

PREPOZNAVANJE HRVATSKE

Radovi učenika odjela za grafički dizajn
Škole primijenjene umjetnosti i dizajna u Zagrebu

FEDA VUKIĆ



MARIO PETRAK

Problem vizualnog identiteta Hrvatske posljednjih je mjeseci u žarištu interesa stručne javnosti, što je svakako logično za državu koja je tek stekla svoje međunarodno priznanje.

Vjerujemo da će diskusije na tu temu trajati još neko vrijeme, jer prepoznatljivi identitet jedne zajednice ne može nastati u kratkom periodu kako svjedoče brojni primjeri svjetskih država koje su, unatoč dugoj tradiciji državno pravne samostalnosti, definirale svoj identitet tek u periodu moderne kulture. Specifičnosti hrvatske povijesti i kulture, međutim, stvaraju posebnu situaciju unutar koje



MARIO PETRAK

se otvaraju iznimno široke mogućnosti za oblikovanje vizualnog identiteta, već i zbog toga što je riječ o novoj samostalnoj državi na zemljovidu svjetske kulture. No, situacija je trenutno takva da, po svemu sudeći, nitko nije potpuno zadovoljan onim što je dosad učinjeno, jer ni teoretičari ni dizajneri praktičari ne izražavaju se pozitivno o dosadašnjem vizualnom identitetu Republike. Je li vrijeme da image Hrvatske bude modificiran?

Budući da sam već nekoliko puta bio u prilici javno izraziti mišljenje o vizualiziranju Hrvatske, ovdje to ne bih ponavljao već zbog svoga

U LJUDSKOM ISKUSTVU POSTOJE STVARI KOJE SU VJEČNE



**MI VJERUJEMO DA IMAMO NEKE OD
NJIH**

Otkrijte Hrvatsku

Potražite najbližu turističku agenciju

CRÖATIA

uvjerenja da pretjerana verbalna gimnastika o vizualnom može stvoriti negativne efekte ako u životnoj praksi ne nalazi odjeka. A to u ovom slučaju znači da pravog vizualnog identiteta Hrvatske neće biti sve dok se tim problemom ne pozabavi jedno stručno (vladino?) tijelo, sastavljeno od eksperata (teoretičara, komunikologa i dizajnera), koje bi imalo ingerencije nad medijskom strategijom nastupa u inozemstvu. To zbog toga što je vizualni identitet prije svega duboko utemeljen u tradiciji, ali istodobno mora biti i suvremeno riješen da bi uopće bio shvaćen. Sve to, naravno, u praksi podrazumijeva složen i fleksibilan sistem vizualnih komunikacija i grafičkih standarda. Hrvatska povijest i kultura, njezine geoklimatske specifičnosti i gospodarski potencijal pružaju dovoljno "materijala", a vjerujem da Hrvatska ima i dovoljno eksperata koji je mogu likovno osmisliti. Valja samo početi.

No, pokušat ću se sada pozabaviti jednim drugim aspektom vizualiziranja Hrvatske. Vraćam se problemu slike (image!) o Hrvatskoj u svijetu, jer je upravo to, što zbog nedovoljne informiranosti što iz zle namjere, bio i još uvijek jest osnovni problem percepcije naše domovine u inozemstvu. Pitanje je, dakle, je li taj image onakav kakav bismo željeli, to jest misle li u inozemstvu o nama onako kako bismo htjeli ili voljeli da misle? Iz tog se pitanja može izvući niz teoretskih, praktičnih pa i metodoloških problema kojima je dosad u domaćoj javnosti uglavnom posvećivana nedostatna pozornost. Nastup Hrvatske u inozemstvu prečesto je prepušten stihiji i samorazumljivosti, a nije nedostajalo ni samodopadljivosti.

Na ovom mjestu ne bih se upuštao u pokušaj šire elaboracije problema koji zahtijeva širi prostor ili čak cijelu jednu školsku godinu. Točno su toliko taj problem rješavali učenici odjela za grafički dizajn Škole primijenjene umjetnosti i dizajna u Zagrebu. Naime, školske godine 1991/2. pod stručnim vodstvom Vlaste Pirnat učenici su rješavali praktični zadatak "Image kampanja - stvaranje pozitivnog mišljenja o Hrvatskoj". Za vrijeme zračnih uzbuna i zamračenja, za čestih prekida nastave, za bezbrojnih "primirja", preko međunarodnog priznanja sve do primanja Hrvatske u Ujedinjene narode, razrađivan je jedan od temeljnih metodoloških problema za vizualni identitet Hrvatske.

Kao i svaka nova tvrtka ili novi proizvod, tako se i nova država na političkoj karti mora promovirati i kontinuirano predstavljati u težnji da o sebi stvori pozitivno mišljenje na temelju osmišljene prisutnosti u globalnim medijima. Na tom se polju na službenoj razini dosad malo radilo, pa stoga držim izuzetno zanimljivim pokazati neke od radova koji su u tijeku protekle godine nastali na Školi primijenjene umjetnosti i dizajna.

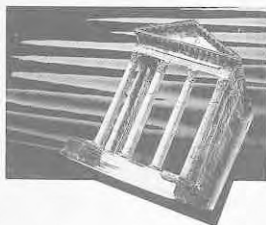
Većina radova pokazuje vrlo zrelo razmišljanje o metodi promocije koje obuhvaća niz grafičkih standarda, no osnovno je sredstvo komunikacije u većini slučajeva plakat s istom ili sličnom porukom, dok je motiv varijabilan. Gledajući te plakate, čitajući njihove slogane, valja znati da autori imaju tek osamnaest godina i da je, prema tome, riječ o najmlađoj generaciji koja u ovom trenutku razmišlja o vizualnom identitetu domovine. To je svakako mogući potencijal za budućnost ili šifra razumijevanja Hrvatske u ključu generacije kojoj su globalna pop kultura, rock glazba, televizija, strip i nažalost rat sasvim normalna životna iskustva. Autori tih plakata prva su generacija u slijedu nakon ove koja je svojim životima iznijela borbu za slobodu, a vjerujem da u razmišljanjima generacije boraca i ove koja upravo napušta klupe jedne stručne škole nema bitnih razlika. Stoga objavljene primjere treba promatrati upravo tako - generacijski, i oprostiti moguće nespretnosti u grafičkoj artikulaciji poruke.

No, ako već težimo modernoj državi slobodnog poduzetništva i demokracije, zamislimo se dobro nad signalima koje nam šalje najmlađi naraštaj grafičkih dizajnera - to bi mogao biti kôd budućnosti. Ne zaboravimo - mladenačka je kultura uvijek bila prostor prijeko potrebne živosti u nacionalnom identitetu svake države.



HRVOJE VIDOVIĆ

**SOME THINGS
ARE ETERNAL IN
THE HUMAN
EXPERIENCE.**



WE BELIEVE WE HAVE SOME OF THEM.

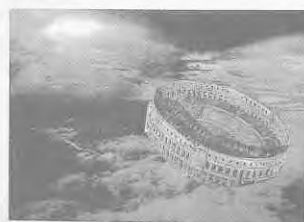
Discover Croatia

Contact your nearest tourist agency

CROATIA

VANESSA BORČIĆ

**ALGUNAS
EXPERIENCIAS
DEL SER
HUMANO SON
INMORTALES.**



**PENSAMOS QUE AQUI SE ENCUENTRAN
ALGUNAS.**

Descubre Croacia

Contacto con tu agencia de viajes

CROATIA

VANESSA BORČIĆ

JADRAN

LJEPOTA PLAVOG

HR



Kakva je temperatura Jadranskog mora?

UGODNA!

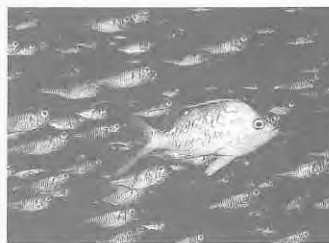
*Vijeli se vode od 17°-25°C
i lakša je sadržava od do
sredine jeseni.*

MAJA PUŠIĆ

JADRAN

LJEPOTA PLAVOG

HR



Koliko vrsta riba ima u Jadranu?

PUNO!

*U Jadranu živi preko 170 vrsta,
od čega je najbogatija vrlo ukusna
bijela riba.*

MAJA PUŠIĆ