

**IZLOŽBA**

u suradnji Učiteljskog i Grafičkog fakulteta  
Sveučilišta u Zagrebu

# Naličja Učiteljskog fakulteta na njegovu 100. obljetnicu

*Galerija Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, listopad 2019.*



**G**rafička je struka usmjerena na ostvarivanje komunikacije u odsutnosti izvornih izlagača na način da u tom postupku izvorna poruka ne promijeni svoje originalno značenje i, po mogućnosti, poveća svoju uvjerljivost kroz pravilan odabir komunikacijskih kanala (medija), kroz jednoznačan prijelom jezičnog sadržaja, kroz pametnu organizaciju podataka u kompoziciji, te kroz oblikovanje vizuala koji nadopunjuju poruke i pospješuju njihov ispravan prijam. Kao takva, grafička struka danas služi kao jedna od ključnih nositeljica informacijskog doba pojačavajući doseg i trajnost međuljudskih poruka.

U području odnosa sa javnošću, u govoru o predstavljanju ustanova, organizacija, pothvata, proizvoda, usluga, događaja, pa čak i osoba, uvriježila su se tri ključna opisna pojma – **brend**, **vizualni identitet** i **komunikacijska strategija**:

- ▶ Komunikacijsku se strategiju razvija kada se ustanovi koju poruku se želi prenijeti kojoj publici. Nju čini niz odluka o tome kako će se pristupiti ciljanoj publici, kako će se željene poruke sročiti i u kojim će se okolnostima iznositi.
- ▶ Na osnovi komunikacijske strategije osmišlja se vizualni identitet. On obuhvaća naličje izlagača poruka: prvi dojam te duh izlaganja svih poruka. Vizualni je identitet izlagačev predstavnik pred javnošću. On se primjećuje na sve izlagačeve vizualne komunikacije, od osobnog biljega (logotipa), preko tiskanih i web publikacija, promotivnog i uredskog materijala, posjetnica, prezentacija i oprave osoblja, pa sve do načina formatiranja teksta na memorandumima ili unutar e-maila.
- ▶ *Brend* je, u drugu ruku, doživljaj pošiljatelja poruke u očima publike. Naša riječ kojom bismo najbolje nadomjestili ovaj izraz je *ugled*. To je mišljenje o iskrenosti, suvislosti, pouzdanosti i prijatnosti izlagača koje publika formira kroz interakciju s njegovim vizualnim izričajem. Kada se govori o *upravljanju brendom*, govori se o promišljanju komunikacijske strategije i vizualnog identiteta ne bi li se pospješio odnos sa ciljanom publikom.



Slika 1 Logo Učiteljskog fakulteta

## Dizajnerski briefing

U ožujku 2019. godine, na Grafički su fakultet došli predstavnici Učiteljskog fakulteta izložiti studentima suradnju u promišljanju aktualnog logotipa Učiteljskog fakulteta i osmišljanju biljega za nadolazeću 100. obljetnicu osnutka Učiteljskog fakulteta. Izlaganje je upoznalo studente sa djelovanjem Učiteljskog fakulteta, sa temeljima suvremenog pedagoškog pristupa kojima teži obrazovanje na fakultetu i sa aktualnim vizualima koje on koristi u svojim komunikacijama sa javnošću.

Logotip Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu sastoji se od slova njegovog akronima, „U“ i „F“, oblikovanih po uzoru na dekorativne meandre, nama najpoznatijima kao ornamentima na starogrčkoj arhitekturi i keramici. Kao takav logotip podsjeća na klasične temelje zapadne civilizacije, znanosti i obrazovanja (akademije), a ujedno, zbog svog strogog geometrijskog oblikovanja, asocira na likovne i arhitektonske tendencije nama mnogo suvremenije *moderne* sa praga druge polovice 20. stoljeća. Dodatno u prilog obliku meandra za logotip fakulteta donosi i činjenica što je u predvorju Učiteljskog fakulteta izložen prepoznatljiv meandar našega slavnog modernog slikara i kipara Julija Knifera. U drugu ruku, aktualni logotip ne ostavlja utisak suvremenosti i nije ugodan oku koliko bi Uprava fakulteta željela u svojoj komunikacijskoj strategiji te ne uspijeva prenijeti drugu stranu priče fakulteta o njegovom suvremenom pristupu pedagoškom obrazovanju i smještanju djeteta u fokus svojih aktivnosti. Želja je Uprave da logotip i biljeg za 100. obljetnicu pomognu u prijenosu te neizrečene strane priče, ali pri tome da ne izgube čvrstoću i ozbiljnost aktualnog logotipa, niti poveznicu sa prepoznatom tradicijom Učiteljskog fakulteta.

## Pristup rješenjima

Na temelju primljenog *briefinga*, polaznici kolegija Tisak i dizajn na Grafičkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu krenuli su izradu individualnih rješenja pod stručnim vodstvom asistenata. U četrdeset predanih rješenja mogu se prepoznati tri osnovna pristupa: **harmonizacija postojećeg logotipa, igra sa prepoznatljivim obilježjima postojećeg logotipa i osmišljanje potpuno novog rješenja logotipa fakulteta**. Svaki od navedenih pristupa nudi neke prednosti koje ne nalazimo u ostala dva:

## Harmonizacija

Čuvanjem koncepta aktualnog logotipa u potpunosti se zadržava ostvarena prepoznatljivost vizualnog identiteta i njegova prihvaćenost, dok postupak redizajna omogućava dovođenje vizualnih elemenata u harmoničan, oku ugodan i upečatljiv odnos, ujedno provodeći nužan postupak definiranja tipografskih pisama, pravila kompozicije i boja (budućeg) vizualnog identiteta.



M. Šuklje, N. Vidmar



Katarina Viduka



Antonija Glasnović



Jana Jambrešić



Korina Deliaga



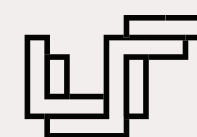
Petra Čičin Šain



Katarina Kursar



Matija Brozinčević



Sara Alavanić



Lara Fanuko



Lea Resimović



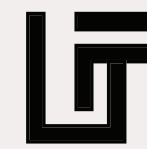
Petra Strbad



Sara Žitvaj



Leon Burazin



Marta Lalić



A. Morić, K. Kardum



Petra Kardaš



Suzana Poslon



Mamić, Vugec, Šišković



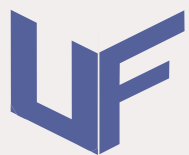
Sara Alavanić



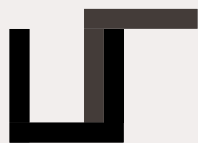
Andrea Baran

## Igra oblicima

Igra sa prepoznatljivim obilježjima aktualnog logotipa otvara prostor za inovaciju i osuvremenjivanje osnovnih obilježja vizualnog identiteta uz pokušaj zadržavanja ostvarene prepoznatljivosti i očuvanja poveznice sa tradicijom Fakulteta u njegovim vizualnim komunikacijama. Ovaj pristup redizajnu sam po sebi poručuje kako institucija nastavlja svoju tradiciju i ne odbacuje svoje prepoznate vrijednosti, ali ujedno ulazi u proces osuvremenjivanja i širenja područja svog djelovanja. Na temelju *dizajnerskog briefinga* većina je studenata pronašla ovaj pristup najprikladnijim.



Lorena Košuljandić



Matea Hribar



Kristina Čop



Dolores Javorić



Stjepan Cvrlje

## Novi koncepti logotipa

Napuštanje aktualnog koncepta logotipa otvara mogućnost potpune revizije komunikacijske strategije institucije prema javnosti; priliku da iz temelja promisli svoje usluge i ulogu u društvu te ih predstavi novoj ili promijenjenoj publici. Koliko god ovaj pristup daje slobode optimizaciji odnosa ustanove sa javnošću (*rebrandiranje*), toliko on zahtijeva izradu čvrste strategije uspostavljanja novog autoritativnog ugleda nakon pre-

kida poveznice sa tradicijom institucije. Uradci studenata koji su odabrali ovaj pristup redizajnu prikazuju različite taktike uspostave novog autoriteta: bilo odvažnošću oblikovanja, pristupačnošću ili, najčešće, stvaranjem vizualnih poveznica sa drugim tradicijama, čijim je sljednikom Učiteljski fakultet bio predstavljen na sastanku *dizajnerskog briefinga* ili čiju su uvriježenost studenti prepoznali kod ciljane publike. ►



Maks Petković



Barbara Koren



Ivan Budić



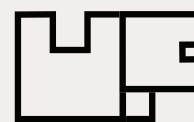
Ana Krapec



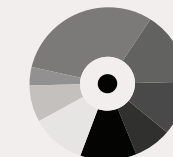
Filip Tomorad



Karlo Jurić



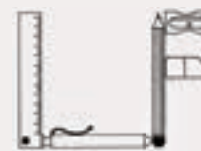
Sara Alavanić



Luka Dražetić



Dajana Kupres



Karačić, Radović, Pražić



Lea Resimović

# Biljeg 100. godišnjice

Za razliku od oblikovanja logotipa Fakulteta, oblikovanju biljega 100. obljetnice Učiteljskog fakulteta se pristupalo ispočetka. Bez prethodno ustaljenog rješenja i po uputi predstavnika Učiteljskog fakulteta, studenti su imali veliku slobodu u njegovu oblikovanju. Premda u oblikovanju biljega **brojka sto** sama po sebi predlaže autoritet tradicije i donekle niječe mogućnost predstavljanja ustanove kao člana novog odvažnog kulturnog strujanja, pronađeni načini su se povezivanja biljega obljetnice sa logotipom fakulteta (aktualnim ili novo-predloženim) pokazali raznolikima: od integracije logotipa unutar oblika biljega, do apstraktnijih semantičkih i stilskih asocijacija sa tradicionalnim ili prevratnim pokretima.



Lea Resimović



Petra Strbad



Lara Fanuko



Petra Kardaš



Petra Kardaš



Suzana Poslon



A. Morić, K. Kardum



Katarina Kursar



Matija Brozinčević



Katarina Viduka



Antonija Glasnović



M. Šuklje, N. Vidmar



Sara Alavanić



Sara Žitvaj



Leon Burazin



Korina Deliaga



Petra Čičin Šain



Jana Jambrešić



Marta Lalić



Mamić, Vugec, Šišković



Andrea Baran



Lorena Košuljandić



Matea Hribar



Kristina Čop



Maks Petković



Barbara Koren



Ivan Budić



Ana Krapec



Filip Tomorad



Karlo Jurić



Luka Dražetić



Dajana Kupres



Karačić, Radović, Pražić

## Impressum

- ▶ prof. dr. art. Antonija Balic Šimrak,  
doc. dr. sc. Kristina Cergol Kovacevic,  
doc. dr. sc. Nevenka Maras,  
izv. prof. Stjepko Rupcic
- ▶ doc. dr. sc. Mile Matijević,  
dipl. ing. Trpimir Jeronim Ježić,  
dipl. ing. Ivan Pučić,  
studenti Grafičkog fakulteta

Galerija Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, listopad 2019.