršćanstva, podsjeća na biblijsku podjelu živih bića te ih dijeli na ona koja žive u vodi i na suhom, na ona koja lete po zraku, vodene sisavce i na kraju ribe. Ističe simboličnu važnost četiriju slova: slova *Ž* (žive duše), *P* (ptice), *N* (morske nemani) i *R* (ribe), koja čine sadržaj stvaranja petoga dana.

Germ broj sto naziva jednim od savršenih brojeva: *Posebna savršenost, zaokruženost vremena i prostora, cjelovitost, čvrstoća i postojanost su značenja koja kršćanska ikonografija sažima iz antičke tradicije, dodaje im brojne sadržaje koji se povezuju s uzvišenošću Boga, dovršenošću njegova stvoriteljskog djela, čistoćom vjere, nadom u spas i ljepotu rajskog života*. Germ citira sv. Hieronima, koji svoje razmišljanje o stotici ovako zaključuje: *O slavi toga broja kažimo još samo da deset desetki ima čvrstoću kvadrata i zato je simbol postojanosti i vječnosti*.

Slovo *R* je dvadeset treće slovo hrvatske abecede i označava alveolarni vibrantni sonant (suglasnik i samoglasnik).

200, S – SLOVO

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
S		

Slovo S ima kompliciranu povijest jer je njegovo podrijetlo temeljeno na nekoliko znakova, prije svih na semitskom znaku ω (*ŠÎN* ili *zubi*) (*teeth*). *ŠÎN* je Grcima poslužio za kreiranje njihova znaka *SIGMA*, koji je, nakon nešto preoblikovanja, zamjenjivao glas S (*sigma* vjerojatno potječe od arapske riječi *samak* – *riba, kičma*). Prije grčke *SIGME*, *ŠÎN* je u feničkom alfabetu korišten za Š, slovo koje Grci nisu trebali te su mu stoga preuzeli samo oblik, ali ne i izgovor.

Za potrebe latinskog jezika, rabilo se slovo S, ali ne u obliku sigme, već kao znak s dvije oble linije. Rimljani su taj znak upotrebljavali za pisanje glasa S, a njegova je dvojakost opstala i u nekim kasnim jezicima. Koristili su ga za oznaku broja 90.

Glagoljičko pismo je slovom S označavalo *riječ* (*iskoni bê slovo* – u početku bijaše Riječ). U to vrijeme je riječ *jezik* istodobno imala dva značenja – *jezik* i *narod*. Slovo S je osim simboliziranja *riječi* simboliziralo i *sunce*. Slovo S (kao i slovo Z) izlazi izvan kružnice rozete upravo stoga što predstavlja astronomsko tijelo.

Slovu S je u glagoljičkom pismu pridružena numerička vrijednost broja 200. Marko Marulić ga je u svojem djelu *De humilitate et gloria Christi*, protumačio na sljedeći način: *Nadalje, dvije stotine lakata označuje savršenstvo svetih koji ne nastoje samo izvršavati zapovijedi dekaloga nego se trude ispuniti i evanđeoske savjete. Jer onome tko je rekao da se pridržava zapovijedi Zakona te upitao što mu još nedostaje, Spasitelj je odgovorio: Ako hoćeš biti savršen, prodaj sve što imaš i daj siromasima pa me onda slijedi! I, budući da takvo savršenstvo daleko nadvisuje zasluge nesavršenih, ne procjenjuje se brojem sto kao oni, nego brojem dvjesto, kao dvostruko tolikim kolikim ostali koji se spašavaju.*

S je dvadeset četvrto slovo hrvatske abecede. Označava bezvučni alveolarni frikativni suglasnik. U hrvatskom se jeziku S i Š jasno razlikuju, no u nekim drugim jezicima ta razlika nije tako vidljiva niti je jasno objašnjena.

300, T – TVRĀDO

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

Današnje slovo *T* potječe od feničkog alfabeta *TAU*, slova vrlo sličnog obliku križa, koje je označavalo *znak*. Grci su ga preuzeli i neznatno preuredili. Oduzimajući mu *vrh križa*, od prvotnog su *TAU* načinili današnje slovo *T*.



Ovaj su znak preuzeli i Rimljani te se njime, gotovo nepromijenjenim, koriste sve do danas. Slovo nema svojih varijanti, nego je u čistom obliku prisutno u gotovo svim poznatim jezicima.

Glagoljičko slovo *T* likovno se doima rotiranom preslikom slova *V* (slova *VĚDĚ*). Nalazi se na sredini rozete i simbolizira tvrdoću međe – nebeskog svoda, kojim su nebeske vode razdvojene od zemnih. Čunčić tumači kako je svod držan drugim nebom, a nad njim da je nebeska voda koja je iznad kopna. Vjerovalo se da je taj prostor tvrd jer se voda pretvara u kišu, tuču, snijeg i led da vlaži kopno. Prividni *svod nebeski* stari su Semiti zamišljali kao kupolu koja je zadržavala gornje vode koje mogu provaliti na zemlju i uzrokovati potop. I sveti Ambrozije kaže da su vode od voda rastavljene svodom kao međom.

Uz tvrdoću međe, slovo *T* označavalo je i numeričku vrijednost broja 300. Broj tristo veže se uz Gideona opisanog u *Knjizi o sucima* i njegovo suprostavljanje vladajućoj struji učinjeno na poziv Boga. Gideon je uz Božju pomoć sa svojih 300 ljudi uspio poraziti višestruko jaču midjansku vojsku i zavrijediti mir dug 40 godina.

U hrvatskom jeziku, slovo *T* je dvadeset šesto slovo hrvatske abecede i označava bezvučni alveolarni plozivni suglasnik.

400, U – UKЪ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
U		

Slovo *U* potječe od semitskog slova *WÂW* čiji je oblik izvorno bio zastupljen *kukom* (𐤅). Iz istoga semitskog znaka razvilo se nekoliko slova – *F, V, W, Y* i *U*.

Tijekom sredine do kasnog srednjeg vijeka, razvijena su dva oblika slova *V* ili *U* i oba su kasnije korištena za njihove moderne oblike *V* i *U*. *V* je završavao u točki i pisao se na početku riječi, dok se njegov oblik – *U*, koristio u sredini ili na kraju riječi. U XVIII. stoljeću ova su se dva znaka napokon posve razdvojila na suglasnik *V* i samoglasnik *U*.

Slovo *U* Hrvatima je kao i potkova simbol za sreću. U glagoljici je brojevnje vrijednosti jednake broju 400, broju koji se može izraziti kao produkt broja 8 i broja 50. Osam se često tumači kao novi početak (svaki idući tjedan počinje osmim danom), a 50 simbolom nagrade za uzoran život. U broju četiristo njihova su svojstva multiplicirana.

U je dvadeset sedmo slovo hrvatske abecede, stražnji je visoki samoglasnik, a kao prijedlog veže se uz mjesta (uz lokativ) i cilj (uz akuzativ).

500, F – FRЪTЪ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
F		

Kao i prethodno slovo *U*, i slovo *F* je podrijetlom vezano uz semitsko slovo *WĀW* čiji je oblik izvorno bio zastupljen *kukom* (𐤒), i iz kojeg su se razvila i slova - *V, W, Y*. Prvotni semitski znak *kuke* mogao se tumačiti i kao *rašlje* ili *štap s rogovima* (pastirski štap). Odlikovale su ga tri glasovne vrijednosti: bio je konsonant *V*, ali i vokal *O*, odnosno *U*. Izvorno ime vjerojatno mu je bilo *FAU*. Danas nije poznat njegov izvorni grčki izgovor, ali mu se zadržala brojčana vrijednost 6. Također se koristio i kao matematički simbol. Taj grčki znak preuzimaju Rimljani u VII. st. pr. n. e. zajedno s 20 drugih znakova iz grčkog alfabeta, koji se pisao u južnoj Italiji, i daju mu glasovnu vrijednost *F*.

WAU se u hebrejskoj tradiciji veže uz *Taurus*, misao, desni bubreg, vlasništvo.

Glagoljičko slovo *F* zauzima prostor između dvaju gornjih isječaka slova *D*. Kako se pretpostavlja, tomu je zasigurno tako jer slovo *F* predstavlja životinje koje nisu domaće, nego divlje. Numerička vrijednost mu se veže uz broj 500 koji se može razložiti na više načina ($5 \times 100 = 500$), ($20 \times 5 \times 5 = 500$) ili ($5 \times 10 \times 10 = 500$). U svakoj od jednadžba pet ljudskih osjetila umnaža se ili savršenošću vremena i prostora (broj 100), ili savršenošću Božjeg stvaranja (broj 20) ili deseterostruko umnoženim dekalogom (broj 10).

F je deseto slovo hrvatske abecede. Označava bezvučni labiodentalni frikativni suglasnik.

600, H – HĚŔЬ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
H		

Slovo *H* potječe od semitskog znaka *HĚT* (**III**) koji znači *ograda* ili *polje*. Nakon što su ga preuzeli Grci, *ETA* se vjerojatno izgovarao kao zvuk *H*, no poslije se u grčkom jeziku počeo upotrebljavati kao dugi vokal *E* i oznaka za broj 8.

Prema hebrejskom učenju veže se uz *Ariesa* (ovan), govor, desno stopalo, život, povezuje unutarnji i vanjski svijet. U raznim jezicima koji koriste latinicu česte su mu primjene u digramima *SH*, *SCH*, *TSCH* itd. Isto je tako poznato i više njegovih glasovnih vrijednosti.

U glagoljici se kružni isječak ili trokut slova *H* nalazi ispod vodoravne crte ili horizonta. Kako drži Čunčić, zbog svojega je oblika slovo *H* simbol večeri kada se dan priklanja zalazu i sunce se sakrije iza crte obzorja. U ona se doba držalo da je večer opća granica između dana i noći.

H je dvanaesto slovo hrvatske abecede i označava bezvučni velarni frikativni suglasnik.

700, ω – OTÊ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

U glagoljici je brojevnosti jednake broju 700. Javlja se kao inicijal.



800, Ć – ŠTA

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
		

U glagoljici, slovo Ć - ŠTA ima oblik plodnog stabla sa širokom krošnjom. Predstavlja drvenaste biljke, stabla, *štap koji cvate*. Numeričke je vrijednosti broja 800.

Slovo Ć je peto slovo hrvatske abecede i označava bezvučni palatalni afrikatni suglasnik. Koristi se i u poljskoj abecedi, iz koje je i preuzeto. Za svoju grafiju koriste ga i Bošnjaci.

900, C – CI

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
C		

Slovo C istog je podrijetla kao i slovo G, koje su Semiti nazivali *GIMEL*. Znak je vjerojatno prilagođena inačica egipatskog hijeroglifa za *osobni remen* (svojevrstu praćku, uže povezano uz dugačko drvo). Druga mogućnost dopušta da je znak prikazivao devu, za koju je semitska riječ glasila *GAMAL*.

Za trećeg st. pr. n. e. sve češće se događa uporaba slova C (i njegove inačice G) pri zamjenjivanju slova K i Q. U klasičnom razdoblju, a i nakon njega, G je tretiran kao fonetički predstavnik slova *GAMMA*, a C kao ekvivalent za *KAPPA*. Pri transliteraciji grčkih riječi u latinski, primjerice *ΚΑΔΜΟΣ*, *ΚΥΡΟΣ*, *ΦΩΚΙΣ* njihov latinski zapis bi glasio *CADMVS*, *CYRVS*, *PHOCIS*.

Slovo C se katkad nazivalo i polumjesečasta sigma, zbog svoje srodnosti s jednim oblikom grčkog slova *SIGMA*, kao i sličnosti na polumjesec. Označavao je rimski broj 100.

U glagoljici je brojevne vrijednosti jednake broju 900, u čijem značenju se nalazi kvadrirana vrijednost broja tri (oznake Svetog Trojstva), pomnožena brojem 100 (savršenostu vremena i prostora).

C je treće slovo hrvatske abecede. Označava bezvučni alveolarni afrikatni suglasnik.



1000, Č – ČRЪVЪ

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
Č		

U glagoljici slovo Č simbolizira čovjeka koji je za razliku od svega stvorenoga u prvih šest dana stvaranja svijeta, ispunjen govorom. Zbog čovjekove moći govorenja, gornji dio slova Č je *otvoren* i ukazuje na čovjekova otvorena usta. Glagoljičko slovo Č simbolički sadrži i muškarca i ženu te predstavlja brojevnju vrijednost broja 1000 čije se simboličko značenje veže uz *nebrojeno mnoštvo*.

Č je četvrto slovo hrvatske abecede. Označava bezvučni postalveolarni afrikatni suglasnik. U abecedu ga je uveo Ljudevit Gaj iz češkog, a rabi se i u abecedama slovenskog, slovačkog, litvanskog, latvijskog, srpskog i bošnjačkog.

2000, Š – ŠA

Latinica	Protoglagoljica	Alkar
Š		

Glagoljičko slovo Š u glagoljici simbolizira širinu prostora. Zauzima gornju polovicu rozete i njegova se srednja prečka prostire sve do neba. Čunčić tumači kako rubni dijelovi slova (pobočne prečke) slijedeći polukrug rozete omeđuju granice svega vidljivoga prostranstva. Iz slova Š iščitava se poruka da je Svemir prostor koji se čini beskrajnim, ali je i on, Svemir, u usporedbi s Bogom ograničen. Kao takav, ograničen, Svemir nalazi svoje mjesto u Bogu koji je veći i od beskrajnog Svemira koji je stvorio.

Š je dvadeset peto slovo hrvatske abecede. Označava bezvučni postalveolarni frikativni suglasnik. U abecedu ga je uveo Ljudevit Gaj iz češkog, a koristi se i u abecedama slovenskog, slovačkog, litavskog, letonskog, estonskog, srpskog i bošnjačkog.

POGOVOR prvom izdanju (dr. sc. Hrvojka Mihanović-Salopek)

Spisateljica Jasna Horvat u svojem novom romanu *Az* nastojala je osvijetliti život i likove apostola staroslavenske jezične liturgije i pismenosti – sv. Ćirila (Konstantina Solunjanina) i sv. Metodija, kao i proces oblikovanja glagoljskog pisma. Osim toga autorica (koja je po struci profesorica statistike) tijekom romana, posebice u zadnjem poglavlju, ušla je i u odgonetavanje konstrukcijske i simboličko-semantičke strukture samoga glagoljskog pisma. Poticaj za vlastitu razradu simboličkog značenja glagoljičkih slova potaknut je knjigom Marice Čunčić: *Izvori hrvatske pisane riječi*, Školska knjiga, Zagreb, 2003., str. 93–108, a povezanost između sheme glagoljičkih znakova i njihovih veza s igrom *m̃lin*, preuzeta je iz radova Frane Para *Glagoljska početnica*, Naklada Benja, Rijeka, 1995. i *Četiri glasnika radosne vijesti Konstantina Filozofa*, Slovo, sv. 56–57, Zagreb, 2008., str. 421–438.

Po žanrovskoj pripadnosti roman možemo uvrstiti u povijesni tip romana, te je u svrhu autentičnog ocrtanja životopisa sv. Ćirila i Metodija i sveukupnog povijesnog razdoblja iz druge polovice IX. stoljeća autorica proučila opsežnu povijesnu i hagiografsku literaturu. U nizu knjiga uz pomoć kojih je prikupljena povijesna građa za roman, autorica posebno ističe sljedeće naslove:

1. Badiou, Alain: *Sveti Pavao, utemeljenje univerzalizma*, Ljevak, Zagreb, 2006.
2. Badurina, Anđelko: *Leksikon ikonografije, liturgike i simbolike zapadnog kršćanstva*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2000.
3. Botica, Stipe: *Biblija i hrvatska kulturna tradicija*, Zagreb, 1995.
4. Bratulić, Josip: *Žitja Konstantina Ćirila i Metodija i druga vrela / preveo i protumačio Josip Bratulić*, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1998.
5. Crnković, Nikola: *Hrvati za narodnih vladara*, Matica hrvatska – Novalja, Novalja, 2007.
6. Damjanović, Stjepan: *Slovo iskona*, Matica hrvatska, Zagreb, 2004., str. 94.
7. Deželić, Velimir, ml.: *Sofiju odabra*, izdanje Hrv. književ. društva sv. Jeronima u Zagrebu, Zagreb, 1927.
8. Germ, Tine: *Simbolika brojeva*, Mozaik knjiga, Zagreb, 2004.
9. Grivec, Franc: *Sveti Ćiril i Metod, slavenski blagovjesnici*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1985.
10. Hamm, Josip: *Čitanka starocrkvenoslavenskog jezika s rječnikom*, Zagreb, 1947.
11. Hall, James: *Rječnik tema i simbola u umjetnosti*, Školska knjiga, Zagreb, 1998.
12. Hamvas, Béla: *Kršćanstvo, Scientia Sacra II*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2003.
13. Jurišić, Blaž: *Nacrt hrvatske slovnice*, Matica hrvatska, 1992. (pretisak izdanja iz 1944.)
14. Koestler Arthur: *Kazari - 13. židovsko pleme?*, MISL, Zagreb, 2000.

15. Nazor, Anica: *Knjiga o hrvatskoj glagoljici „Ja slovo znajući govorim“*, Erasmus, Zagreb, 2008.
16. Ostrogorski, Georgije: *Povijest Bizanta 324-1453*, Golden marketing, Tehnička knjiga, Zagreb, 2006.
17. Radić, Radivoj: *Carigrad, priče sa Bosfora*, Beograd, 2007.
18. Runje, Petar: *O knjigama hrvatskih glagoljaša*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1998.
19. Sambunjak, Slavomir: *Gramatofija Konstantina Filozofa Solunskoga, hipoteza o postanku i značenju glagoljice*, Demetra, Zagreb, 1998.
20. Schure, Edouard: *Veliki posvećenici*, Cid-Nova, Zagreb, 2001.
21. Sveti Teodor Studit: *Pisma monahinjama*, Symposion, Split, 1991.
22. Tandarić, Josip Leonard: *Hrvatsko-glagoljska liturgijska književnost, raprave i prinosi*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1993.
23. Tenšek, Tomislav Zdenko: *Asketsko-monaška duhovnost otačkog razdoblja: počeci i razvoj kršćanskog asketizma i monaštva do sv. Benedikta*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2003.
24. Žubrinić, Darko: *Hrvatska glagoljica, biti pismen - biti svoj*, Hrvatsko književno društvo sv. Jeronima, Zagreb, 1996.

Međutim, da bi uz povijesnu faktografiju roman zadobio svoju bitnu, intrigantnu i privlačnu beletrističku auru, Jasna Horvat je pripovjedno ušla i u otvoreno područje romaneskne imaginacije, te je razvojem fabulativnog događanja, prelomljenog u narativnim pričama likova i psihološkom karakterizacijom tih likova, nastojala pretpostaviti i predočiti moguće ljudske emotivne međuodnose i posljedice koje proizlaze iz značajki njihovih postupaka, osjećaja i težnji.

Uvijek je teška, složena i riskantna odluka napisati knjigu kojoj su glavni likovi sveci. Ujedno sveta braća su za našu kulturnu povijest začetnici čitavog višestoljetnog niza staroslavenske i potom starohrvatske srednjovjekovne književnosti, koja je upravo na hrvatskom području razvila tropismenost i specifično polifono kulturno tlo otvoreno transliterarnim i transmisijским književnim strujanjima na razmeđu Istoka i Zapada. Pri tako složenom književnom zadatku uvijek je opasnost da glavni likovi zadobiju karakteristike hagiografskih hvalospjeva i da nam ostanu daleki i plošni unutar njihove idealizacije. Osim toga, svaki povijesno-hagiografski ili književno-legendarni prikaz, pa i onaj oblikovan faktografski najizvornije, uvijek je samo selekcija, individualna piščeva vizija i autorski odraz jedne iznimne, uzorite i čovjeku do kraja nesagledive sudbine sveca. Nasuprot tome postoji i književni izazov da se pokušaju dokučiti, približiti i shvatiti takve iznimne, nadarene i Božjim nadahnućem posve obuzete osobe.

U romanu je predstavljen lik sv. Ćirila – Konstantina Filozofa u njegovoj posebnosti, posvećenosti svijetu znanosti i duhovnosti, u njegovoj zanesenosti i uzlebdjelosti iznad prioriteta svjetovnog života. Ali on je također ocrtan i u onim situacijama kad je autorica snagom svoje iskustvene percepcije i imaginacije prikazala i pojedine svečeve sasvim oprečne trenutke, bliske i prepoznatljive unutar običnog ljudskog života. Ipak, da bi naglasila nemogućnost definitivne rekonstrukcije svečeva života, Jasna Horvat je strukturirala posebnu kompozicijsku podjelu romana.

Pripovijedanje unutar romana teče u nekoliko različitih, zasebnih, a opet međusobno povezanih priča, koje svaka kroz prizmu svojega lica-pripovjedača obrađuju životnu putanju sv. Ćirila i Metodija. Zadnje poglavlje na pripovjedno-statički, isključivo analitički način ulazi u odnos oblikotvornosti i značenja glagoljčkih slova i ono je namijenjeno najzahtjevnijem čitateljstvu, koje ima motivaciju udubljanja u matematičko-geometrijsku kombinatoriku i simboličko-mističnu analizu slova. No, iako izuzeto od radnje, posljednje poglavlje na apstraktno-mistički način želi ući u tajnu razmišljanja sv. Ćirila, i ono ulazi u idejno shvaćanje Ćirilove redakcije glagoljskih slova, te se u njemu dotiču, obrazlažu i naslućuju polisemantička težišta glagoljičke izražajnosti.

Prvu priču o životu i djelovanju sv. Ćirila saznajemo iz pripovjedne vizure njegova brata sv. Metodija, koji ga prati u odrastanju, sazrijevanju i misijama i za kojeg bismo opravdano mogli smatrati da ga najbolje poznaje i razumije. Ipak, već sam početak Metodijeve realistički oblikovane priče započinje sumnjom u vjerodostojnost prikaza ljudske duševne punine: „Sebi ne vjerujem. Ne vjerujem ni svojem bratu Konstantinu Solunjaninu.“ Usprkos svojoj odanosti prema bratu, Metodijeva priča pokazuje njihovu karakternu različitost: Ćiril je opisan kao potpuni zanesenjak, obuzet u cjelini vjerom, znanošću i filozofskim promišljanjem transcendentalnosti. Njegova vizija imaginarnog lika Sofije (ujedno simbol Mudrosti Očeve – Krista), njegova je životna vodilja. Lik Metodije karakterizira također odanost svojem svećeničkom poslanju, ali on polazi u svojem rezoniranju od okolnosti životnog realiteta, teži oštromnom, racionalnom promatranju stvarnosti i ima snažniji dar povezivanja realnih činjenica zbilje s izvršavanjem svojih misionarskih ciljeva. Metodijeva realistično-kritična pripovjedna pozicija pruža priči uvjerljivost, dojam objektivnosti u kojem se ističu Ćirilove vrline, ali i neprotumačive osobitosti naravi, a povrh svega uvijek je obuhvaćeno snažno samokritično saznanje pripovjedača: „Svaka biografija je neistina. Za života smo slabovidni.“

Fabulativno najizazovnija i najzanimljivija je priča pripovijedana iz usta lika carice Teodore, koja je nakon 856. zbačena s prijestolja i zatočena s kćerima u manastiru Gastriju. U toj se priči kroz subjektivno proživljena, emotivna sjećanja iznosi strahovita

sudbina fascinantne, obrazovane, dominantne i inteligentne žene – carice Teodore, ali se u strasti nerijetko i oprečnih osjećaja prelama i uloga sv. Ćirila u njezinu usponu, obratu i nesretnom udesu. Pod okriljem emocija, u ovoj priči pronalazimo najviše nesputanog zamišljaja Jasne Horvat, njezina uživljavanja i oživljavanja Teodorine situacije, ali usporedno uočavamo neuvijeni prikaz surovosti života na dvoru, te naličja beskompromisne borbe za vlast u amoralnosti i sutonu bizantskog carstva. U Teodorinoj priči pronalazimo diskurs memoarske retrospektive, ali i unutarnjeg doživljenog govora kroz koji upoznajemo njezine unutarnje dileme o vraćanju svojega položaja, o spašavanju prognanih kćeri i posrnula sina. U toj subjektivno obojenoj naraciji pripovjednog lika, lik Ćirila izdiže se kao Teodorina duhovna vertikala, a istovremeno i kao nekontrolirani izljev strasti: carica Konstantina Ćirila zamišlja kao svojega istoimenog umrlog sina, kao svoje duhovno dijete koje je profilirala i odgajala, a istovremeno doživljava ga i na erotski način kao posljednju ljubav svoje do kraja neiživljene ženskosti. Teodorin lik psihološki je uvjerljivo prikazan u skali različitih reagiranja, prikazan je u stanju racionalne usredotočenosti, drugi tren u očaju i emotivnoj labilnosti, a potom u sjećanjima i halucinantnim dijalozima s umrlim mužem. Takvim pripovjednim postupkom dobivamo izmaštanu, ali vjerodostojnu mogućnost sagledavanja lika carice Teodore, te ljudskih strasti i borbe za opstanak u nemirnim vremenima vladalačkih previranja u Carigradu.

Nakon Teodorine priče, lik sv. Ćirila i Metodija prelama se i u priči ostarjelog rimskog znanstvenika Anastazija Knjižničara i mladog kroničara đakona Ivana – tajnika biskupa Gaudericha, čiji će ujedinjen povijesno-istraživački rad rezultirati povijesno-legendarnim spisom, poznatim kao *Italska (Kersonska) legenda*. U ovoj priči nadopunjuju se povijesni podaci i fragmenti Metodijevih pisama. Ali, kroz vješto i oprezno iznošenje komentara o povijesnim podacima, kojima Anastazije Knjižničar podučava đakona Ivana sagledavanju i tumačenju povijesti, zapažamo i jednu novu komponentu. Pripovijedanje Anastazija Knjižničara na diskretan način pokazuje kako društveni i crkveni položaji i životna ideološko-politička opredjeljenja samih kroničara u velikoj mjeri određuju viđenje i tumačenje Ćirilove misije, te zapravo svakog povijesnog doba. Dok hrvatski knezovi s oduševljenjem prihvaćaju ćirilometodsku misiju, jer ona pridonosi njihovoj kulturnoj važnosti, državopolitičkoj posebnosti i nezavisnosti, pojedini pripadnici liturgijskog jezika latinske crkve, kao i zastupnici Venecije, ne promatraju s odobravanjem niti misiju, niti jačanje hrvatske državnosti. Cjelokupno autoričino pripovjedno viđenje želi posvijestiti misao kako je povijest nerijetko jedna vrlo labilna masa protumačivih podataka, koju pišu pobjednici, i u većoj je ili katkad manjoj zavisnosti od političko-ideoloških uvjerenja ljudi koji je pišu. Iz toga razloga, uz podatke o ćirilometodskoj misiji, umetnuti su i biografsko-povijesni podaci o samim povjesničarima, te se tim

postupkom upotpunjuje nemirna i zapravo jednostrano neprotumačiva reljefnost povijesne slike 9. st. Takvo saznanje o pojednostavljenosti složene i disharmonične povijesne scene prenosi mladom đakonu Anastazije Knjižničar: „I nama ljudima, kao i Mjesecu, nisu osvijetljeni svi dijelovi naših pojavnosti.“

Neposredno nakon završetka Anastazijeve priče ulazimo u četvrtu, kratku, ali za naše podneblje važnu priču o širenju iste *Italske ili Kersonske legende*, koju 895. godine na Uzdolju kraj Knina čita hrvatski svećenik-glagoljaš Žitelj u prisutnosti hrvatskog kneza Mutimira. Tom epizodom Jasna Horvat naglašava važnost i životnost cjelokupne ćirilometodske misije i glagoljičkog pisma na našem tlu, na kojem su postavljeni temelji specifičnom razvoju hrvatske kulture i književnosti kroz stoljeća. Osim toga, ostaje otvoreno pitanje jesu li glagoljska slova možda i prije ćirilometodske misije postojala na našem tlu, a Konstantin Ćiril im je samo pružio definitivnu redakciju.

Iako bismo mogli zaključiti da tradicionalni beletristički fabulativni tijek romana završava likom kneza Mutimira i njegova sina – budućeg hrvatskog kralja Tomislava, u knjizi pronalazimo još jednu smjernicu. Zadnji dio poglavlja, kao i pripovjedni *Intermezzo* (s pojavljivanjem lika same autorice unutar romana), usmjeravaju pozornost čitatelja na završno peto poglavlje koje izlazi iz okvira beletristike i uvodi nas u drugačiji diskurzivni iskaz u kojem se isprepleće stručno geometrijsko-aritmetičko tumačenje konstrukcijskog oblika glagoljice sa simbolično-mističnim sagledavanjem višeznačnosti slova. Takvim neuobičajenim finaliziranjem romana autorica se želi upustiti u višu razinu osmišljavanja i odgonetanja višestrukog značenja i namjene glagoljskog pisma, kao kôda u kojem se skrivaju pradavna mudroslovna učenja, određene više zakonitosti egzistencije i tajna bit naše kulture.

Možemo zaključiti da je Jasna Horvat strukturirala originalno sučeljavanje i nadopunjavanje povijesnog romana, izazovne beletrističke priče, umetnute sumnje u jednostavno odčitavanje povijesne i ljudske sudbine i iskaza stručno-simboličkog razlaganja kojim se postmodernistički prodire u samu mikrostrukturu jezika – u strukturu slova – i time je stvorila zanimljivo djelo s više razina iskaza.

Roman će zbog svoje višeslojnosti biti privlačan različitim čitateljskim skupinama: studentima iz obrazovnih razloga, poklonicima povijesti, ali i ljubiteljima analiziranja ljudskih strasti, a u petoj razini namijenjen je filozofima, aritmetičarima, semantičarima, misticima i svim zaljubljenicima pradavnog hrvatskog pisma – glagoljice.

dr. sc. Hrvojkja Mihanović-Salopek
Zagreb, travanj 2009.

POGOVOR 2. IZDANJU

Jezikom je filologije (leksikologije, leksikografije) autorica romana *Az* progovorila i kroz svojevrstni strukovni leksikon – enciklopedijski rječnik u kojem je dala vlastita tumačenja glagoljičnih slova utemeljena, najvećim dijelom, na relevantnoj filološkoj literaturi. Uzmemo li u obzir da se svako glagoljično slovo u ovome romanu tumači i simbolički, da se promatra kao jezični znak koji ima svoj plan izraza i plan sadržaja, navedenim filološkim disciplinama možemo pridružiti i semiotiku/semiologiju.

Kao interpretatorica života i djela Konstantina Ćirila Jasna Horvat crpi iz tekstova koji su ključni i nezaobilazni kada je riječ o toj problematici – iz njihovih biografija, životopisa – žitja poznatih pod nazivom Žitje Konstantina Ćirila i Žitje Metodija⁹ (u prijevodu i tumačenju Josipa Bratulića) te teksta *Italske legende*.

Slova glagoljične azbuke u nizu – *azbučnoj molitvi* – promatraju se u svojoj trostrukoj kodiranosti/tripartitnosti – kao slova/grafemi koji stoje za određeni glas u jeziku, kao oznake za brojeve (u tzv. gematrijskoj funkciji) i kao leksičke jedinice podignute na razinu simbola. Na začelju svakoga poglavlja glagoljična se slova pojavljuju u ulozi leksičkih stilema intermedijalno potpomognutih grafematičkim/grafetičkim podacima te ucrtani u Jončevljevo projektno polje. Njihov je sadržaj protumačen u skladu s rječničkom definicijom (npr. *azъ* – ja; *dobrê* – dobro; *estъ* – jest, je i dr.), ali i autoričinom slobodnom interpretacijom potpomognutom literaturom (*azъ* – ja kršćanin; *dobrê* – duh; *estъ* – jutro i dr.), dok je u posljednjem dijelu knjige, koji nosi naziv *Slovarij*, oblikovan svojevrstan enciklopedijski rječnik – „mali leksikon glagoljice“ – u kojem se tumači 29 glagoljičnih slova prema podrijetlu, s obzirom na slova iz drugih pismovnih sustava, iz perspektive broja, leksičkoga imena te šire, kulturološke, perspektive kojoj je cilj osvijestiti činjenicu da je pismo najveće dostignuće čovječanstva, ono na kojem počiva život civilizacije.

Roman *Az* je i u strukturalnome i u tematsko-motivskom smislu inspiriran ne samo životopisom Konstantina Ćirila već i rasporedom glagoljičnih pismena (slova) u azbučnome nizu te njihovom znakovnom i simboličnom prirodom koju određuje filozofsko-teološka šifra ugrađena u svako pojedino slovo. Nije stoga neobično što je za njega dosada veliko zanimanje pokazala i književna i jezikoslovna znanost, ali i teorija kulture te različite umjetničke prakse (jer roman je među ostalim inspiriran likovnom umjetnošću, matematikom, geometrijom, astrologijom, filozofijom, teologijom).

Populariziranje glagoljice Jasna Horvat u suradnji s Josipom Forjan ostvaruje brendiranje Republike Hrvatske kao države kršćanskoga pisma i dugovječne pismenosti. Postupak brendiranja započet romanom *Az* svoj je slikovni predložak

doživio u prostorima Ekonomskog fakulteta u Osijeku gdje su 2015. godine Jasna Horvat i Josipa Forjan dizajnirale Aulu glagoljice kao ambijentalni spomenik glagoljskom pismu .

Pismena drevnoga hrvatskoga i slavenskoga glagoljičnog pisma iskoračila su sa stranica romana i zaodjenula se u suvremeno ruho, u novoosmišljeni font *alkar* kojemu je suautorica upravo Jasna Horvat.

Glagoljica tako sada u obliku murala trajno nastanjuje unutarne zidove te institucije (Aula glagoljice, učionice, hodnici). *Muzealizirana*, živi roman *Az* u novom mediju pojačane komunikativnosti, mediju koji nas vraća na početke svih početaka kada je riječ o pismovnoj povijesti – u njezinu *embrionalnu* fazu, kada je pismo bilo slika – piktogram, a to znači univerzalni kod koji premošćuje jezikom zadana ograničenja. Kada su jezičnokomunikacijska ograničenja prevladana, svi smo jedno, svi smo AZ.

U Osijeku 14. veljače 2020., na spomendan Sv. Konstantina Ćirila Solunskog

prof. dr. sc. Milica Lukić

Navodi i napomene

GLAGOLJICA

Najstarije slavensko pismo, nastalo oko polovice IX. stoljeća. Najčešće se smatra da ga je sastavio Konstantin – Ćiril, brat Metodijev (umro 869.), po uzoru na grčki kurziv, a uporabio ga je za svoj prijevod temeljnih crkvenih knjiga na staroslavenski jezik. Javlja se u dva glavna oblika, oblom i uglatom, koji su se međutim, tako tek kasnije uobličili. Na tom su pismu sačuvani mnogi rani hrvatski spomenici.

Milivoj Solar: Književni leksikon, Matica hrvatska, Zagreb, 2008., str. 132.

TROKUTASTA GLAGOLJICA

Trokutasta se glagoljica smatra najstarijim glagoljskim tipom čiji slovni elementi imaju oblik kružnih isječaka, tj. trokuta, za razliku od mlađeg okruglog tipa, s elementima slova u obliku kruga. Ostaci trokutaste glagoljice čuvaju se u nekim hrvatskim, moravskim i makedonskim spomenicima X. i XI. stoljeća.

Marica Čunčić: Maša Burić, FILOLOGIJA 44, Zagreb 2005.

SLOVČANE BROJKE

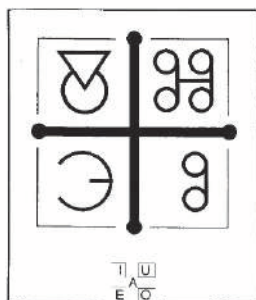
Brojevi u glagoljskim proslovima označavali su se slovima, tzv. slovčanim brojkama. Za prvih devet slova glagoljske azbuke (od A do Z) odgovarajuće vrijednosti brojeva su od 1 do 9, za sljedećih devet slova (od Ī do P) vrijednosti brojeva su od 10 do 90, s razmacima od 10. Slova od R do C (njih devet) imaju vrijednosti od 100 do 1000, s razmacima od 100. Preostala slova označavaju tisućice.

Darko Žubrinić: Hrvatska glagoljica – biti pismen biti svoj, Element, Zagreb, 1996.

MONOLITAN SUSTAV PISMENA

Budući da azbučni niz otvara znakom križa – slovni znakom za otvoreni samoglasnik A, Konstantin će ucrtati u četvorine koje nastaju ucrtavanjem križa u kvadrat još četiri otvorena samoglasnika: E, O, U, I. Ta skupina od pet samoglasnika upisanih u kvadrat predstavlja vizualizaciju Konstantinove ideje. Njome objavljuje svoj „likovno-teološki“ oblikovni program – prikazuje inventar elemenata s pomoću kojih će složiti koherentan i monolitan sustav pismena. Tek kasnije (u XIX. st.) to će pismo dobiti ime GLAGOLJICA.

Frane Paro: Glagoljska početnica, Naklada Benja, Rijeka, 1995.



PISMO S PAPINIM DOPUŠTENJEM

Godine 1248. senjski biskup Filip dobio je pismeno dopuštenje pape Inocenta IV. za služenje glagoljske mise u Senjskoj katedrali, kao i u svim područjima gdje je postojao taj običaj. Isto dopuštenje dano je godine 1252. benediktincima u velikome samostanu sv. Nikole pokraj Omišlja na otoku Krku. Te povlastice bile su važne za procvat hrvatske glagoljske kulture. Odluka pape Inocenta IV. imala je ekumensko značenje.

Darko Žubrinić: Hrvatska glagoljska baščina povezana s Likom, Krbavom, Gackom, Modrušom i Senjom, 2001.

O IMENU GEBALIM

Etimologija imena Gebalim dovodi se u vezu sa semitskom riječi džebel, gebal, što znači u arapskom i hebrejskom jeziku gora. Označivalo se dakle imenom Gebalim neke gorane. Sam Hazdaj u svojem pismu veli, da su Slaveni... Pomišljalo se tu u prvom redu na Hrvate. Znamo, da i za ime Hrvata postoji drevno etimološko tumačenje, koje dovodi Hrvate u vezu s korijenom: chrb, hora, gora. Etimološko tumačenje govori dakle za to da bi se pod oznakom Gebalima imali razumijevati Hrvati. No moglo je ime Gebalim nastati i otuda, što je zemlja Hrvata gorovita.

Vladimir Mažuranić: Gebalim, Kolo, Matica hrvatska, 1927., str. 4.

ZEMLJA GEBALIMA

Tko će odbaciti svjedočanstva o političkoj geografiji učena svećenika iz druge polovice dvanaestoga vijeka, popa Dukljanina, tko li poreći vrijednost karti Arapina Drisi-a, sačinjenoj u isto doba, gdje je sva istočna obala našega Jadrana označena

sa imenom „Gurasije“ (=Hrvacija)? A i saveznik Abderrahmanov, bizantinski cesar Konstantin uzdiže Tomislava i kopnenu i pomorsku snagu Hrvata za Tomislavljeva doba. Kraj svega toga i kraj jasnoga svjedočanstva Hazdajeva pisma, zemlja Gebalima može da bude jedino pomorska država na Jadranu, Hrvatska.

Vladimir Mažuranić: *Gebalim, Kolo, Matica hrvatska, 1927., str. 13-14.*

KAZARSKA ZEMLJA

Kazarska pak zemlja prostirala se između Crnoga i Kaspijskoga mora. Iz Bugarske zemlje tvorila je Volga naravni i najlakši put do glavnoga grada Kazara, Itila, koji je ležao na ušću Volge, na mjestu današnjega Astrahana.

Vladimir Mažuranić: *Gebalim, Kolo, Matica hrvatska, 1927., str. 4.*

IGRA MLIN

Igra *mlin* nastala je još u XIV. st. pr. n. e. Igraju je dva igrača na zemlji, papiru ili ploči. Svaki od igrača posjeduje devet žetona različitih boja (žetoni mogu biti zrna kukuruza ili graha, kamenčići...). Igra se odvija u tri razine.

Pravila igre:

I. razina

Žetoni se uvode u igru, jedan po jedan. Igrači nastoje postići *mlin* – nanizati tri žetona iste boje jedan do drugog u istoj liniji, vodoravnoj ili okomitoj. Igrač koji napravi *mlin* uzima jedan žeton protivnika (bilo koji osim onog koji je u sastavu *mlina* protivnika). Ako igrač jednim potezom napravi dva *mlina*, uzima dva protivnikova žetona.

II. razina

Nakon uvođenja svih žetona u igru, protivnici naizmjenično pomiču žetone na ploči za jedno polje (po vertikali ili po horizontali). Cilj je napraviti *mlin* i protivniku oduzeti žeton. Jednom napravljen *mlin* može se kvariti te u nekom od budućih poteza ponovno izgraditi i tako protivniku oduzeti žeton.

III. razina

Treća razina igre započinje kada jednom od igrača ostanu samo tri žetona. Ovaj igrač može svoje žetone stavljati na bilo koje polje, a ne samo na susjedno. Igru gubi igrač sa samo dva žetona ili onaj igrač koji više ne može načiniti nijedan potez. Ako obojici igrača, preostane malo žetona (na primjer tri), ni jedan od njih ne može izgraditi *mlin*, i rezultat igre je neriješen.

(permutiran) u slovo, odnosno riječ. Tumačenje drugog vektora glasi: Bog je upisan u slovo/slova (svih znakova glagoljice), u sposobnost govorenja i pisanja.

Treći vektor (vodeća je znamenka broj tri) znači čvrst u vjeri (božanskoj obznani). Znak 3 (*vede* - znati) i znak 300 (*tvrdo*) izravno su povezani grafemskim oblikom. Znanje je okrenuto nebu (Bogu), a tvrdoća (zemlji), o čemu svjedoče i grafemski krakovi.

Četvrti vektor (vodeća je znamenka broj četiri) odnosi se na molitvu Bogu. Znak 4 (*glagoljon*) upućuje na molitvu kao specifičan oblik govorenja - obraćanja Bogu putem riječi. Na taj zaključak navodi znak 40 (*kako*), koji sugerira da to „kako“ se obraćamo Bogu znaju kršćani i misionari. Kako se i sastoji od središnjeg dijela znaka 4 (nedostaju mu kružići koji bi mogli predstavljati dva pola obraćanja: zemlju - jedan kružić i nebo - drugi kružić).

Peti vektor (vodeća je znamenka broj pet) odražava da je dobrota u ljudima kao emanacija Boga (kroz djelo). Znak 5 (*dobro*) vezan je uz ljude (znak 50), koji, za razliku od dobro, imaju jasno iscrtana tri dijela (sveto trojstvo) i koji putem dobrote - činjenja „dobrog“ - emaniraju Boga u sebi.

Šesti vektor (vodeća je znamenka broj šest) znači da misao jest (poznata Bogu). Znak 6 (*jest*) povezan sa znakom 60 (*mislite*) govori kako je i misao sastavnicom ljudskog postojanja (ne sagriješite mišlju, riječju, djelom i propustom).

Sedmi vektor (vodeća je znamenka broj sedam) odnosi se na življenje u vjeri.

Osmi vektor (vodeća je znamenka broj osam) govori da je On (Bog) vrlina (u nama).

Deveti vektor (vodeća je znamenka broj devet) govori o zemaljskom (u) pokaju.

Prihvati li se skica predloženog vektorskog odčitavanja glagoljičkih znakova, dolazi se do krovnog tumačenja svih devet vektora u nizu, a ono glasi: **Ja, kršćanin, koji poznajem Boga i vjeru izražavam molitvom, dobrim djelima, mislima i životom u vjeri, od Boga primam pokoj na zemlji.**



3
V
VÊDĚ
(vêdêti)
- znati

1234


Sektorski rezultati

Projektni rad karakteristika je kreativne industrije, a kultura je njezinim ključnim resursom koji se trošenjem umnaža. Suvremenim interpretiranjem tradicijskih kulturnih dobara naslijeđeni kulturni predlošci populariziraju se i približavaju novim potrošačima. Model kružne kreativnosti postavile su autorice ove knjige, ujedno i profesorice Ekonomskog fakulteta u Osijeku, te ga potvrdile svojim eksperimentalnim projektom populariziranja glagoljice. U središtu Modela temeljni je kulturni izraz tekst romana *Az* (Horvat, 2009). Roman i započinje pitanjem „tko sam ja?“ te takvim pitanjem poziva čitatelje da upoznaju sebe. Roman pokazuje kako su dva europska pisma – glagoljica i latinica – slikovne priče o vrhovnim božanstvima. Pri tome je glagoljica priča o Bogu Kristu, dok je latinica slikovna priča o bogu biku.

Eksperimentalno pitanje za postavljanje Modela kružne kreativnosti glasi: *kako osvajati glagoljicom u novom mileniju?* Takvim istraživačkim pitanjem potaknuto je upoznavanje arhetipske simbolike kulturnog identiteta kao formule za globalno razumljivim izražavanjem vlastite jedinstvenosti.

Tablica 3 sažeto prikazuje popis sektorskih rezultata kojima je temeljni kulturni izraz glagoljica odnosno roman *Az*. Tablica pokazuje da su izgrađeni novi proizvodi diverzificirani po sektorima kreativne industrije čime je potvrđen potpuni Model kružne kreativnosti.

 **Tablica 3:** Sektorski rezultati glagoljice u Modelu kružne kreativnosti

Arhitektura	Audiovizualna umjetnost	Baština
Sunčana ura	Tko sam ja?	Aula glagoljice
Dizajn	Glazba	Izvedbene umjetnosti
Igra Glagoljon Računalni font Alkar	Glagoljaška poema Az	Glagoljaška večera
Knjiga, nakladništvo	Mediji	Oglašavanje i tržišne komunikacije
Roman Az (Jasna Horvat)	Multimedijsko vođenje Aulom glagoljice	Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije
		
Primijenjene umjetnosti	Računalne igre, novi mediji	Vizualne umjetnosti
Suvenir Ave Slatki Az	Virtualni Alkar	Mural Alkar Murali meandrirane glagoljice

U narednih 16 potpoglavlja pojašnjen je nastanak svakog od proizvoda (projekata, usluga ili kreativnog sadržaja) iz Modela kružne kreativnosti temeljen na glagoljici. Za svaki proizvod opisan je njegov nastanak, poveznica s temeljnim kulturnim izrazom, idejni začetnici, medijska vidljivost te tržišna učinkovitost.

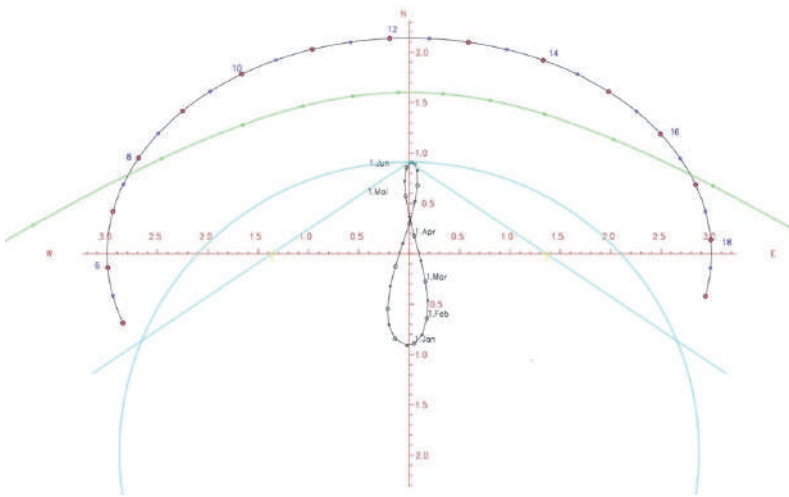
3.1. Sunčana ura



Slika 8:
Oznake vremena
za Sunčanu uru

Sektor	Arhitektura
Mjesto postavljanja	Sunčani kabinet, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	listopad 2021.
Autori	Jasna Horvat i Damir Varevac

U Sunčanom kabinetu Ekonomskog fakulteta u Osijeku 2021. godine postavljena je *ljudska sunčana ura* što je ujedno i označavalo simboličku najavu uvođenja eurokovanica s glagoljskim oznakama. Brojevi na Sunčanoj uri ispisani su glagoljicom kao jednim od motiva na eurokovanicama Republike Hrvatske, uz šahovnicu, geografsku kartu Hrvatske, kunu i Nikolu Teslu koje su od 1. siječnja 2023. godine postale službeno sredstvo plaćanja u zemljama Eurozone. Inspiracija za postavljanje Sunčane ure u motivima glagoljice pronalazi se u namjeri spajanja ekonomije i kulture. Glagoljica je kao eurokovanica ušla u svijet europskih monetarnih sustava i na taj način oblikom glagoljice poslana je poruka da je vrijeme doista novac te da se mjeri kulturnim identitetom koji je oživljen znakovima glagoljice na u prostorima i projektima Ekonomskog fakulteta u Osijeku. U Modelu kružne kreativnosti Sunčana ura osvaja ekonomiste i studente ekonomskih znanosti.



Slika 9:
Nacrt Ljudske
Sunčane ure
Ekonomskoga
fakulteta u
Osijeku

Sunčana ura Ekonomskog fakulteta u Osijeku ubraja se u ljudske sunčane ure. U njezinu središtu oznake su mjeseci na koje osoba treba stati kako bi svojom sjenom odredila točno vrijeme. *Ljudska sunčana ura* izrađena je prema idejnoj zamisli prof. dr. sc. Jasne Horvat, nacrtu prof. dr. sc. Damira Varevca, a postavljena je uz pomoć Borisa Franova.

Slika 10: Profesorica Jasna Horvat i jedna od oznaka vremena na Sunčanoj uri (12 sati)



Ekonomski fakultet u Osijeku prepoznao je važnost glagoljice kao identitetske oznake u globalnom brendiranju Republike Hrvatske. Studentima i posjetiteljima Ekonomskoga fakulteta u Osijeku *ljudskom sunčanom urom* dodijeljena je uloga gnomona/sjenopokazivača, čime se poručuje da su osobe postavljene u središte zbivanja i tako označene mjerom za očitavanje vremena.

**Slika 11:**

Dekan Fakulteta prof. dr. sc. Boris Crnković u Sunčanom kabinetu mjeri vrijeme

Medijske objave - portali

Ljudski sunčani sat u
Sunčanom kabinetu



Hrvatski radio Osijek
rb.gy/jqpqj

Oprostite, znate li
koliko je sati?



Televizija Slavonije i Baranje
rb.gy/e0dyc

Imaju ljudsku
sunčanu uru



Glas Slavonije
rb.gy/razgk

Slika 12: Igra sjena u Sunčanom kabinetu



Videozapisi

Ljudska sunčana ura



Osječka televizija
<https://vimeo.com/649450876>

Znate li koliko je sati?



Televizija Slavonije i Baranje
rb.gy/pf91q

3.2. Tko sam ja?



AZ – Croatian Glagolitic Murals



Institut Andizet
 286 pretplatnika

Pretplati me

146



Podijeli



10 tis. pregleda prije 8 godina

The Glagolitic script, as well as Glagolitic tradition, is a Croatian cultural phenomenon unique for its linguistic, graphic, ethnological, anthropological and semiotic characteristics. In 2014, following the decision of the Ministry of Culture, the Glagolitic script was inscribed into the list of intangible cultural heritage of the Republic of Croatia. ...više

Slika 13:

Isječak filmskog zapisa „Tko sam ja“ s YouTubea

Sektor	Audiovizualna umjetnost
Mjesto postavljanja	YouTube, Institut Andizet
Vrijeme postavljanja	travanj 2015.
Autori	Jasna Horvat, Domagoj Topić, Josipa Forjan i Sanda Katavić-Čaušić

Slika 14:

Potvrda sudjelovanja na međunarodnom natjecanju s dokumentarnim filmom
Az

Dokumentarni film *Tko sam ja?*

Tko sam ja?



rb.gy/evpze

Who am I?



rb.gy/cdk7d



Audiovizualno djelo *Tko sam ja?* (*Az - hrvatski glagoljski murali*) slijedi numerički poredak glagoljičkih znakova književno interpretiranih u romanu *Az* Jasne Horvat te gledatelje upoznaje s filozofsko-simboličkim ustrojem glagoljice. Engleska inačica dokumentarnog filma *Az - Croatian Glagolitic Murals* tematizira glagoljske murale osječkog Ekonomskog fakulteta. Film je sudjelovao na međunarodnom natjecanju *My Local Heritage 2015*. Natjecanje *My Local Heritage 2015* oglasila je Europeana - digitalna knjižnica sa slobodnim pristupom svim zainteresiranim korisnicima. Filmom se promovira glagoljica kao dio hrvatske nematerijalne kulturne baštine, ali i glagoljski murali kojima je oslikan prostor Ekonomskog fakulteta u Osijeku. Film je nastao montiranjem neprekinutog niza fotografija jer nijedna scena nije snimljena uporabom videokamere.

3.3. Aula glagoljice

Slika 15: Aula glagoljice



Sektor	Baština
Mjesto postavljanja	Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2015.
Autori	Jasna Horvat i Josipa Forjan

Aula glagoljice središnji je prostor Ekonomskog fakulteta u Osijeku koji povezuje suvremeno doba sa simboličkim vrijednostima glagoljičkih znakova, njihovih poruka i višestoljetne geneze glagoljičkog pisma. Aula glagoljice mjesto je nastavnog, znanstvenog i stručnog okupljanja studenata, profesora, znanstvenika, gospodarstvenika te šire lokalne zajednice na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Aula glagoljice nastala je 2015. godine kao projektno rješenje brendiranja Republike Hrvatske kulturom. Tijekom protekloga desetljeća Aula glagoljice brendirala je i Ekonomski fakultet u hram očuvanja i učenja o nacionalnom identitetu.

Aulom glagoljice oživljuje se pismo nadahnuto kršćanstvom osmišljeno 863. godine za potrebe opismenjavanja i pokršćavanja. Na više mjesta u auli stoje simboličkih prvih devet glagoljičkih znakova: *Ja (kršćanin) koji slova poznajem kažem kako je dobro časno živjeti na zemlji*. Tako se studente ekonomije poučava hrvatskom tradicijskom pismu, a Aula glagoljice nakon zagrebačke Katedrale predstavlja drugi najveći zatvoreni prostor ispisan znakovima glagoljice.

Aula glagoljice uz simbolička i brojevnja pojašnjenja pisma prostor je visoke društveno odgovorne i obrazovne namjene. Kako se u Auli glagoljice održavaju svečanosti Fakulteta, riječ je o prostoru kojim se glagoljica proslavlja svakodnevno.

Projekt dizajniranja i postavljanja glagoljičkih murala potpisuju **Jasna Horvat** i **Josipa Forjan**.

Slika 16: Aula glagoljice i održavanje Gala vodikove svečanosti



Aulom glagoljice dominiraju dva murala meandrirane glagoljice čiji je naziv Broj. Riječ je o broju ljepote *fi* - auronskom simbolu ljepote i znanstvene spoznaje svijeta. Na dva noseća zida, sučeljena jedno drugome postavljena su dva murala broja *fi*. Meandriranjem crvene i crne boje murali suprotstavljaju energiju i inerciju, a pravokutnim vizurama u koje je upisan broj ljepote podsjećaju na sveopću zlatoreznu određenost ljudske vrste. Suvremenost sadržaja koji se organiziraju u Auli glagoljice crpe vlastitu atraktivnost iz prostora posvećenog hrvatskoj glagoljici. Medijske objave o događanjima organiziranim u Auli glagoljice brendiraju Ekonomski fakultet u Osijeku i godinama nakon postavljanja murala meandrirane glagoljice.

Slika 17: Aula glagoljice i igranje poeme *Ars Eugenium*



Postavljanjem Aule glagoljice kao spomen-obilježja hrvatskoj glagoljici Ekonomski fakultet u Osijeku pridružio se čuvarima glagoljice koji aktivno skrbe o nematerijalnoj kulturnoj baštini i hrvatskom naslijeđu.

Medijske objave - portali

Prilika studentima za učenje



Prilika u Auli glagoljice prilika studentima za učenje glagoljice
 СПОМЕН-ОБЛАКЪТ НА ИКОНОМСКИМ ФАКУЛТЕТУ

10.04.2016

Glas Slavonije
rb.gy/26em5k

Glagoljica na EFOS-u



Časopis Baščina
rb.gy/nro35t

Poučavanje muralima



Aula glagoljice na Ekonomskom fakultetu u Održavu postala muralna
 muzejarska glagoljica

Aula glagoljice u Održavskom fakultetu u Održavu postala je muzejarska muralna muzejarska glagoljica. Najbolje je predstaviti u Održavu...

10.04.2016

Hia
rb.gy/5huv60

Slika 18: Koncert u Auli glagoljice



Rezultati postavljanja Aule glagoljice dugotrajna su i dugoročna čitanja prostora te o tome kako prostori obrazuju posjetitelje. Aula glagoljice primjerom je kako se populariziranjem zagubljenih i prešućenih povijesti obnavlja kulturni identitet.

Videozapisi

Postavljanje Aule glagoljice



YouTube Andizet
rb.gy/v30iqn

Život glagoljice na EFOS-u



YouTube EFOS
rb.gy/0suck1

Slika 19: Aula glagoljice i Kreativna riznica



3.4. Murali meandrirane glagoljice

Slika 20:
Mural Broj
u dvorani
Vladimira Preloga



Sektor	Vizualne umjetnosti
Mjesto postavljanja	Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2015.
Autori	Jasna Horvat i Josipa Forjan

Ulaskom na Ekonomski fakultet u Osijeku posjetitelj se susreće s muralima meandrirane glagoljice kojima su oslikani 2015. Prostor javne visokoobrazovne ustanove Aulom glagoljice uspostavili su trajni izložbeni postav jedinstven u Republici Hrvatskoj. Podloga za idejno rješenje murala preuzeta je iz nagrađivanog romana Az književnice Jasne Horvat, a njihov konačni vizualni kod Jasna Horvat ponudila je 2015. godine. Postavljanje murala, postproduksijske postupke populariziranja Aule glagoljice te njihovo uvođenje u Model kružne kreativnosti vodila je i organizirala Josipa Forjan.

Prvi koraci izrade projekta obuhvaćali su konstrukciju semantičkih i likovnih rješenja murala, a potom i njihovo postavljanje u prostor. Danas postoje brojne potvrde prepoznatljivosti projekta murala meandrirane glagoljice i na sveučilišnoj, i na nacionalnoj, i na međunarodnoj razini. Murali potiču istraživačko zanimanje za efekte poučavanja o tradicijskom pismom koji se ostvaruju boravljenjem u prostoru.

Murali meandrirane glagoljice slikovno prenose različite poruke, a prilagođeno namjeni prostora. Murali se nalaze u Auli znanosti (mural EFOS), dvorani Vladimira

Preloga (mural Broj), dvorani Lavoslava Ružičke (mural Voda), dvorani J. J. Strossmayera (mural Prvi), Uredu za studente (mural Dobro jutro ljudi) te u Auli glagoljice (murali M, Prvi, Vrt, Alkar, Plod). Kako je cilj cijelog projekta brendiranja kulturom i poučavanje o glagoljici boravkom u prostoru, autorice murala na ulasku u Aulu glagoljice opisale su nastanak i namjenu glagoljice. Stalni postav murala meandrirane glagoljice od 2019. dostupan je za samostalne obilaske studenata i drugih posjetitelja, a uz uporabu mobilnih uređaja koji omogućuju reproduciranje tonskih zapisa. Muralima se poručuje i potvrđuje kako je kultura besplatan resurs koji se umnaža poznavanjem i korištenjem.

Postavljeni murali meandrirane glagoljice povezuju tri vremena: prošlost kroz nematerijalnu kulturnu baštinu, sadašnjost kroz autorsku interpretaciju glagoljice i njezin informativno-edukacijski karakter najavljuju budućnost stavljajući kreativnu industriju kao ishodište nove gospodarske ere. Aula glagoljice postavljenim muralima meandrirane glagoljice potvrđuje sposobnost sektora vizualnih umjetnosti da tradicijsko hrvatsko pismo popularizira u javnom prostoru i ostvari cilj Modela kružne kreativnosti pri uporabi u brendiranju kulturom.

Slika 21: Mural Voda u dvorani Vladimira Ružičke



Slika 22: Mural Prvi u dvorani Josipa Jurja Strossmayera



Slika 23: Mural Dobro jutro ljudi u Uredu za studente



Slika 24:
Mural Plod u
Auli glagoljice

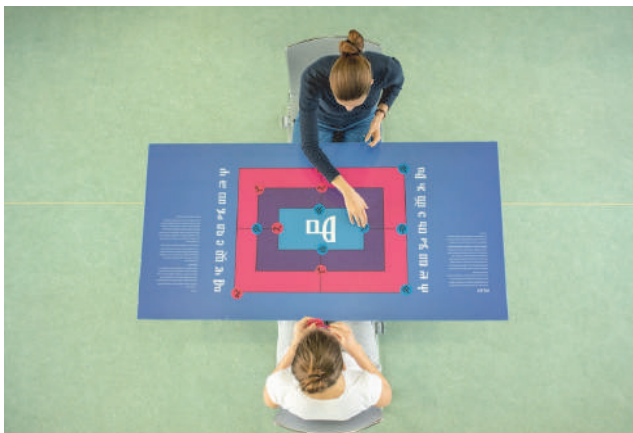


Slika 25: Mural Broj u Auli glagoljice



3.5. Igra Glagoljon

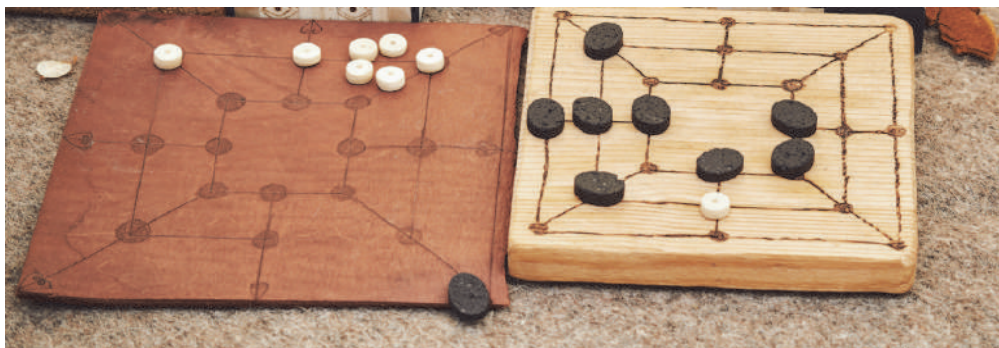
Slika 26:
Igra
Glagoljon



Sektor	Dizajn
Mjesto postavljanja	Aula glagoljice, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2018.
Autori	Jasna Horvat i Josipa Forjan

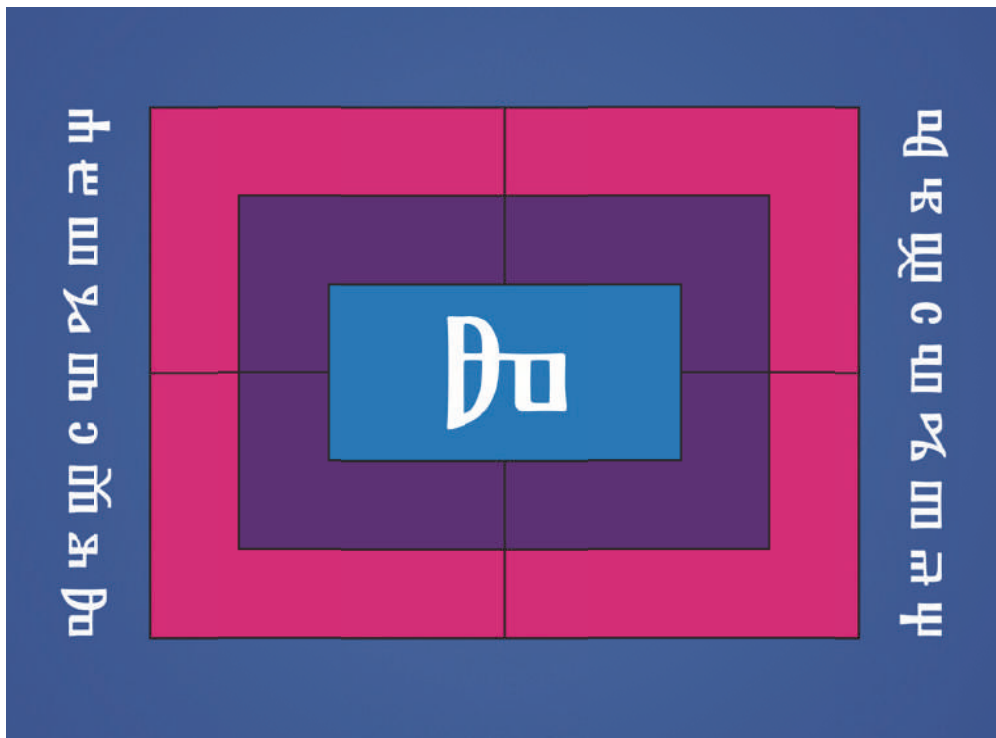
U Auli glagoljice postavljena je instalacija misaone igre mlin koja je prema teoriji Frane Para bila inspiracijom za oblikovanje protoglagoljskih slova, a njezina je uloga opisana u romanu Az Jasne Horvat. Riječ je o staroj antičkoj igri sastavljenoj od presjecanja linija koje tvore kvadrate. Igrača ploča iscrta se trima kvadratima povezanim presjekom postavljenim u središtu kvadrata. Takvim presjekom triju kvadrata vizualno se dobiva znak križa, a igra mlin otvara se igri na tri razine.

Slika 27: Igraće ploče za igru mlin



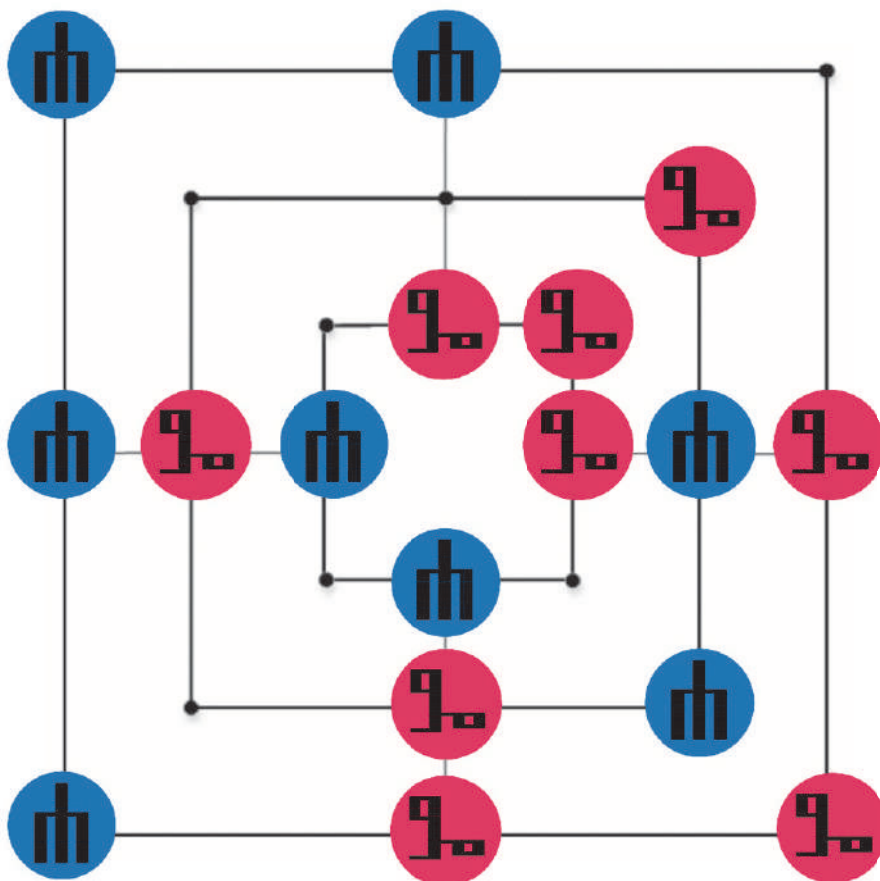
Čitanjem romana Az sv. Konstantin potvrđuje se stvarateljem glagoljice kojemu je igra mlin bila nadahnućem za oblikovanje protoglagoljice. Igrajući igru mlin od rane djetinje dobi sv. Konstantin uočio je da se pomicanjem igračih pločica na igračkoj ploči mlina mogu iscrtati glagoljska slova prateći ponavljanja i variranje znakova kao i na mandali ili rozeti. Igra mlin i danas se može igrati na računalima kao i na pločama, klupama, kamenim pločama, u pijesku i na zemlji. Na Ekonomskom fakultetu u Osijeku za studente su autorice oslikale igraću ploču na stolovima postavljenim u Aulu glagoljice. Slika 28 prikazuje dizajnersko rješenje za igru mlin koju su autorice nazvale Glagoljon. Za igru mlin nije potrebna komunikacija među igračima jer igranjem govore (glagoljon od stsl. *glagoljati, govoriti*) sve svjetske jezike.

Slika 28: Dizajn igre Glagoljon



Svaki igrač društvene igre mlin posjeduje 9 igračih pločica (najčešće su boje pločica crna i bijela), a mlin, tj. pobjeda osvaja se neprekinitim nizom jedne igraće boje postavljene na trima susjednim presjecima. Igrači za igranja postupno uočavaju pobjedničke zakonitosti te istodobno razvijaju logičko zaključivanje i osnažuju se u idejnosti i strateškom promišljanju.

Slika 29: Pobjednička strategija u igri Glagoljon

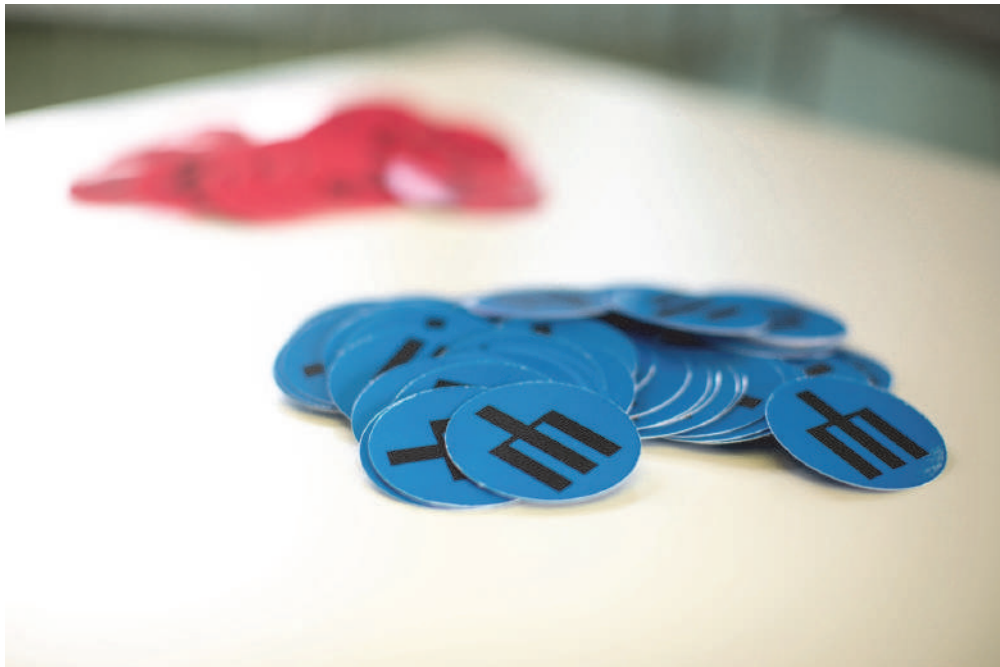


Pravila igre Glagoljon

Igrači sjedaju za stol u Auli glagoljice na kojemu se nalazi prazna igraća ploča igre Glagoljon. Svaki igrač uzima devet igračih pločica od kojih jedan igrač posjeduje devet igračih pločica plave boje (simbol AZ), a drugi igrač devet igračih pločica ružičaste boje (simbol GLAGOLJON). Pravila igre primjenjuju se na tri igračke razine.

1. Uvod u igru

Igrači je stol prazan kao i sva sjecišta igraće ploče. Igrači uvode u igru svoje igraće pločice jednu po jednu te ih postavljaju na sjecišta mreže. Za vrijeme postavljanja pločica već postavljene pločice ne pomiču se niti razmještaju. Prvi potez odigrava igrač s plavim pločicama.

Slika 30: Igraće pločice u igri Glagoljon

2. Izgradnja mlina

Igrači naizmjenice pomiču pločice duž linija igraćeg stola kako bi ih postavili na prvo susjedno slobodno polje. Igrači nastoje postići mlin – neprekinuti niz istobojnih ploča postavljenih jedne do druge u vodoravnoj ili okomitoj liniji. Igrač s takvim nizom izgradili su mlin te imaju pravo ukloniti jednu protivničku pločicu uz uvjet da ta pločica nije dio protivničkog mlina. Igrač koji jednim potezom napravi dva mlina, uzima dvije protivnikove pločice. Jednom napravljen vlastiti mlin igrač može razrušiti te ga u nekom od budućih poteza ponovno izgraditi i tako protivniku oduzeti igraću pločicu. Dopušteno je pomicati igraće pločice iz već izgrađenih mlina i vraćati ih u idućem potezu natrag.

3. Završnica igre

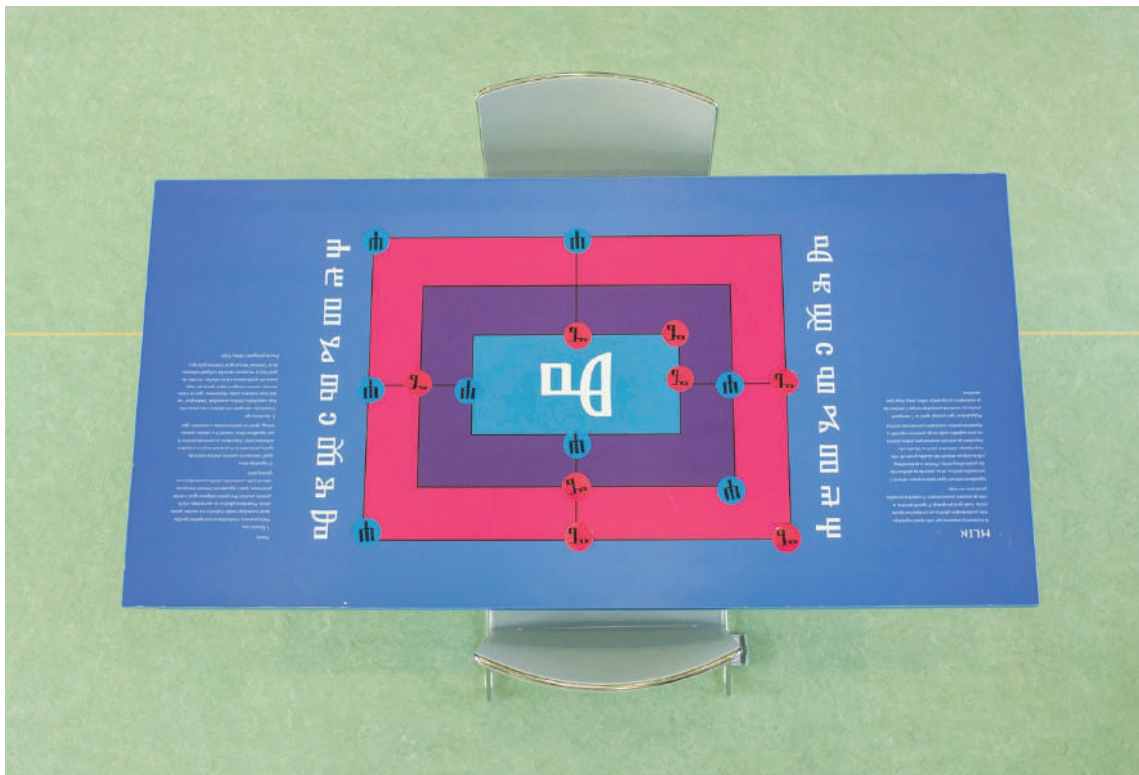
U završnicu igre ulazi igrač kojemu su preostale samo tri igraće pločice i taj igrač ima pravo izgrađivati mlin tako što će postavljati preostale (tri) igraće pločice „skakanjem“ na bilo koje slobodno polje, a ne samo na susjedna polja. Igru gubi igrač kojemu na kraju ostanu samo dvije igraće ploče ili onaj igrač koji više ne može načiniti nijedan mlin. Ako obojica igrača ne mogu načiniti niti jedan mlin, rezultat igre je neriješen.

Videozapis igranja Glagoljona



https://youtu.be/qNiT_WvTEiE

Slika 31: Slika pobjedničke strategije igre Glagoljon



3.6. Glagoljaška večera



Slika 32:
Glagoljaška večera

Sektor	Izvedbene umjetnosti
Mjesto izvedbe	Dvorana Vladimira Preloga, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme izvedbe	travanj, 2017.
Autori	Milica Lukić i Vera Blažević Krezić

Umjetnički performans Glagoljaška večera izveden je u okviru Kreativne riznice u dvorani Vladimira Preloga na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Riječ je o izvedbi većeg broja interaktivnih i intermedijalnih projekata popularizacije glagoljske baštine osmišljenih na Filozofskom fakultetu Osijek. Cilj je tih projekata na zanimljiv i dinamičan način prikazati teme iz hrvatske glagoljičke i ćirilometodske baštine.

Glagoljaškom večerom prikazanom na Ekonomskom fakultetu u Osijeku oživljena je atmosfera života i blagovanja hrane u glagoljaškome slavonskom običajnom ritualu. Performans je prikazao blagovanje odabrane hrane pripremljene od namirnica koje su se upotrebljavale na panonskome i dalmatinskome prostoru tijekom srednjega vijeka, zaključno s 15. stoljećem te pića koja su se u tome razdoblju mogla pronaći na samostanskim stolovima (vino crveno i bijelo – čisto i pomiješano s vodom u različitim omjerima, pivo, rakija travarica, voda).

Slika 33: Milica Lukić i Jasna Horvat u performansu Glagoljaška večera



Glagoljaška večera uključila je ritualne molitve i psalme na staroslavenskome i latinskome jeziku koje su interpretirali studenti Filozofskog fakulteta Osijek mentorski vođeni redovitom profesoricom doktoricom znanosti Milicom Lukić i doktoricom znanosti Verom Blažević Krezić. Uz blagoslov hrane i odlazak na počinak posjetitelji su imali priliku poslušati predavanje redovite profesorice Milice Lukić posvećeno hrvatskome glagoljaštvu i kulturi stola u srednjem vijeku. Poseban ugođaj na večeri ostvaren je prigodnom glazbom kojom su posjetitelji uvedeni u kontemplativnu samostansku atmosferu.

Slika 34: Glagoljaška večera u dvorani Vladimira Preloga

3.7. Multimedijско vođenje Aulom glagoljice

Slika 35:
Jasna Horvat
u vođenju
Aulom
glagoljice



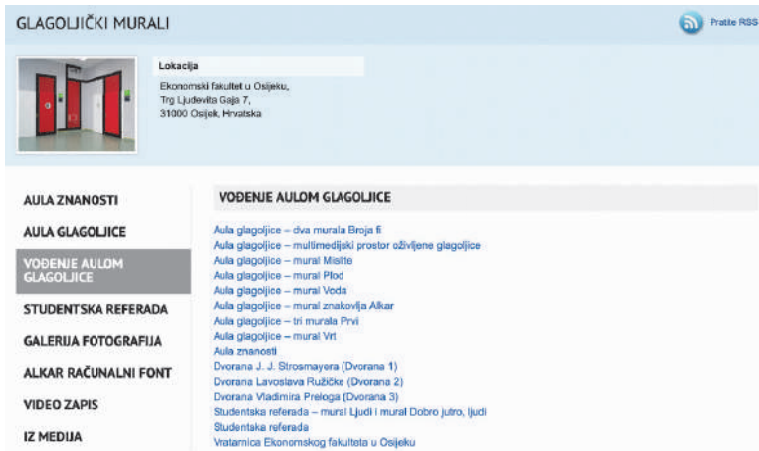
Sektor	Mediji
Mjesto izvedbe	Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme izvedbe	travanj, 2018.
Autori	Jasna Horvat i Josipa Forjan

Aula glagoljice Ekonomskog fakulteta u Osijeku 2015. godine oslikana je muralima meandrirane glagoljice uoči prve Kreativne riznice – popularizacijskog simpozija kreativne industrije. Autorsko vođenje Aulom glagoljice promovirano je na Kreativnoj riznici 2018. godine. Ideja autorskog vođenja Aulom glagoljice multimedijско je upoznavanje s muralima meandrirane glagoljice te poticanje zanimanja za uporabu interneta kao globalno dostupnog medija.

Zvučni zapisi i tekstovi oglašeni su na mrežnoj stranici Fakulteta te su murali meandrirane glagoljice javnosti postali dostupni i nakon radnog vremena Fakulteta. Preslušavanjem zvučnih zapisa zainteresirani virtualni posjetitelji tako vođeno prolaze prostorima Ekonomskog fakulteta u Osijeku, a čitanjem istovjetnih tekstova (i/ili njihovim preuzimanjima) pojašnjavaju preslušane glasovne poruke. Takvo multimedijско upoznavanje sa simboličkim porukama murala meandrirane

glagoljice objedinjuje više komunikacijskih medija, a jedan od njih je prijenos „glasova“ autorica koje su muralima vizualno interpretirale hrvatsku glagoljicu.

Slika 36: Mrežno mjesto multimedijskog vođenja Aulom glagoljice



<http://www.efos.unios.hr/aule/vodenje-aulom-glagoljice/>

Slika 37: Autorsko vođenje Aulom glagoljice



Autorsko vođenje Aulom glagoljice

ŽIVOT GLAGOLJICE NA EKONOMSKOM FAKULTETU U OSIJEKU

 Glas Slavonije

Izvor: Glas Slavonije, rb.gy/23mc29

Slika 38: Televizijski prilog o multimedijском vođenju Aulom glagoljice



Turistički potencijali Kulturne baštine #Kreativna Rizinca#2020#

Institut Andizet
288 pregleda

Pregledaj me

4 4 Podijeli Spremi

Izvor: YouTube, Andizet <https://rb.gy/9xvto8>

Brendiranje kulturom oprimjereno uporabom glagoljice otvorilo je Ekonomski fakultet u Osijeku turističkim obilascima te se upisalo na zemljovid suvremenih atrakcija. Takav pristup potvrdom je teze kako je kultura „resurs koji se eksploatiranjem u projektima sektora kreativne industrije istodobno čuva i umnaža.“ (Horvat, Mijoč i Znić 2018: 16)

3.8. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije



Slika 39:

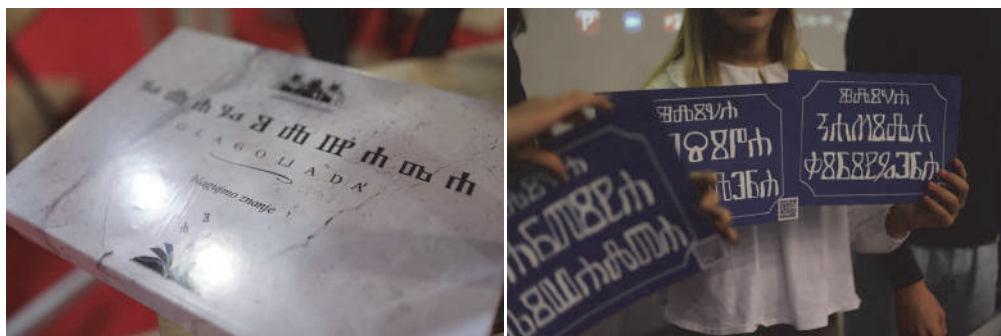
Proglašenje pobjednika Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije u Auli glagoljice

Sektor	Oglašavanje i tržišne komunikacije
Mjesto održavanja	Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme održavanja	travanj, 2019.
Autori	Josipa Forjan i Dora Radl Čučić
Mrežno mjesto	milenijsko.efos.hr

Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije praizvedeno je 2019. godine na petoj obljetnici Kreativne riznice. Autorice su natjecanje zamislile pozivnicom za uključivanje djece i mladih svih obrazovnih uzrasta u brendiranje kulturom. Inspirirane Modelom kružne kreativnosti u izboru natjecateljskih tema te oblikovanju metodologije natjecanja posegnule su za romanom Az Jasne Horvat.

Cilj natjecanja izraditi je idejno rješenje temeljeno na kulturnoj baštini, a primjenjivo u suvremenoj poslovnoj komunikaciji i praksi. Natjecanjem se potiče idejnost, kreativnost, autorsko stvaralaštvo i poduzetnički način razmišljanja. Nagrađuje se inovativni pristup u davanju odgovora na postavljena tematska pitanja. Kako je glagoljica jedna od temeljnih oznaka hrvatskoga kulturnog identiteta te time posjeduje kulturni, gospodarski, turistički i izvozni potencijal, postavljena je u središte natjecanja.

Slika 40: Natjecatelji u predstavljanju idejnih rješenja



Natjecatelji svojim idejnim rješenjem odgovaraju na pitanje: „kako osvajati glagoljicom u novom mileniju“. Osim glagoljicom natjecatelji kulturu brendiraju i drugim tematskim pitanjima među kojima je i mitologija s odgovorom na pitanje: „kako mitologiju širiti u novom mileniju“.

Slika 41: Natjecateljski tim u Auli glagoljice



Voditeljica i idejna začetnica natjecanja Josipa Forjan usmjerila je Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na brendiranje kulturom. Riječ je o jedinom natjecanju koje okuplja natjecatelje svih obrazovnih razina tematski usmjerenih kreativnim rješenjima suvremenog interpretiranja kulturnoga naslijeđa. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije prati pedagoške i metodičke standarde, obuhvaća sve nastavne procese i potiče kreativnost jer natjecatelji predlažu idejna rješenja iz barem jednog sektora kreativne industrije.

Slika 42: Organizacijski odbor Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije

Na slici (s lijeva na desno): Josipa Forjan, Bruno Ćosić, Ljubica Stantić, Dora Radl Ćučić, Bruno Budimir, Ivana Jobst, Ana Zrnić

Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije osnažuje idejnost djece i mladih, potiče na upoznavanje s vlastitim kulturnim identitetom te ohrabruje na poduzetništvo i uvođenje inovativnih, kreativnih rješenja. Uz populariziranje kreativne industrije visokonormirani obrazovni postupci dobivaju priliku mentorskim vođenjima primijeniti ishode učenja na metodički poticajan način.

Natjecanje je u skladu s Pravilnikom za napredovanje učitelja i nastavnika te u skladu s programima populariziranja znanosti za visoka učilišta. Natjecatelji idejna rješenja mogu u petminutnom predstavljanju izložiti na hrvatskom ili engleskom jeziku. Organizatori naglašavaju kako su dobro došla neočekivana rješenja koja bi u budućnosti mogla zaživjeti u ulozi kreativnih proizvoda nadahnuti kulturnom baštinom, a ostvareni u jednom ili više sektora kreativne industrije. Nagradom Vodik povjerenstvo nagrađuju najbolja rješenja, a autorsku zaštitu svih predstavljenih rješenja organizatori osiguravaju objavljivanjem knjige Milenijske zvijezde dostupne u otvorenom pristupu.

Slika 43: Prosudbeno povjerenstvo Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije



Medijske objave - portali

Velik broj sudionika



Tportal
<https://rb.gy/de4kr>

Natjecanje koje razvija kreativnost



studentski.hr
<https://rb.gy/4bbt>

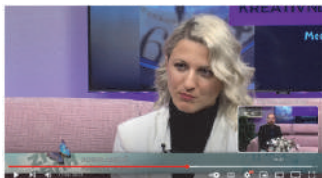
Doček učenika



Torpedo media
rb.gy/xfpq

Videozapisi

Najava 3.
Milenijskog natjecanja



OTVORENI STUDIO - 3. Milenijsko natjecanje na EFOS-u 2.1.18. pjevnica
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/8nk55f>

Središte
kreativnosti



Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/di551i>

Otvorene
prijave



OTVORENI STUDIO - Otvorene prijave za 3. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na EFOS-u
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/2gn183>

1. Milenijsko
natjecanje
iz kreativne
industrije

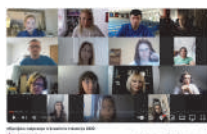


OTVORENI STUDIO - 1. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na EFOS-u 2.1.18. pjevnica
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/mdyybi>

2. Milenijsko
natjecanje
iz kreativne
industrije



OTVORENI STUDIO - 2. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na EFOS-u 2.1.18. pjevnica
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/aii2nc>

3. Milenijsko
natjecanje
iz kreativne
industrije



OTVORENI STUDIO - 3. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na EFOS-u 2.1.18. pjevnica
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/srxdke>

4. Milenijsko
natjecanje
iz kreativne
industrije



OTVORENI STUDIO - 4. Milenijsko natjecanje iz kreativne industrije na EFOS-u 2.1.18. pjevnica
Milenijsko Natjecanje



<https://rb.gy/t9t388>

Kako se natjecati

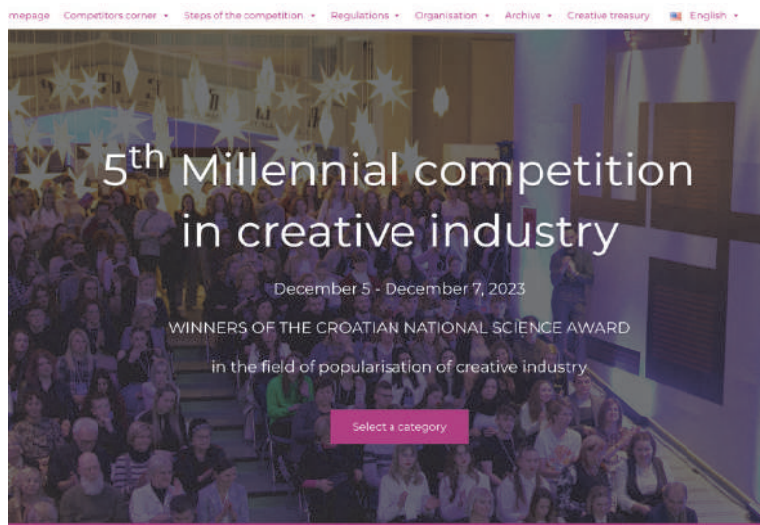
Mentori prijavljuju timove s jednim, dva ili tri učenika/studenta te ih vode u procesu izgradnje idejnog rješenja. Idejna rješenja odgovaraju na jednu od tema natjecanja (glagoljica, mitologija, Put svile ili vodik), a primjena idejnih rješenja očekuje se u okviru jednog ili više sektora kreativne industrije. Idejna rješenja dostavljaju

se krajem studenog, a u prosincu ih mentori i timovi uživo predstavljaju pred Prosudbenim povjerenstvom na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Zadnjeg dana Natjecanja proglašavaju se pobjednici, dok im se prestižne nagrade Vodik uručuju na svečanosti Zvezdani vodik u okviru Kreativne riznice.

Slika 44: Volonteri i organizatori Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije



Natjecatelje Milenijskog natjecanja u Osijeku očekuje kreativna atmosfera, ljubazni volonteri, pozitivna energija i entuzijizam koji je gorivo kreativnosti. Potvrde o sudjelovanju, knjiga idejnih rješenja Milenijske zvijezde te nagrade Vodik uz ohrabivanje na suverenost u idejnosti i kreativnosti doprinose ranoj izgradnji životopisa mladih natjecatelja.

Slika 45: Mrežna stranica natjecanja

<http://milenijsko.efos.hr>




3.9. Milenijske zvijezde



Slika 46:
Naslovnice publikacija Milenijske zvijezde


Sektor	Knjiga i nakladništvo
Autori	Bruno Ćosić, Dorotea Fuček, Teodora Kolak, Iva Tolić (<i>Milenijske zvijezde 4</i>) Bruno Ćosić, Valentina Jolić, Dorotea Markasović, Lovro Matijević, Iva Tolić, Ivan Vuknić (<i>Milenijske zvijezde 3</i>)

Knjige *Milenijske zvijezde 3* i *Milenijske zvijezde 4* opisuju idejna rješenja sudionika trećeg i četvrtog Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije. Autori obiju publikacija studenti su Ekonomskog fakulteta u Osijeku, ujedno i volonteri Milenijskoga natjecanja iz kreativne industrije. Knjige *Milenijske zvijezde* promoviraju rad mladih natjecatelja, jamče im zaštitu autorskih prava te otvaraju mogućnost budućeg zaživljavanja oglašanih rješenja ako ih na mrežnim stranicama uoče potencijalni investitori. Tablica 4 donosi podatak o broju idejnih rješenja za natjecateljsku temu glagoljica ponuđenih od druge⁵ do pete natjecateljske godine.

 **Tablica 4:** Broj idejnih rješenja za natjecateljsku temu glagoljica

MILENIJSKO NATJECANJE	Ukupno idejnih rješenja	Idejna rješenja za temu glagoljica	%
2023. godina – 5. Milenijsko natjecanje	134	42	31,34
2022. godina – 4. Milenijsko natjecanje	135	60	44,44
2021. godina – 3. Milenijsko natjecanje	133	53	39,85
2020. godina – 2. Milenijsko natjecanje	20	12	60,00
2019. godina – 1. Milenijsko natjecanje	12	0	–
UKUPNO	434	167	43,91

Natjecateljske kategorije usustavljene su po obrazovnim razinama tek 2021. godine te se od tada prati zainteresiranost dobnih skupina za natjecateljsku temu glagoljica. Tablica 5 prikazuje broj idejnih rješenja za temu glagoljica po obrazovnim razinama.

 **Tablica 5:** Ponuda idejnih rješenja za natjecateljsku temu glagoljica po kategorijama

NATJECATELJSKA KATEGORIJA	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
SAT - razredna nastava	0	12	23	5	3
SAT - predmetna nastava				22	19
KALENDAR - srednje škole			26	30	19
PLANET - visokoobrazovne ustanove			4	3	1
UKUPNO	0	12	53	60	42

⁵ U prvoj natjecateljskoj godini teme natjecanja bili su sektori kreativne industrije.

U protegu od 2020. do 2024. godine natjecateljskom temom glagoljica bavilo se 167 natjecateljskih timova s najviše po tri osobe u timu te su ponudili 167 dosjetki kako osvajati glagoljicom u novom mileniju.

Knjiga idejnih rješenja: *Milenijske zvijezde 3* Knjiga idejnih rješenja: *Milenijske zvijezde 4*



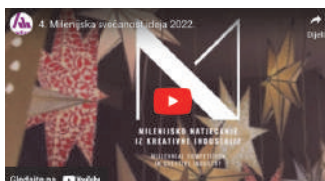
<https://rb.gy/if94ji>



<https://rb.gy/whtp4w>

Videozapisi

Proglašenje pobjednika 4. Milenijskog natjecanja



<https://rb.gy/w6lh03>

Zvezdani Vodik. Dodjela nagrada za 3. Milenijsko natjecanje



<https://rb.gy/hl8xd5>

Zvezdani Vodik. Dodjela nagrada za 4. Milenijsko natjecanje



<https://rb.gy/2gn183>

3.10. Medaljon Ave

Slika 47:
Medaljon
Ave



Sektor	Primijenjene umjetnosti
Mjesto postavljanja	Dodjela nagrada djelatnicima Ekonomskog fakulteta u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	svibanj, 2021.
Autor	Jasna Horvat

U godini obilježavanja 60 godina rada Ekonomskog fakulteta u Osijeku dizajniran je i izrađen medaljon Ave ugrađen u prigodnu statu. Djelatnicima Ekonomskog fakulteta u Osijeku dekan Boris Crnković uručio je prestižnu statu Ave OsEconomia. Njome je odlikovao djelatnike Ekonomskog fakulteta za predanost radu Fakulteta te poticanje izvrsnosti u izgradnji društva blagostanja proistekloga iz osobnoga i suradničkoga djelovanja svakog djelatnika Fakulteta.



Slika 48:
Medaljon Ave
i statu Ave
OsEconomia

Dizajn medaljona Ave na kojemu je glagoljskim i latiničnim slovima ispisan akronim Ekonomskog fakulteta u Osijeku EFOS potpisuje Jasna Horvat. Osim ugrađivanja medaljona Ave u obljetničku statuu, medaljon Ave posjeduje svojstvo suvenira te se njegov dizajn nalazi i u drugim promotivnim materijalima Fakulteta.

Slika 49: Profesorice Horvat i Forjan nakon dodjele medaljona Ave



3.11. Slatki Az

Slika 50: Slatki Az



Sektor	Primijenjene umjetnosti
Mjesto predavljanja	Velepstanstvo Republike Hrvatske u Republici Austriji, Beč, Austrija, EU
Vrijeme predavljanja	prosinac, 2023.
Autorice	Jasna Horvat i Josipa Forjan

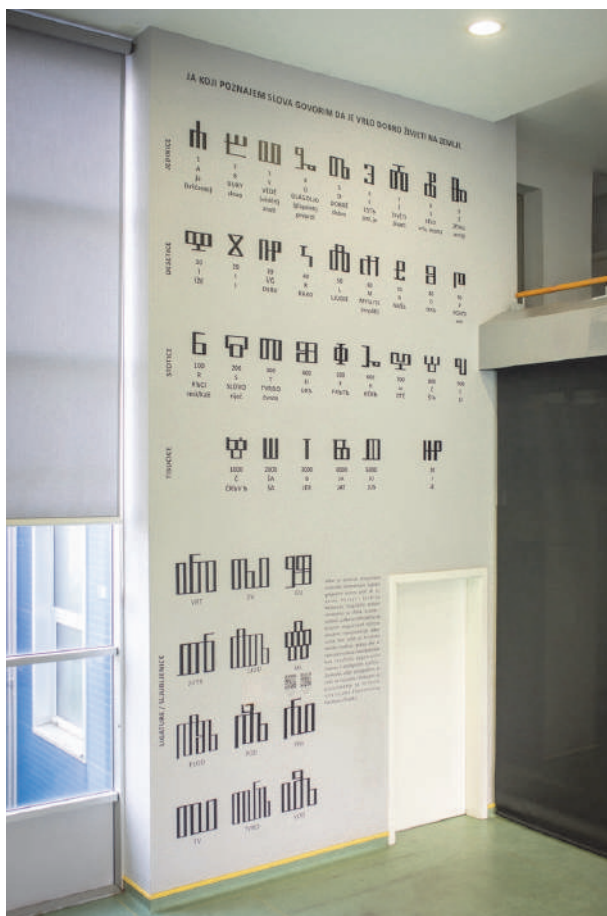
Slatki Az kolači izrađeni su po tradicionalnoj recepturi, a izgledom prate prvo glagoljsko slovo az. Kolačić čine jedinstveni omjeri brašna, cimeta, meda, bademovog brašna te začina. Kolačić je preliven glazurom od bijele čokolade i ukrašen crvenom bojom u obliku kvadratića zaštitnog znaka Republike Hrvatske. Slatki Az ponuđen je na domjenku nakon Glagoljaške večere održane 14. prosinca 2023. u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Republici Austriji. Suvenir su oblikovale autorice knjige.



Slika 51: Slatki Az

3.12. Mural Alkar

Slika 52:
Mural Alkar
u Auli
glagoljice



Sektor	Vizualne umjetnosti
Mjesto postavljanja	Aula glagoljice, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2015.
Autori	Jasna Horvat i Josipa Forjan

Središnji dio Aule glagoljice zauzima mural Alkar oslikan glagoljičkim znakovima vektorski prikazanim prema njihovoj numeričkoj oznaci (jedinice, desetice, stotice, tisućice). Svako vektorsko polje donosi jedan glagoljski znak, a svaki je znak

istodobno slovo, broj i simbol. Mural Alkar posjetitelje Ekonomskog fakulteta u Osijeku upoznaje s hrvatskom glagoljicom u njezinom suvremenom dizajnu dostupnom u računalnom fontu. Ulaskom u prostor Aule glagoljice posjetitelji se neizostavno susreću s muralom Alkar te samim boravkom u prostoru primaju informaciju o troznačnom kodu upisanom u svaki glagoljski znak.

U podnožju murala Alkar nalaze se sljubljenice (ligature) iz kojih su izvedena likovna rješenja drugih murala postavljenih na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Glagoljica je jedno od svjetskih pisama najbogatije sljubljenicama te je po toj svojoj karakteristici srodna glazbi jer se i u notnim zapisima susreću ligature – skraćeno, tj. „sljubljeno“ zapisivanje nota.

Videozapis o muralu Alkar



<https://youtu.be/IS14NZ-jesk>

Slika 53: Događanje na Kreativnoj riznici ispred murala Alkar



Glagoljički znakovi istodobno su slova, brojevi i simboli, a Alkar je jedna od brojnih mogućnosti njihove vizualne interpretacije. Alkar svoje ime veže uz hrvatsku vitešku tradiciju igranja alke te stjecanje naslova slavodobitnika kao rezultata dugotrajnih napora i dostignutih vještina.



Slika 54:
Mural Alkar
u Auli
glagoljice

Ekonomski fakultet u Osijeku javna je visokoobrazovna ustanova čija se vizija inovativnosti potvrđuje boravljenjem u prostoru oplemenjenim simbolima kulturnog identiteta.

Mural Alkar prati poglavlja knjige Az Jasne Horvat, a projekt postavljanja murala u prostor i njegove popularizacije vodila je Josipa Forjan.

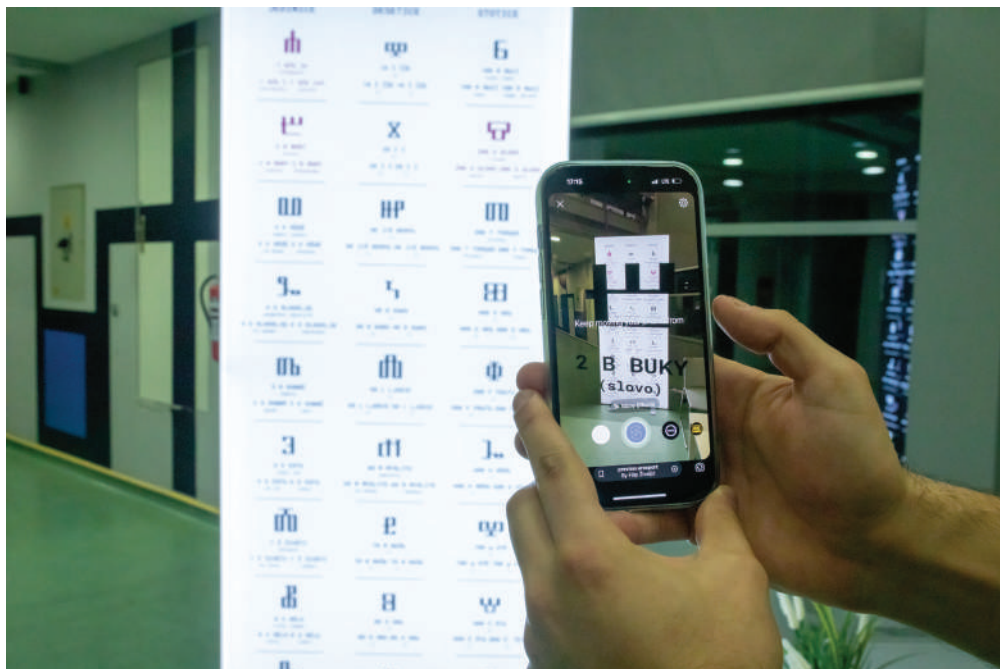
Slika 55:

Josipa Forjan i Jasna Horvat ispred murala Alkar u Auli glagoljice



3.13. Virtualni Alkar

Slika 56: Virtualni Alkar

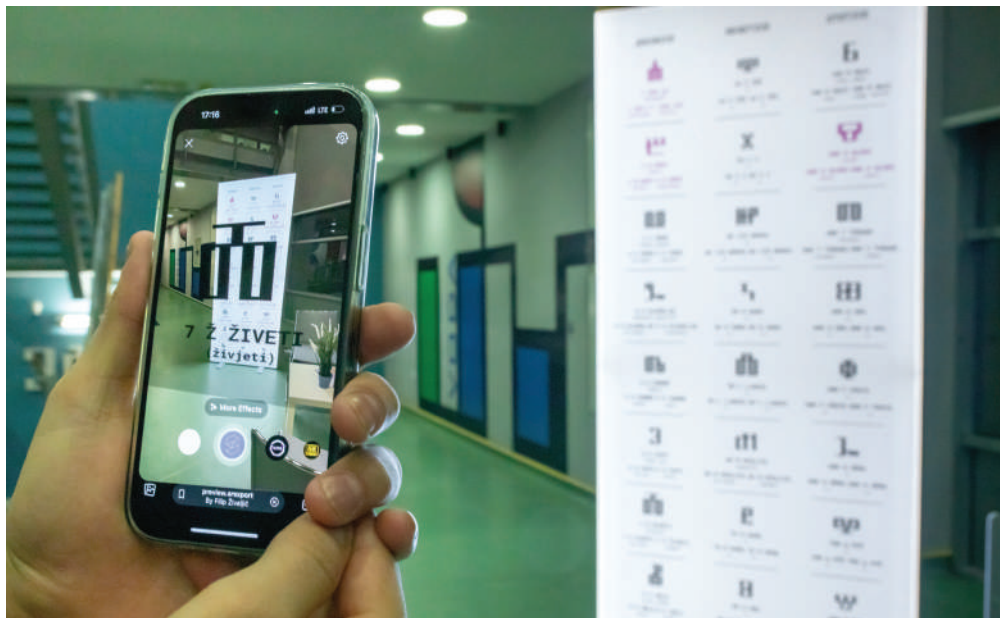


Sektor	Računalne igre, novi mediji
Mjesto postavljanja	Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	prosinac, 2023.
Autori	Jasna Horvat, Filip Živaljić i Josipa Forjan

Virtualni Alkar ima za cilj oživjeti glagoljicu u virtualnom prostoru uporabom aplikacije koju većina korisnika posjeduje na svojim mobilnim uređajima. Virtualni Alkar (svjetlosni stup) pokreće se mobilnim uređajem skenirajući sadržaj na otisnutom baneru Andizeta.

Virtualni Alkar pruža mogućnost korisnicima Meta aplikacija (Facebook i Instagram) skenirajući Andizet baner da na svojim uređajima pokrenu virtualni prostor u kojemu oblici glagoljskih znakova ispune prostoriju. Osoba može šetati u fizičkom prostoru i na zaslonu mobilnog uređaja gledati u digitalnu glagoljicu koja se otvara ispred nje.

Slika 57: Baner Andizeta za pokretanje Virtualnog Alkara



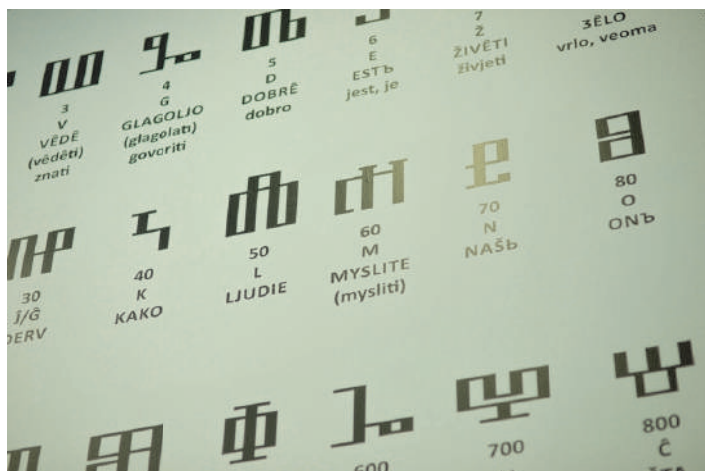
Slika 58: Memory igra koja prati Virtualni Alkar



3.14. Računalni font Alkar

Slika 59:

Mural s oslikanim glagoljskim znakovima računalnog fonta Alkar



Sektor	Dizajn
Mjesto postavljanja	Aula glagoljice, Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2015.
Autori	Jasna Horvat, Jasmin Mišković i Željko Ronta

Na muralu Alkar postavljenom na Ekonomskom fakultetu u Osijeku u Auli glagoljice nalaze se glagoljski znakovi istoimenog računalnog fonta Alkar. Postavljanjem glagoljskih znakova u prostore Ekonomskog fakulteta i računalnog znakovlja Alkar na mrežne stranice Fakulteta potiče se razumijevanje glagoljice i širenje bogate kulture hrvatskog naslijeđa. Računalno znakovlje Alkar dostupno je za slobodno preuzimanje najširoj javnosti. Takvim pristupom, brendiranje kulturnim naslijeđem širi se globalnim medijem kakav je internet.

Alkar - računalni font



Preuzimanje računalnog fonta



3.15. Glagoljaška poema Az



Slika 61:
Jasna Horvat

Sektor	Glazba
Mjesto predavljanja	Aula glagoljice , Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska, EU
Vrijeme predavljanja	prosinac, 2023.
Autorica	Jasna Horvat

Glagoljaškom poemom *Az* opjevano je prvih devet glagoljskih znakova kojima se donosi sažeta poruka kršćanstva i sposobnosti glagoljice da ju prenosi različitim medijima. Pismenost i vjera glagoljaškom poemom *Az* objedinjena je i glazbom te je time proširena njezina komunikacijska dojmljivost.

Glagoljaška poema Az

AZЪ, ja, čovjek od glagolja,
vjernik Boga Trojednoga:
Oca, Sina i Duha Sveta –
prapočelo mene sama
i svega stvorenoga.

BUKY se govori, glagolja,
umjesto Božjeg imena,
druga je zapovijed
i Logos, prapočelo svemira:
Buky je nebo u nama.

VĚDĚ glagolja mislima,
kola i upravlja djelima.
alfa je i omega razuma,
voćka iz rajskoga vrta,
umijeće, znanje i maštanja.

AZЪ, ja, **BUKY VĚDĚ** vjerujem u početnu Riječ, alfu i omegu, znanje i poslanje.

GLAGOLJQ⁶ u vlasti je jezika,
sijača osjeta, nauma i slika –
nevidljivih, a pokretnih,
mišlju i riječju posijanih
govorenjem oživljenih.

DOBRĚ su ptice na nebu
djeca u igri i žito u hljebu,
prsti na rukama,
noge u usponima
k duhovim otajstvima.

⁶ Izgovara se „glagolju“.

ESTЪ na kraju Postanka,
glas je dovršena čovjeka
po Božjoj slici načinjena,
oduhovljena i slobodna,
ljubaviju opremljena.

AZЪ, BUKY, VĚDĚ, GLAGOLJQ, DOBRĚ, ESTЪ, ja koji poznajem slova govorim -
tihovanje je proslavljanje.

ŽIVĚTI u obilju darova
Duha Sedmeroga
az, ja, molim i želim,
glagoljam i govorim,
djelo vjeri prinosim.

ŽĚLO je zalog,
budućnosti u Vječnom:
drugoga ljubi,
dobrotu širi,
časno na zemlji živi.

ZEMLI smo dani
da nosi nas i hrani,
da rastemo i stvaramo,
padamo i nastavljamo,
maštamo i sanjamo.

AZЪ, BUKY, VĚDĚ, GLAGOLJQ, DOBRĚ, ESTЪ, ŽIVĚTI, ŽĚLO, ZEMLI - az govorim,
dobro je časno živjeti na zemlji, az vjerujem, u početnu riječ, az proslavljam život, az
govorim, dobro je časno, az glagoljo, budi nam časno zemaljsko postojanje.

Slika 62: Videozapis izvedbe glagoljaške poeme Az

3.15. Hrvatska kulturna putovnica na Putu svile

Slika 63:
Naslovnice romana
Vilijun na hrvatskom i
engleskom jeziku



Sektor	Knjiga i nakladništvo
Mjesto postavljanja	Naklada Ljevak, Zagreb, Hrvatska, EU
Vrijeme postavljanja	travanj, 2016.
Autorica	Jasna Horvat

Roman *Vilijun* (Horvat 2016) najavljen je i promoviran kao hrvatska kulturna putovnica na Putu svile i *homage* rastanku Marka Pola i Kublaj-kana. Takvo određenje potvrdilo je predstavljanje romana na 1. EU – Kina književnome festivalu 2017. godine u Pekingu i Chengdu, a potom u Americi te zemljama Europske unije.



Jasna Horvat u romanu *Vilijun* parafrazira temu glagoljice razrađenu u romanu *Az* (Horvat 2009), ovaj put označujući glagoljicu jednom od četiriju kulturnih vrijednosti Kraljevstva Hrvatskog. Uz glagoljicu ulogu kulturne vrijednosti prikladna za brendiranje kulturom u romanu *Vilijun* ponijeli su - ime Hrvat, troplet i kockovlje. Marko Polo o glagoljici, tropletu, imenu Hrvat i kockovlju pripovijeda Kublaj-kanu. U završnim dionicama romana Marko Polo poseže za dubljom razradom pisma, Kublaj-kana obavještava o razlikama i sličnostima azbuke i abecede. Kako se radnja romana *Vilijun* događa u 13. stoljeću, Marko Polo upoznat je s oba pisma - latinicom kao višetisućljetnim te glagoljicom koja je u to doba stara svega nekoliko stoljeća.

Vilijun na svojim posljednjim stranicama donosi usporednu analizu latinice i glagoljice. Nakon što je roman *Vilijun* 2020. godine objavljen na engleskom jeziku, navedena usporedba latinice i glagoljice doprinos je brendiranju kulturom i promocija Republike Hrvatske na Putu svile.

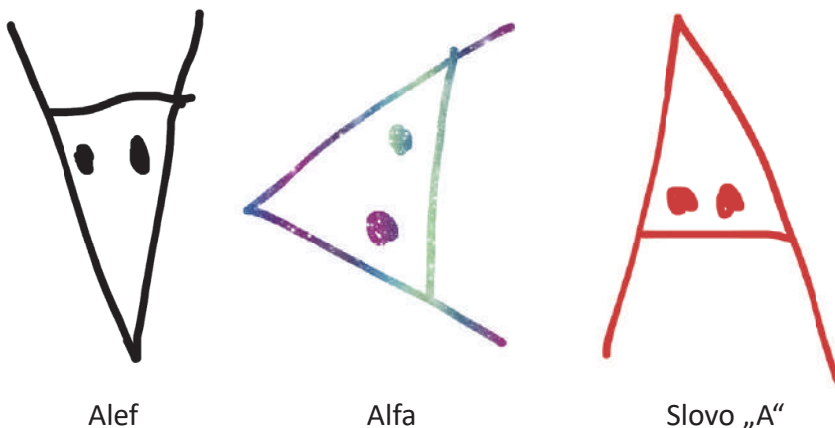
Sažetak usporedbe glagoljice i latinice prikazan tablično (Tablica 6) dovodi do spoznaje kako su u podlozi oba pisma slikovne interpretacije dviju velikih priča - starije, latinične o bogu biku - Alefu i mlađe, glagoljične o Bogu Kristu, nadahnute evanđeljem.



Tablica 6: Usporedba latinične abecede i glagoljske azbuke

	latinica	glagoljica
naziv slovoreda	abeceda	azbuka
nastanak	oko 2700. pr. Kr.	863. godina
nadahnuće	bog Bik (Alef)	Bog Krist
prvi znak (oznaka kršćanstva)	A	 
poruka	poganskog svjetonazora	evanđenja (kršćanstva)

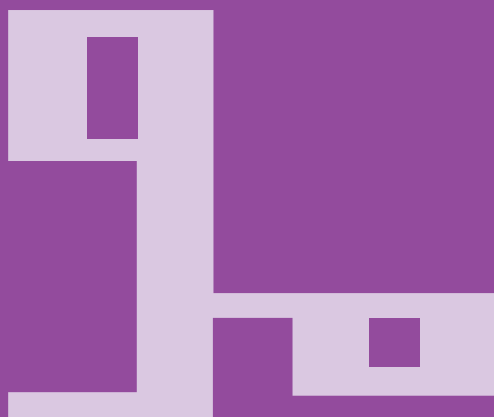
Slika 64: Geneza latiničnoga slova A



Natpisom postavljenim u Auli glagoljice podsjeća se da prvih devet glagoljskih znakova poručuju: *Ja (kršćanin) koji poznajem slova poručujem kako je dobro časno živjeti na zemlji!*

Slika 65: Poruka prvih devet glagoljskih znakova





4

G

GLAGOLJÔ
(glagolati)
- govoriti

1234

Brendiranje
kulturom:
glagoljica
u kružnoj
kreativnosti

Kultura je resurs koji se potrošnjom umnaža, a Model kružne kreativnosti predložak je za postupak cjelovitoga brendiranja kulturom čiji su učinci globalnih dosega. U doba svjetske umreženosti kružna kreativnost višestruko doprinosi globalnom brendiranju fenomena kakvima su društvene zajednice, države, ustanove, ideje, proizvodi, usluge, događanja, pa čak i osobe. Osobitost Modela kružne kreativnosti ishodište je temeljeno na postojanju ili izradi temeljnog kulturnog izraza - najčešće književnoga teksta koji će idejno „kružiti“ sektorima kreativne industrije.

Strateški osmišljeno „kruženje“ temeljnog kulturnog izraza podrazumijeva suradnju **12 kreativnih sektora** te proizvodnju proizvoda povezanih istom ishodišnom idejom opisanom u književnome tekstu. Takva sektorska suradnja naziva se kružna kreativnosti, a njezina objedinjenost ishodišnim kulturnim izrazom rezultira cjelovitim brendiranjem te je učinkovita na globalnom tržištu.

Kreativna industrija pri tome je mjera razvijenosti društva jer je njezina proizvodnja temeljena na znanju, projektnog je karaktera, inovativna, sklona digitalnim tehnologijama u izradi rješenja, promidžbi te izlasku na tržište. Oslonjena na idejnost, inovativnost i znanje kreativnih radnika koje Florida (2002) naziva kreativnom jezgrom, kreativna industrija nema visoke organizacijske zahtjeve vezane uz prostor, radno vrijeme i distribucijske kanale. Slobodna organizacija vremena i aktivnosti istodobno su prednost i prijetnja kreativnoj radnoj snazi jer je proaktivnost te traženje novih rješenja stvaralački i proizvođački izazov.

U knjizi *Brendiranje kulturom: glagoljica* teorijski je opisan Model kružne kreativnosti te je pokazana njegova primjena na primjeru uporabe nematerijalne kulturne baštine - glagoljici. Cilj pokazanoga primjera brendiranje je Republike Hrvatske, a opisana sektorska rješenja u svoje su središte postavila roman Az (Horvat 2009) za temeljni kulturni izraz, odnosno ishodišni predložak.

4.1. Brendiranje i Model kružne kreativnosti

Model kružne kreativnosti dugoročni je projekt Instituta Andizet i Ekonomskog fakulteta u Osijeku. Cilj je Modela uspostaviti postupak brendiranja izabranog fenomena kroz sustavno kruženje projektne ideje (temeljnog kulturnog izraza) svim sektorima kreativne industrije. U teorijskim postavkama Modela određuju se njegove pretpostavke, a jedna od njih definiranje je brenda.

Brend jednoznačno određuje složeni fenomen ili konstrukt te time ostvaruje komunikacijsko *suznačje* i predložak prepoznatljivosti koji pobuđuje želju za poistovjećivanjem s brendiranim fenomenom. Uz ostale vizualne i sadržajne interpretacije *logo* je zaštitni vizualni znak brendiranog fenomena jer vizualno sažima složeni fenomen. Razine i snaga poistovjećivanja kojima se teži u postupku brendiranja Modelom kružne kreativnosti usporedive su s onima koje se susreću u religijskim opredjeljenjima jer je konačni cilj brendiranja stvaranje vlastitih sljedbenika i lojalnih (idolo)poklonika.

Model kružne kreativnosti jednoznačno brendira ishodišnu ideju sukladno temeljnom kulturnom izrazu za koji autorice ovoga Modela preporučuju književni tekst. Takav postupak brendiranja izabranog fenomena proizvod je komunikacijskog suznačja koje je rezultat interpretacije temeljnog kulturnog izraza (književnoga teksta) u svih 12 sektora kreativne industrije. Preradbom temeljnog kulturnog izraza svaki sektor svojim medijskim jezikom donosi poruku/znak na pamtljiv, razgovijetan, jedinstven i informativan način. Kako bi se potaknula želja za poistovjećivanjem s brendiranim fenomenom, komunikacijskim strategijama uspostavlja se *prepoznatljivost fenomena* kao prvi zahtjev koji ispunjavaju svi elementi suznačja ili brendiranja.

4.2. Brendiranje kulturom

Ako se prihvati da je konačni cilj brendiranja stvaranje vlastitih sljedbenika, odanih i dosljednih onako kako su to „vjernici“, tada se može prihvatiti da je cilj brendiranja kulturom ostvariti zanimanje, a zatim i naklonost prema kulturi koja se brendira. Takva vrsta naklonosti ne poklanja se ni brzo ni jednostavno, a razlog da bi se udijelila, morao bi biti označen jedinstvenim i intrigantnim *suznačjem* sposobnim usuglašeno prenijeti veći broj značenja.

Kršćanstvo je primjerom dugovječnog fenomena koji svoj logo – znak križa, nije mijenjalo dulje od dvije tisuće godina. Iz križa, temeljnog kršćanskog loga, izvedena je i glagoljica kojoj je svaki znak pronositelj evanđelja te se populariziranjem

kršćanstva može označiti misijom glagoljskoga pisma. Znajući da je svaka osoba koja je primila kršćanstvo glagoljicom bila i opismenjena, daje za zaključiti kako je vizija glagoljskoga pisma uključivala široki plan istodobnog opismenjavanja te time i obrazovanja. Osoba koja je glagoljicom bila opismenjavana istodobno je primala kršćansku vjeru i obratno. Usvajanjem glagoljskih znakova – sricanjem i učenjem napamet, oni koji su postajali opismenjani ujedno su se i molili jer, u glagoljici je svaki znak istodobno slovo, broj i simbol. Takvo poistovjećivanje s glagoljicom kao brendom rezultat je prepoznatljivosti misije i vizije glagoljskoga pisma.

Vizionarski pothvat opismenjavanja glagoljicom – pismom brendiranim kršćanskim kodom, stoljećima je potvrđivan na prostorima Republike Hrvatske cijelim generacijama koje su se poistovjećivale s brendiranim fenomenom te su na koncu razvile i vlastiti, hrvatski tip *uglate glagoljice*.

Zaključuje se da je glagoljica jedinstveni obrazovni i vjerski *perpetuum mobile*, srednjovjekovni briljantni marketinški obrazac prilagođen brendiranju temeljnih fenomena (kršćanstva i pismenosti) na širokom prostoru današnje Europske unije. Svojim imenom, koje znači „govoriti“, glagoljica naglašava da u eri mrežne komunikacije uz vizualnu prepoznatljivost valja ustrajati i na govornoj prepoznatljivosti te je svojevrsni poziv na povratak govorenju.

4.3. Brendiranje glagoljicom

Institut Andizet u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Osijeku od 2015. godine provodi projekt Kulturno brendiranja Republike Hrvatske tijekom kojeg organizira znanstvena, umjetnička i obrazovna istraživanja. Višeslojnost polazišnog projektnog cilja sažima se u postupnim izgradnjama hrvatske kulturne iskaznice, odnosno hrvatske kulturne putovnice za potrebe predstavljanja izvan Republike Hrvatske. Izgradnji hrvatske kulturne iskaznice/putovnice pristupilo se istraživanjem četiriju hrvatskih identitetskih vrijednosti: ime Hrvat, kockovlje, troplet i glagoljica. Četiri hrvatske identitetske vrijednosti opisane su u romanu *Vilijun* (Horvat 2016), a za temeljni kulturni predložak Modela kružne kreativnosti izabran je roman *Az* (Horvat 2009).

U prilog izboru hrvatske glagoljice kao kulturnog fenomena prikladnog za brendiranje kulturom govore identitetske oznake hrvatske glagoljice. Takvih je oznaka sve više, a njihova brojnost raste od 2014. godine kada je hrvatska glagoljica proglašena nematerijalnom kulturnom baštinom Republike Hrvatske. Uz imenovanje 22. veljače Danom glagoljice 2018. godine identitetska važnost hrvatske glagoljice

krunski se potvrđuje 2023. godine ulaskom Republike Hrvatske u Eurozonu koji se dogodio na desetu obljetnicu članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji.

Slika 66: SUM TV o Danu hrvatske glagoljice i Milenijskom natjecanju

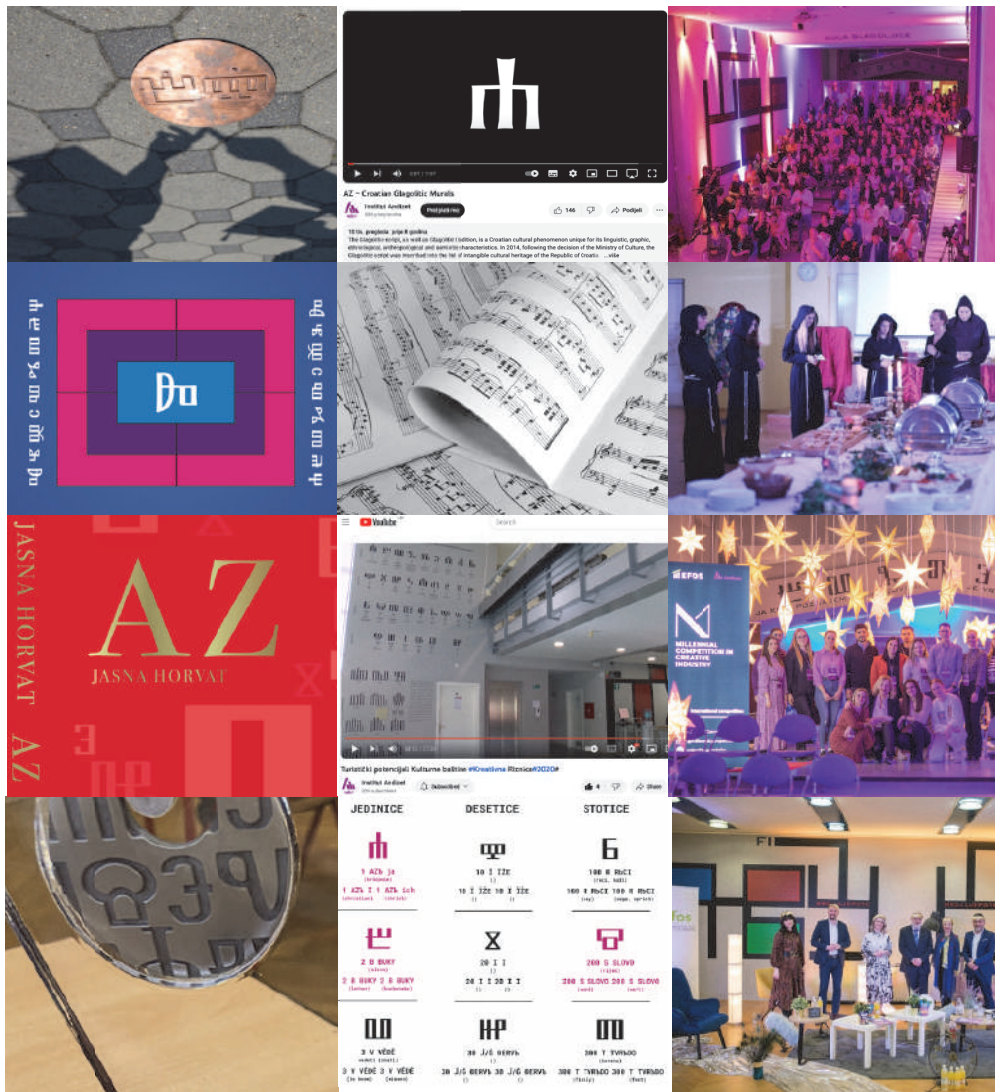


Toj obljetnici vizualno su se pridružile eurokovanice s glagoljicom, šahovnicom, riječju „Hrvatska“ kao trima ključnim identitetskim oznakama Republike Hrvatske.

Dvije identitetske vrijednosti opisane u romanu *Vilijun* (Horvat, 2016) – glagoljica i kockovlje postavljene su na hrvatske eurokovanice prigodom ulaska Republike Hrvatske u Eurozonu. Riječ je o eurokovanicama s apoenima od 5, 2, i 1 centa te motivom šahovnice u pozadini. Glagoljicom su sljubljeno ispisana slova HR, a latinicom riječ HRVATSKA što popraćeno motivom šahovnice vizualno interpretira tematsku podlogu brendiranja kulturom. Nastavak brendiranja glagoljicom zahtijevat će šire populariziranje simboličke poruke prvih devet glagoljskih znakova koja glasi: „Ja, koji poznajem slova, tj. Boga, govorim kako je dobro časno živjeti na zemlji.“

Govorenjem o glagoljici, populariziranjem glagoljske drevne misije i vizije Republika Hrvatska predstavlja se zemljom visoke i dugovječne kulturne tradicije jer svoja pisma imaju samo velike kulture. Visokoetična glagoljska poruka poručuje da je dobro živjeti časno, a takvo identitetsko određenje ulijeva povjerenje i sigurnost pri pomisli na prostor ispunjen takvom porukom. Uz prepoznatljivost prostora brendiranje kulturom otvara priliku za govorenje/glagoljanje te time i poticanje poistovjećivanja s drugim kulturnim odlikama Republike Hrvatske.

Slika 67: Model kružne kreativnosti: primjer glagoljice



4.4. Učinci brendiranja glagoljicom

Brendiranje glagoljicom kao primjer brendiranja kulturom ubrzano se prelijeva na druge djelatnosti – ponajprije na turizam i obrazovanje, ali i na kreativnu industriju koja je sudjelujući u Modelu kružne kreativnosti promovirala i vlastitu djelatnost kao autorsku praksu.

Obrazovni

Ekonomski fakultet svojom je Aulom glagoljice te Milenijskim natjecanjem iz kreativne industrije postao primjerom visokoobrazovne javne ustanove koja je brendirajući glagoljicom brendirala samu sebe. Aula glagoljice prostor je koji poučava svojom vizualnošću jer se spoznaja o fenomenima koji su likovno unijeti u prostor prenosi posjetiteljima pojašnjenjima oglašanim na ulazima, multimedijским sadržajima oglašanim na mreži te samim boravkom u prostoru. Milenijskim natjecanjem potaknute su generacije najmlađih dobnih skupina da na kreativan i inovativan način ponude rješenja o „osvajanju glagoljicom u novom mileniju“ primjenom stečenih znanja i suvremene tehnologije.

Turistički

Model kružne kreativnosti zaživio je na Kreativnoj riznici – popularizacijskom simpoziju kreativne industrije koji je 2017. godine nagrađen Državnom nagradom za znanost u kategoriji populariziranja znanosti. Takvom nagradom brendiranje kulturom primijenjeno na glagoljici dobilo je poticaj za znanstveno i stručno propitivanje Modela te njegovu buduću primjenu na veći broj kulturnih dobara.

Diplomatski i gospodarski ugled

Republici Hrvatskoj glagoljica bi mogla donijeti gospodarski, kulturni i diplomatski ugled kakav imaju visokorazvijene zemlje duge i bogate kulturne tradicije. Teološka podloga glagoljice doprinosi njezinoj mističnosti te joj daje vrijednost kakvu imaju rijetke dragocjenosti. Pogleda li se kako je razvijeni zapad Egipat brendirao hijeroglifima ili kako su anglosaksonske države brendirane runama, dobiva se slika o načinima na koje baštinsko pismo brendira zajednicu. Podsjeća se da takav postupak brendiranja treba biti sustavno razrađen i vođe s ciljem dostizanja želje za poistovjećivanjem s brendom.

Kreativna industrija

Kreativna industrija generator je idejnih rješenja brendiranog fenomena te time ostvaruje prihode već u postupku izgradnje brenda, ali i nakon njegova zaživljavanja na tržištu. Primjenom Modela kružne kreativnosti doprinosi se razvoju i institucionaliziranju kreativne industrije. Ujedno se potiče teorijsko i stručno razumijevanje ekonomiziranja kulturnih i kreativnih sadržaja koji ne moraju biti materijalne prirode, ali su redovito prototipi za buduća serijska umnažanja. Drugim riječima, kulturne vrijednosti nisu u potpunosti izrazive vrijednosnim sustavom u kojem je vrijednost neke robe (proizvoda ili usluge) jednaka umnošku cijene i količine. Populariziranjem kulturnih i kreativnih sadržaja, a nadasve kulturnoga naslijeđa potiče se kulturna potrošnja. Preljevanje temeljnog kulturnog sadržaja u proizvođačke i uslužne sektore kreativne industrije razvija se kreativna industrija i potiče se potrošnja njezinih učinaka. Kreativna industrija posjeduje izrazitu informacijsku sposobnost te se njezini proizvodi mogu postaviti označiteljima kulturnih, obrazovnih ili informacijskih epoha.

4.5. Nastavak brendiranja glagoljicom

Nastavak brendiranja glagoljicom zahtijevat će šire populariziranje simboličke poruke prvih devet glagoljskih znakova koja glasi: „Ja, koji poznajem slova, tj. Boga, govorim kako je dobro časno živjeti na zemlji.“

Za očekivati je kako će knjige Milenijske zvijezde potaknuti mlade osobe da posegnu za glagoljicom u svojim profesionalnim životima te da će time nastaviti brendirati glagoljicom onako kako su to započeli za svoga obrazovanja. Rješenja ponuđena na Milenijskom natjecanju iz kreativne industrije podloga su za raznovrsna projektna i popularizacijska djelovanja koja će uslijediti nakon što natjecatelji završe formalno obrazovanje.



2 CENTA

Slika 68:

Eurokovanica 2 centa
- nacionalna strana u
Hrvatskoj

Izvor: Europska
središnja banka

Uz prepoznatljivost prostora, brendiranje kulturom otvara priliku za govorenje/ glagoljanje te time i poticanja poistovjećivanja s drugim kulturnim odlikama

Republike Hrvatske. Glagoljica je pismom razrađeni „logo evanđelja“, a primjenom Modela kružne kreativnosti dobiva priliku postati opredmećenim logom hrvatskog kulturnog brendiranja glagoljicom.

Kruženje je pojam koji u sebi sadrži poruku cikličnosti, odnosno neprekinutosti. Jednom uspostavljeno brendiranje kulturom, u predstavljenom slučaju - glagoljicom, nužno je održavati te popularizirati sadržaje proizvedene u prvom ciklusu primjene Modela kružne kreativnosti.

Izdvojeno iz recenzija

Ekonomska misao povijesno je potvrdila prepoznavanje velikih ideja koje su se stvarale i živjele daleko ispred svojega doba. Takva misao upisana je u hrvatsku glagoljicu, tradicijsko pismo Republike Hrvatske koje je, kako autorice navode, bila planski osmišljenim i vođenim semiotičkim marketingom. Temeljna strategija glagoljice, pisma osmišljenog u 9. stoljeću, bila je istodobno pronositi vjeru i obrazovanje i to na širokom prostoru današnjeg jugoistočnog i srednjeeuropskog prostora. Takva ideja svoju je primjenu ostvarivala tijekom budućih tisuću godina te se samim time nametnula primjerenim predloškom za propitivanje Modela kružne kreativnosti u svojoj vrlo specifičnoj inačici brendiranja kulturom.

Riječ je o znanstveno-istraživačkom projektu koji autorice provode od 2015. godine s ciljem provjeravanja vlastite teze kako je Model kružne kreativnosti primjeren za cjelovito brendiranje različitih društvenih fenomena. U takvom istraživačkom pothvatu autorice Model provjeravaju teorijski i eksperimentalno te detaljno pojašnjavaju rješenja proizvedena u 12 sektora kreativne industrije potaknuta istim „temeljnim kulturnim sadržajem“ - književnim tekstom Jasne Horvat koji je 2010. godine nagrađen HAZU-ovom nagradom za književnost.

Analitičkim pristupom te kritičkim osvrtima autorice propituju Model kružne kreativnosti te budućim istraživačima otvaraju prilike za njegove dorade, a stručnjacima za primjene. Knjiga *Brendiranje kulturom* uspješno je pokazala kako se kreativnim interpretacijama romana *Az* (Horvat 2009) u svim sektorima kreativne industrije postiže cjelovito brendiranje Republike Hrvatske čime se otvaraju prednosti u brojnim gospodarski područjima, a posebice u području turizma.

Knjiga *Brendiranje kulturnom* izvorno je znanstveno-istraživačko djelo, a Model kružne kreativnosti originalan je doprinos znanosti društvenog područja te drugih područja povezanih s glagoljicom kao istraživačkom temom. Tu se ponajprije misli na humanističko područje, komunikologiju, informacijske znanosti i sociologiju te umjetnička područja čija je djelatnost uvelike predmetom bavljenja kreativne industrije.

izv. prof. dr. sc. Marija Benić Penava

Nacionalno brendiranje znanstveni je i stručni izazov u kojemu se susreće veći broj znanstvenih područja kako bi se sukladno globalnim okolnostima jedinstveno rješenje istražilo, ponudilo te planski usmjerilo. Znanstveno-istraživačka studija *Brendiranje kulturom* najavila je samu sebe kao prvu u nizu budućih rješenja koja će se publicirati u danas prestižnoj biblioteci *Alkar*. Riječ je o uspostavljanju Modela kružne kreativnosti koji autorice donose kao cjelovito rješenje brendiranja uz ispunjenje uvjeta njegove „zaokruženosti“, tj. primjene u svih 12 sektora kreativne industrije.

Autorice u studiji cjelovito brendiranje tumače kao kruženje jedne ideje u proizvođačkim rješenjima svih sektora kreativne industrije, a za slučaj koji propituju u ovoj studiji izabiru brendiranje glagoljicom – nacionalnim pismom Republike Hrvatske. Pismo je samo po sebi vrhunac ljudskih komunikacijskih sposobnosti što autorice povezuju s današnjim razvijenim gospodarstvima jer, kako navode, tek velike kulture posjeduju vlastita pisma i prema njima se odnose kao prema kapitalnom kulturnom resursu. Odnoseći se prema glagoljici kao kulturnom resursu koji se umnažanjem uvećava, autorice primjenu glagoljice u Modelu kružne kreativnosti teorijski uspostavljaju, tumače i provjeravaju.

Očekuje se da će autorice u svojim budućim radovima donijeti prilagodbe Modela kružne kreativnosti primijenjene na brendiranje raznovrsnih društvenih fenomena počevši od brendiranja države preko brendiranja poduzeća i proizvoda sve do brendiranja osobnosti i ideja (znanstvenih ili umjetničkih). Takav autorski napor ostvaruje znanstveni i stručni doprinos u području društvenih znanosti, posebice u granama ekonomije, informacijskih znanosti komunikologije.

Predloženi, obrazloženi i potvrđeni Model kružne kreativnosti izvorni je znanstveni novum, a istraživanja njegove funkcionalnosti provedena su po pravilima znanstveno-istraživačke metodologije. Radom se doprinosi spoznajama o brendiranju različitih društvenih fenomena te se time daje znanstveni doprinos području društvenih znanosti.

doc. dr. sc. Dejan Gluvačević

PRILOZI

Pozivnica za Glagoljašku večer (njemački jezik)



10 Jahre Kroatien in der Europäischen Union

Der Botschafter der Republik Kroatien
Daniel Glunčić
lädt Sie herzlich ein zum

GLAGOLITISCHEN-ABEND

Tradition als Inspiration und Impuls zum Branding der Republik Kroatien

Gespräch, musikalische Darbietung & Ausstellung

mit

Prof. Dr. Jasna Horvat
Ökonomin, Schriftstellerin - Wirtschaftsuniversität Osijek

Prof. Dr. Katarina Livjanić
Musikwissenschaftlerin, Sängerin - Schola cantorum Basilliensis

Prof. Dr. Josipa Mijoč
Ökonomin, Produzentin - Wirtschaftsuniversität Osijek

14. Dezember 2023, 18.00 Uhr
Botschaft der Republik Kroatien
Rennweg 3, 1030 Wien

Im Anschluss an die Veranstaltung wird zu einem Umtrunk gebeten.

Wir bitten um Ihre Anmeldung (für 2 Personen) bis zum 8. Dezember 2023
unter veranstaltungen.croemb@mvep.hr



■ ■ ■

Drei prominente kroatische Wissenschaftlerinnen und Künstlerinnen nehmen Sie auf eine spannende Reise bis zu den Ursprüngen der ersten kroatischen Schrift und der glagolitischen Kultur mit. Sie zeigen, wie man die Tradition und Identität, eingebettet im modernen Kontext, zu einer lebendigen kulturellen Erfahrung machen kann. Die glagolitische Tradition wird zum immateriellen Kulturerbe aber auch zu einer Art Schutzmarke, die für die Authentizität, Kontinuität und Beständigkeit steht und als solche gerne als Erkennungsmerkmal für Kroatien nach Außen getragen wird.

Pozivnica za Glagoljašku večer (hrvatski jezik)



U povodu 10. obljetnice članstva Republike Hrvatske u Europskoj uniji

veleposlanik Republike Hrvatske

Daniel Glunčić

srdačno Vas poziva na

VEČER GLAGOLJICE

Tradicija kao inspiracija i impuls u brendiranju Republike Hrvatske

Izlaganje, razgovor, glazba & izložba

U programu sudjeluju:

prof. dr. sc. Jasna Horvat

ekonomistica, spisateljica – Ekonomski fakultet u Osijeku

prof. dr. sc. Katarina Livljanić

muzikologinja, pjevačica - Schola cantorum Basilliensis

prof. dr. Josipa Mijoč

ekonomistica, producentica – Ekonomski fakultet u Osijeku

14. prosinca 2023. u 18.00 sati

Veleposlanstvo Republike Hrvatske

Rennweg 3, 1030 Beč

Molimo za prijavu dolaska (2 osobe) do 8. prosinca 2023. na e-mail adresu:
veranstaltungen.croemb@mvep.hr



Tri prominentne hrvatske znanstvenice i umjetnice povest će Vas na zanimljivo putovanje do izvorišta prvog hrvatskog pisma i glagoljaške kulture te pokazati kako se tradicija i identitet, ugrađeni u suvremeni kontekst, mogu pretvoriti u živo kulturno iskustvo. Glagoljica tako postaje zaštitni znak koji predstavlja autentičnost, kontinuitet i trajnost te je kao takva neiscrpan izvor nadahnuća u umjetničkom stvaralaštvu, ali i u oblikovanju hrvatskog branda.



Popis tablica

Tablica 1: Pretpostavke, prilike i rezultati Modela kružne kreativnosti	24
Tablica 2: Model kružne kreativnosti s književnim tekstom kao temeljnim kulturnim izrazom (roman <i>Az</i>)	26
Tablica 3: Sektorski rezultati glagoljice u Modelu kružne kreativnosti	81
Tablica 4: Broj idejnih rješenja za natjecateljsku temu glagoljica	115
Tablica 5: Ponuda idejnih rješenja za natjecateljsku temu glagoljica po kategorijama	115
Tablica 6: Usporedba latinične abecede i glagoljske azbuke	132

Popis slika

Slika 1: Računalni font Alkar načinjen po uzoru na hrvatsku uglatu glagoljicu	15
Slika 2: Isječci iz Rješenja Ministarstva kulture (7. veljače 2014.)	16
Slika 3: Značenjsko polje koje obuhvaća termin kreativna industrija	21
Slika 4: Throsbyjev Koncentrični kružni model kreativne industrije	22
Slika 5: Naslovnice romana <i>Az</i> (1. i 2. izdanje na hrvatskom jeziku)	32
Slika 6: Naslovnica romana <i>Az</i> (engleski jezik)	32
Slika 7: Matrični zapis uglate glagoljice (27 pismovnih znakova)	75
Slika 8: Oznake vremena za Sunčanu uru	82
Slika 9: Nacrt ljudske sunčane ure Ekonomskoga fakulteta u Osijeku	83
Slika 10: Profesorica Jasna Horvat i jedna od oznaka vremena na Sunčanoj uri (12 sati)	83
Slika 11: Dekan Fakulteta prof. dr. sc. Boris Crnković u Sunčanom kabinetu mjeri vrijeme	84
Slika 12: Igra sjena u Sunčanom kabinetu	85
Slika 13: Isječak filmskog zapisa „Tko sam ja“ s YouTubea	86
Slika 14: Potvrda sudjelovanja na međunarodnom natjecanju s dokumentarnim filmom <i>Az</i>	87
Slika 15: Aula glagoljice	88
Slika 16: Aula glagoljice i održavanje Gala vodikove svečanosti	89
Slika 17: Aula glagoljice i igranje poeme <i>Ars Eugenium</i>	90
Slika 18: Koncert u Auli glagoljice	91
Slika 19: Aula glagoljice i Kreativna riznica	92
Slika 20: Mural Broj u dvorani Vladimira Preloga	93
Slika 21: Mural Voda u dvorani Vladimira Ružičke	94
Slika 22: Mural Prvi u dvorani Josipa Jurja Strossmayera	95
Slika 23: Mural Dobro jutro ljudi u Uredu za studente	95
Slika 24: Mural Plod u Auli glagoljice	96
Slika 25: Mural Broj u Auli glagoljice	96

Slika 26: Igra Glagoljon	97
Slika 27: Igraće ploče za igru mlin	97
Slika 28: Dizajn igre mlin Glagoljon	98
Slika 29: Pobjednička strategija u igri Glagoljon	99
Slika 30: Igraće pločice u igri Glagoljon	100
Slika 31: Slika pobjedničke strategije igre Glagoljon	101
Slika 32: Glagoljaška večera	102
Slika 33: Milica Lukić i Jasna Horvat u performansu Glagoljaška večera	103
Slika 34: Glagoljaška večera u dvorani Vladimira Preloga	104
Slika 35: Jasna Horvat u vođenju Aulom glagoljice	105
Slika 36: Mrežno mjesto Multimedijskog vođenja Aulom glagoljice	106
Slika 37: Autorsko vođenje Aulom glagoljice	106
Slika 38: Televizijski prilog o multimedijskom vođenju Aulom glagoljice	107
Slika 39: Proglašenje pobjednika Milenijskog natjecanja u Auli glagoljice	107
Slika 40: Natjecatelji u predstavljanju idejnih rješenja	108
Slika 41: Natjecateljski tim u Auli glagoljice	109
Slika 42: Organizacijski odbor Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije	110
Slika 43: Prosudbeno povjerenstvo Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije	111
Slika 44: Volonteri i organizatori Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije	113
Slika 45: Mrežna stranica natjecanja	114
Slika 46: Naslovnice publikacija Milenijske zvijezde	114
Slika 47: Medaljon Ave	117
Slika 48: Medaljon Ave i statua Ave OsEconomia	117
Slika 49: Profesorice Horvat i Forjan nakon dodjele medaljona Ave	118
Slika 50: Slatki Az	119
Slika 51: Slatki Az	119
Slika 52: Mural Alkar u Auli glagoljice	120
Slika 53: Događanje na Kreativnoj riznici ispred murala Alkar	121
Slika 54: Mural Alkar u Auli glagoljice	122
Slika 55: Josipa Forjan i Jasna Horvat ispred murala Alkar u Auli glagoljice	123
Slika 56: Virtualni Alkar	124
Slika 57: Baner Andizeta s otisnutim materijalom za pokretanje Virtualnog Alkara	125
Slika 58: Memory igra koja prati Virtualni Alkar	125
Slika 59: Mural s oslikanim glagoljskim znakovima računalnog fonta Alkar	126
Slika 60: Računalno znakovlje Alkar	127
Slika 61: Jasna Horvat	128
Slika 62: Videozapis izvedbe Glagoljaške poeme Az	131

Slika 63: Naslovnice romana <i>Vilijun</i> na hrvatskom i engleskom jeziku	131
Slika 64: Geneza latiničnoga slova A	133
Slika 65: Poruka prvih devet glagoljskih znakova	133
Slika 66: SUM TV o Danu hrvatske glagoljice i Milenijskom natjecanju	139
Slika 67: Model kružne kreativnosti: primjer glagoljice	140
Slika 68: Eurokovanica 2 centa - nacionalna strana u Hrvatskoj	142

Popis shema

Schema 1: Sektori kreativne industrije	19
--	----

Reference

1. Anić, Vladimir i Goldstein, Ivo. 2007. *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Novi liber.
2. Bratulić, Josip. 2022. *Hrvatska glagoljica. Postanak, razvitak, značenje*. Zagreb: Matica hrvatska.
3. Florida, Richard. 2005. *Cities and the creative class*. Routledge.
4. Horvat, Jasna; Mijoč, Josipa i Zrnić, Ana. 2018. *Ars Andizetum*. Osijek: Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji: Osijek.
5. Horvat, Jasna. 2009. *Az*. Zagreb: Naklada Ljevak.
6. Horvat, Jasna. 2016. *Vilijun*. Zagreb: Naklada Ljevak.
7. Horvat, Jasna. 2019. Kružnost u kreativnoj industriji. *Književna revija*, 59(1), 7-26.
8. Horvat, Jasna. 2020. *Az. Drugo izdanje*. Zagreb: Naklada Ljevak.
9. Horvat, Jasna. 2023. *Aksiom povijesnog izbora u književnom brendiranju mitske kulturne činjenice*. Zagreb: *Zagrebački književni razgovori* (u postupku objavljivanja).
10. Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti. 2011. https://info.hazu.hr/upload/file/Kal_11/Nagrada%20HAZU_obrazlozenja.pdf (pristupljeno: 13. 12. 2022.)
11. Lukić, Milica i Blažević Krezić, Vera. 2019. NOVA VITA GLAGOLITICI: Glagoljica iz perspektive znanstvenih, kulturnih i kreativnih praksi. Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
12. Marijanović, Stanislav i Horvat, Jasna. 2016. Stjepan Damjanović u zlatoreznom kodu bašćanske ploče i razotkrivanju ljepote Hrvatskoglagoljske baštinjene kulture. U: *Meandrima hrvatskoga glagoljaštva: zbornik posvećen akademiku Stjepanu Damjanoviću o 70. rodendanu*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 339-361.
13. Mijoč, Josipa. 2020. Inovativni potencijal projekata kreativne industrije. *Hrvatska izvan domovine III*. Centar za istraživanje hrvatskog iseljništva, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet. Osijek, 349-355.
14. Throsby, David. 2008. The concentric circles model of the cultural industries, *Cultural Trends*, 17:3, 147-164.

O autoricama

Jasna Horvat

Jasna Horvat (1966.) hrvatska je književnica, teoretičarka kulture i znanstvenica. Prvim ciklusom književnoga stvaralaštva poetski interpretira mitološke teme (*Izgubljena vila*, 2002., *Alemperkina kazivanja*, 2005. i *Krijesnici*, 2009.) dok epistolarni roman (*Pismo u pismu* iz 2008. - suautorstvo s Irenom Vrkljan) najavljuje drugi ciklus književnoga stvaralaštva s osam romana studija (*Az* 2009., *Bizarrij* 2009., *Auron* 2011., *Vilikon* 2012., *Alivkot* 2014., *Vilijun* 2016., *Atanor* 2017., *OSvojski* 2019.). Književni izraz Jasne Horvat odlikuje oulipovsko propitivanje književnih potencijala, nadahnutost baštinskim sadržajima i nesvakidašnja imaginacija. Književna djela Jasne Horvat nastavnom su građom na različitim fakultetima u Republici Hrvatskoj, predmetom su znanstvenih studija, a književna ih kritika označuje terminom *Ars Horvatiana* - uspješnim spojem znanosti i umjetnosti na tragu oulipovske prakse.



Autorica je međunarodnih znanstvenih radova, sveučilišnih udžbenika i istraživačkih studija u području društvenih, humanističkih i interdisciplinarnih znanosti te

predavačica na pozvanim predavanjima i književim susretanjima (Atlanta, Beč, Budimpešta, Chengdu, Ljubljana, Novi Sad, Mostar, Peking, Podgorica, Zagreb).

Roman Az (Naklada Ljevak 2009.) nagrađen je prestižnom nagradom Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti za književnost 2010. godine. Jasna je Horvat dobitnica Pečata grada Osijeka za osobita ostvarenja na području književnosti 2011. godine. Dobitnicom je Državne nagrade za znanost 2016. godine u kategoriji populariziranja znanosti (za projekt Kreativna riznica) te Nagrade „Ivan Filipović“ koju joj je 2021. godine dodijelio Odbor za obrazovanje, znanost i kulturu Hrvatskog sabora za doprinos visokome obrazovanju ostvaren knjigom *Istraživački SPaSS* (Naklada Ljevak 2020.) objavljene u suautorstvu s prof. dr. sc. Josipom Mijoč.

Nagradom FUL kulturno Superbarnds je nagrađio hepening *Vilijun* temeljen na njezinu romanu *Vilijun* (Naklada Ljevak 2016.) kao najbolje brendirani događaj u kulturi. Roman *OSvojski* 2019. godine nagrađen je Nagradom „Josip i Ivan Kozarac“ i proglašen je proznom knjigom godine.

Nagrada *Simply the best* uručena joj je za inovacije i doprinos turizmu 2020. godine ostvarene književnim djelima, a nagradu koju dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) i časopis WAY, Jasna je Horvat osvojila u kategoriji *Osoba godine*.

Josipa Forjan

Josipa Forjan (1983.) znanstvenica je, producentica i teoretičarka kreativne industrije. Na Ekonomskom fakultetu u Osijeku u svojstvu redovite profesorice sudjeluje u izvođenju nastave na većem broju kolegija. Aktivna je u znanstvenoj i stručnoj publicistici, voditeljica je znanstvenih projekata, međunarodnih istraživačkih studija te stručnih i istraživačkih projekata iz područja kreativne industrije. Inicirala je osnivanje Instituta Andizeta u okviru kojeg je pokrenula i vodila veći broj projekata među kojima se ističe Kreativna riznica – popularizacijski simpozij kreativne industrije.

Voditeljica je i začetnica međunarodnog Milenijskog natjecanja iz kreativne industrije koje se od 2019. godine održava na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Istraživački rad usmjerava na znanstvena istraživanja korisna akademskoj zajednici te dionicima sektora kreativne industrije. Razvijanje i vođenje projekata iz kreativne industrije provodi i kao konzultantica Ernst&Younga.

Nagrađivana je za znanstveni, nastavni i stručni rad. Među nagradama se ističu Državna nagrade za znanost 2016. godine u kategoriji populariziranja znanosti (za projekt Kreativna riznica) te Nagrada „Ivan Filipović“ koju joj je 2021. godine dodijelio Odbor za obrazovanje, znanost i kulturu Hrvatskog sabora za doprinos visokome obrazovanju ostvaren knjigom *Istraživački SPaSS* (Naklada Ljevak 2020.) objavljene u suautorstvu s prof. dr. sc. Jasnom Horvat. U svojstvu producentice dobitnicom je nagrade FUL kulturno Superbarnds koja joj je nagrađen hepening *Vilijun* kao najbolje brendirani događaj u kulturi.

Nagrađivana je za znanstveni, nastavni i stručni rad. Među nagradama se ističu Državna nagrade za znanost 2016. godine u kategoriji populariziranja znanosti (za projekt Kreativna riznica) te Nagrada „Ivan Filipović“ koju joj je 2021. godine dodijelio Odbor za obrazovanje, znanost i kulturu Hrvatskog sabora za doprinos visokome obrazovanju ostvaren knjigom *Istraživački SPaSS* (Naklada Ljevak 2020.) objavljene u suautorstvu s prof. dr. sc. Jasnom Horvat. U svojstvu producentice dobitnicom je nagrade FUL kulturno Superbarnds koja joj je nagrađen hepening *Vilijun* kao najbolje brendirani događaj u kulturi.



Izdavač

Andizet - Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji

Lektorica i korektorica
IVANA BULJUBAŠIĆ SRB

Slikovni prikazi
MARIO MILOLOŽA i TOMISLAV DŽUNJA

Naslovnica
JASNA HORVAT i JOSIPA FORJAN

Grafičko oblikovanje
ĐURO JELEČEVIĆ

Tisak
STUDIO HS INTERNET d.o.o.

Knjiga *Brendiranje kulturnom: glagoljica* izvorno je znanstveno-istraživačko djelo, a Model kružne kreativnosti originalan je doprinos znanosti društvenog područja te drugih područja povezanih s glagoljicom kao istraživačkom temom. Tu se ponajprije misli na humanističko područje, komunikologiju, informacijske znanosti i sociologiju te umjetnička područja čija je djelatnost uvelike predmetom bavljenja kreativne industrije.

izv. prof. dr. sc. Marija Benić Penava

Nacionalno brendiranje znanstveni je i stručni izazov u kojemu se susreće veći broj znanstvenih područja kako bi se sukladno globalnim okolnostima jedinstveno rješenje istražilo, ponudilo te planski usmjerilo. Znanstveno-istraživačka studija *Brendiranje kulturom: glagoljica* najavila je samu sebe kao prvu u nizu budućih rješenja koja će se publicirati u danas prestižnoj biblioteci Alkar. Riječ je o uspostavljanju Modela kružne kreativnosti koji autorice donose kao cjelovito rješenje brendiranja uz ispunjenje uvjeta njegove „zaokruženosti“, tj. primjene u svih 12 sektora kreativne industrije.

doc. dr. sc. Dejan Gluvačević

ISBN: 978-953-8416-21-7