

M y L t i

M E D I

J A L n M



§ t U D 1 0



Fakultet Vizuelnih umjetnosti

MULTIMEDIJALNI STUDIO

INVO-HERIC

Visoko obrazovanje i istraživanje
za inovacije i konkurentnost

2017.



Ovaj katalog je nastao kao rezultat projekta Multimedijalni studio koji ima neprocjenjiv značaj za unapređenje kvaliteta nastave na Fakultetu vizuelnih umjetnosti.

Ključnu ulogu u realizaciji projektnih aktivnosti su imali naši studenti iz Podgorice i Bijelog Polja koji su svojim radom, kreativnošću, stvaralačkom energijom i ogromnim entuzijazmom učinili da, po ko zna koji put, budemo ponosni na njihov uspjeh.

Zahvalnost dugujemo i prof. mr Katarini Švabić i doc. mr Mariji Džoganović, kao i našim saradnicima mr Marku Gošoviću i mr Nusratu Gjokaju koji su, iako formalno nisu članovi projektnog tima, aktivno učestvovali u realizaciji projektnih aktivnosti.

Takođe se zahvaljujemo Opštini Bijelo Polje i Opštini Mojkovac koje su prepoznale značaj pomenute inicijative i dale izuzetan doprinos uspješnoj realizaciji projekta. Posebno se zahvaljujemo Milici Medojević Ristić i Mladenu Blaževiću.

Takođe, ne treba zaboraviti ni građane Bijelog Polja i Mojkovca koji su podržali realizaciju projektnih aktivnosti.

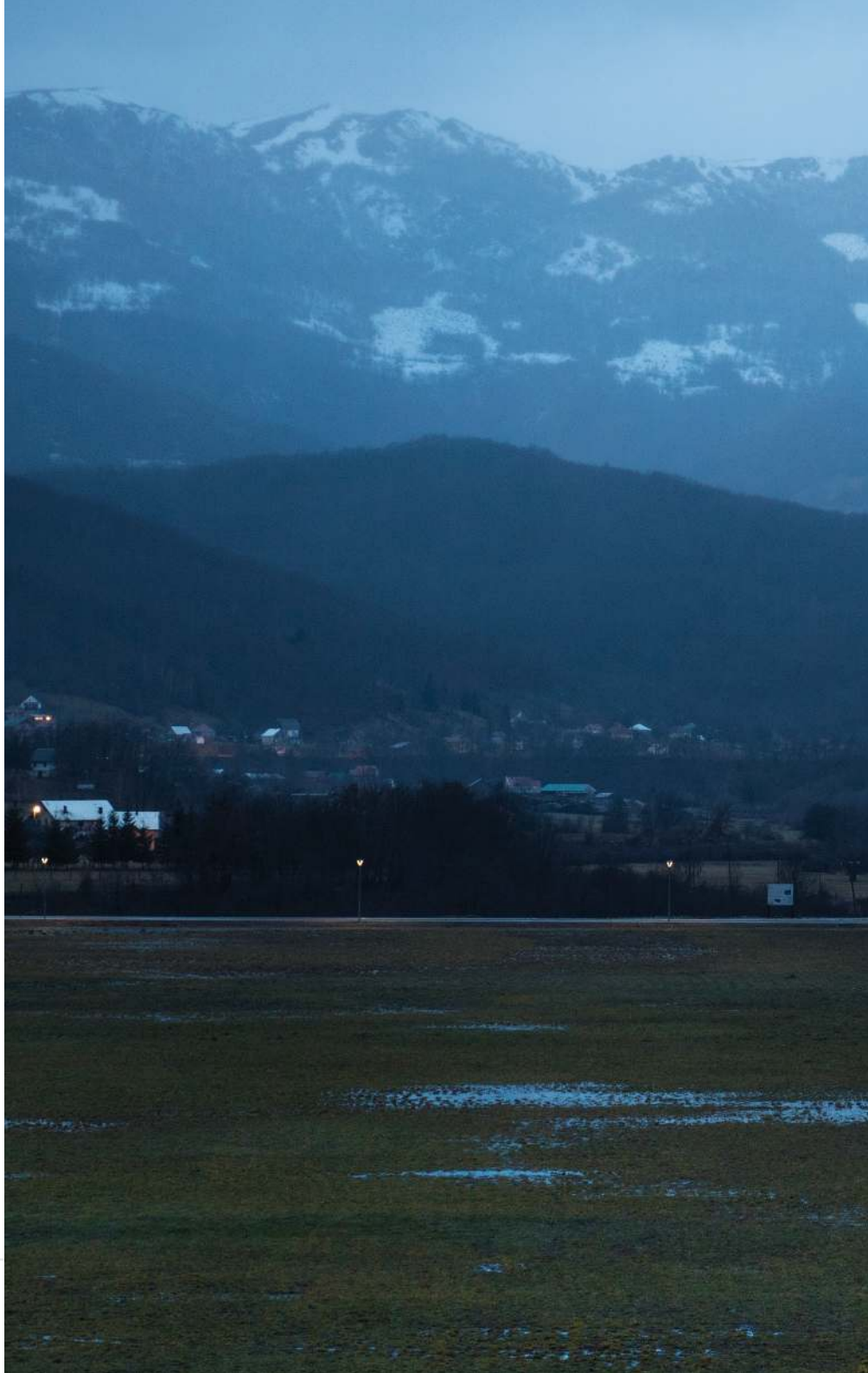
Članovi projektnog tima:

Prof. mr Nikola Simanić

Prof. mr Dino Karailo

Doc. mr Abaz Dizdarević

Doc. dr Anđela Jakšić Stojanović





➤ O PROJEKTU

Multimedijalni studio "MMS" je projekat koji realizuje Fakultet vizuelnih umjetnosti Univerziteta mediteran u okviru poziva INVO - HERIC (Visoko obrazovanje i istraživanje za inovacije i konkurentnost). U pitanju je projekat Vlade Crne Gore koji sprovede Ministarstvo nauke i Ministarstvo prosvjete sredstvima koje obezbjeđuje Svjetska banka.

Realizacija projekta je trajala 12 mjeseci (od 20. decembra 2016. godine do 20. decembra 2017. godine) i uključivala je četiri radna paketa. To su:

Radni paket 1: Nabavka savremene ICTS opreme

Radni paket 2: Realizacija marketing kampanje i priprema knjige grafičkih standard za mala i srednja preduzeća iz opština Bijelo Polje i Mojkovac

Radni paket 3: Osmišljavanje i izrada autentičnih crnogorskih suvenira i realizacija street/land/eco art projekata u opštinama Bijelo Polje i Mojkovac

Radni paket 4: Promotivne aktivnosti i diseminacija

Opšti ciljevi projekta su: podizanje kvaliteta nastavnog procesa na Fakultetu vizuelnih umjetnosti, uspostavljanje saradnje između visokoobrazovnih institucija i poslovnog okruženja u Crnoj Gori, podsticanje ravnomjernijeg regionalnog razvoja zemlje, podsticanje turističkog razvoja opština na sjeveru, promocija kulturnih vrijednosti i umjetnosti u društvu, podizanje svijesti o značaju životne sredine. Specifični ciljevi projekta su: unapređenje praktičnih znanja, vještina i kompetencija studenata, unapređenje tzv. mekih vještina studenata, jačanje saradnje između Fakulteta vizuelnih umjetnosti i biznis zajednice, pružanje podrške razvoju malih i

srednjih preduzeća i malih proizvođača na sjeveru Crne Gore, osmišljavanje autentičnih turističkih suvenira za opštinu Bijelo Polje i Mojkovac, osmišljavanje i stvaranje novih umjetničkih, kulturnih i turističkih atrakcija.

➤ ABOUT THE PROJECT

Multimedia studio "MMS" is a project that is realized Faculty of Visual Arts as a part of HERIC project (Higher Education for Research for Innovation and Competitiveness Project). It's a project of Montenegrin Government implemented by Ministry of Science and Ministry of Education by funds provided by World Bank. Realization of project activities lasted for 12 months (from the 20th of December 2016 to 20th of December 2017) and included four work packages. These are:

Work package 1: Equipment purchase

Work package 2: The realisation of marketing campaign for local entrepreneurs / producers as a part of curriculum

Work package 3: Creation and production of authentic Montenegrin souvenirs & realisation of street/eco art projects in municipalities Bijelo Polje i Mojkovac as a part of curriculum.

Work package 4: Dissemination activities & evaluation.

The overall objectives of the project were: the improvement of the quality of learning & teaching process on FVU, the improvement of the quality of higher education system in Montenegro, strengthening of higher education - business sector collaboration, contribution to more balanced regional development in Montenegro, contribution of tourism development in Montenegro, promotion of art in society, promotion of cultural

values in society, raising awareness about the importance of protection of natural environment.

The specific objectives of the project were: the improvement of students' practical skills, the improvement of students' soft skills, strengthening of cooperation of FVA with business community, support for medium & small entrepreneurs/producers from North, creation of authentic touristic presentation of municipalities Bijelo Polje & Mojkovac, creation of new artistic, cultural & tourist attractions.







D I 3 A J N

V I Z U Σ

L N ° G

I Д E N

Ť Ĭ Ţ E t A

➤ DIZAJN VIZUELNOG IDENTITETA

Od samog početka realizacije projekta Fakultet vizuelnih umjetnosti je uspostavio intenzivnu saradnju sa predstavnicima opština Bijelo Polje i Mojkovac. Zahvaljujući toj saradnji, projekat je bio intenzivno promovisan među različitim ciljnim grupama, prvenstveno među predstavnicima malih i srednjih preduzeća i proizvođačima sa sjevera. Iako je inicijalno bilo planirano da osam kompanija učestvuje u realizaciji projekta, izabrano je njih deset. To su: Put Gross doo, Farma Moravac AD, Milka MDK, Eko Meduza doo, Eko čajevi doo kao i proizvođači domaće i organske hrane Stanija Braunović Cana, Milija Madžgalj, Nada Blažević, Ljubomir Vukašinović i Miroslav Medojević.

Nakon procesa selekcije, održani su brojni sastanci sa izabranim učesnicima. Studenti su imali priliku da stvaraju u stvarnom poslovnom okruženju umjesto u virtuelnom kao što je to ranije bio slučaj što im je omogućilo da upoznaju želje, potrebe i očekivanja privrednika i da osmisle i pripreme knjige grafičkih standard koje su sa jedne strane u skladu sa očekivanjama klijenata, a sa druge strane u potpunosti usklađeni sa savremenim trendovima u dizajnu. Činjenica da su studenti radili u realnom poslovnom okruženju im je takođe omogućila da se bolje pripreme za potrebe savremenog tržišta rada, što je jedan od ključnih ciljeva projekta. Osim toga, kontinuirana saradnja sa klijentima omogućila je studentima da unaprijede tzv. meke vještine- komunikacije, pregovaranja, rješavanja konflikata itd. Tome

je posebno doprinijela činjenica da su studenti imali javne prezentacije radova u Centru za kulturu Bijelo Polje kojoj su prisustvovali kako predstavnici lokalnih vlasti, tako i predstavnici privrednika.

➤ VISUAL IDENTITY DESIGN

From the beginning of the realization of the project itself, the Faculty of Visual Arts established strong cooperation with representatives of local authorities from municipalities Bijelo Polje & Mojkovac. Thanks to that cooperation, the project was strongly promoted among one of our most important target groups and beneficiaries in the same time- medium & small entrepreneurs and producers from the North. The process of selection of was realized together with representatives of local authorities and, although it was initially planned to choose eight entrepreneurs / producers, but finally ten of them were chosen to participate in the project. These are: Put Gross doo, Farma Moravac AD, Milka MDK, Eko Meduza doo, Eko čajevi doo as well as producers of domestic traditional or organic food Stanija Braunović Cana, Milija Madžgalj, Nada Blažević, Ljubomir Vukašinović i Miroslav Medojević.

After the selection process, the series of meetings with representatives of entrepreneurs were organized. Students had the opportunity to create and work in real business environment instead of virtual in one as before. The strong cooperation with entrepreneurs/producers that was established helped them to meet clients needs, expectations, beliefs and

demands which resulted by creation and preparation of graphic books of standards which meet clients expectations and needs on one side and on the other are completely in accordance to contemporary trends and perspectives in graphic design. The work in the real business environment prepared students better for modern market needs which is one of the main goals of this project. The continuous communication with clients improved the students ability to communicate in business environment, to negotiate, to solve the problems, to deal with conflicts etc. which reflected on the improvement of their soft skills. The fact that students presented their works on public presentation which was organized in Centre of culture in Bijelo Polje and was attended by the representatives of medium and small entrepreneurs and producers from the North that were involved in realization of the project, as well as the representatives of local authorities and media also significantly contributed to the improvement of their soft skills.





↳ SARADNJA SA PREDUZETNICIMA

Studenti i profesori fakulteta vizuelnih umjetnosti intenzivno su sarađivali sa predstavnicima malih i srednjih preduzeća i proizvođačima iz opština Bijelo Polje i Mojkovac kako bi studenti na najbolji način pripremili vizuelna rješenja za izabrane klijente. U okviru ove faze realizacije projekta organizovana je posjeta studenata i mentora firmama Put Gross, Eco Meduza, Milka, Moravac, Eko čajevi itd, kao i lokalnim proizvođačima Staniji Cani Braunović, Miroslavu Medojeviću, Miliji Madžgalju, Nadi Blažević, Ljubomiru Vukadinoviću itd.

↳ COOPERATION WITH ENTREPRENEURS

Students and professors of Faculty of Visual Arts have had intensive cooperation with representatives of small and mediums entrepreneurs as well as local producers from Bijelo Polje & Mojkovac. As a part of this phase of project, numerous visits to these entrepreneurs and producers were organized (companies: Put Gross, Eco Meduza, Milka, Moravac, Eko čajevi etc., as well as producers: Stanija Braunovic, Miroslav Medojevic, Milija Madžgalj, Nada Blažević, Ljubomir Vukadinovic etc)





▾ PREZENTACIJA VIZUELNOG IDENTITETA

Studenti Fakulteta vizuelnih umjetnosti Univerziteta Mediteran su u prostorijama Centra za kulturu Bijelo Polje predstavili novi vizuelni identitet malih i srednjih preduzeća i proizvođača organske i zdrave hrane sa sjevera. Prezencijaciji su prisustvovali predstavnici opština Bijelo Polje i Mojkovac, kao i predstavnici firmi koji su uzeli učešće u realizaciji projekta.

▾ VISUAL IDENTITY PRESENTATION

Students of Faculty of Visual Arts presented new visual identity of small and medium entrepreneurs and producers from the North. The presentation was organised in Center of culture in Bijelo Polje and was attended by representatives of municipalities Bijelo and Mojkovac, as well as representatives of companies that took a part in realisation of the project.





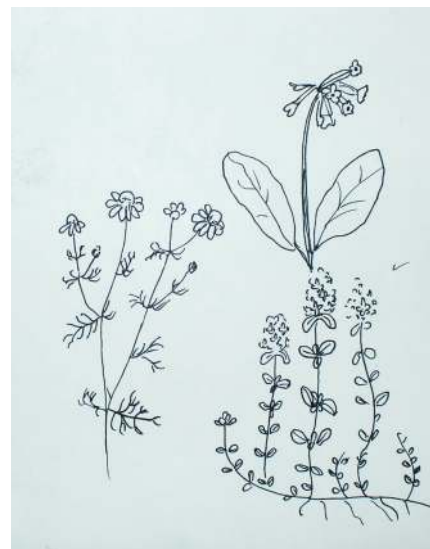
ЛЈЕКОВИТО БИЛЈЕ ЦАНА ЗАТЕЧЕНО СТАНЈЕ

Firma nosi ime vlasnice firme- Braunović Stanije- Cane. Klijent je izrazio želju da čajevi imaju naziv Cane po kojem je vlasnica poznata. Firma nije imala logotip, ljekovito bilje je bilo zapakovano u kese od celofana u kojima su se nalazile nestandardizovane etikete sa podacima o nazivu firme, biljke itd. Ključna konkurencija je firma "Flores" iz Mojkovca koja se, osim pakovanjem i prodajom čajeva, bavi i prodajom ljekovitog bilja.

VIZUELNI IDENTITET

Pošto su u pitanju sušene biljke, sam proces sušenja je poslužio kao inspiracija. Naziv biljaka na latinskom jeziku je korišten je ručni ispis zbog asocijacije na herbarijume, stare knjige itd. Posebna pažnja je posvećena pakovanju koje je napravljeno od papira sa prorezom blago lučnog oblika kroz koji se vidi sadržaj. U gornjem dijelu se nalaze stilizovani buketi bilja spremni za sušenje i stilizovani kružići, a koji nisu simetrični. Njihova boja se mijenja u zavisnosti od vrste biljke. Za ispis naziva firme je korišćeno autorsko pismo. Naziv biljke je ispisan ćirilicom, a korišten je font je Myriad Pro čija boja se mijenja u zavisnosti od vrste biljke. Ispod naziva biljke nalazi se i ručno ispisan naziv biljke na latinskom jeziku.

Лјеко
билје
Цана



Jelena Jušković

Vizuelni Identitet // Ljekovito bilje Cane
2017





IMANJE MEDOJEVIĆ

ANALIZA ZATEČENOG STANJA

Proizvođač nije imao logotip, zaštitni znak, niti druge elemente vizuelnog identiteta. Glavna konkurencija uzgajivača aronije Medojević su ostali proizvođači u Crnoj Gori koji imaju sertifikat organskog proizvođača ili su u procesu dobijanja istog, kojih je po zvaničnim podacima dvadesetak.

VIZUELNI IDENTITET

Polazna ideja bila je da se predstavi specifična organska proizvodnja kroz jednostavan crtež biljke i plodova aronije.

Crtež aronije se nije mnogo mijenjao koloritom, bojom su istaknuti samo pojedini dijelovi crteža kako bi se pojačao efekat živosti i sočnosti plodova.

Vodilo se računa da osnovna tipografija bude jednostavna kako ne bi konkurisala crtežu. Gazdinstvo Medojević je ispisano fontom Century Gothic Regular.



Jelena Jušković

Vizuelni Identitet // Imanje Medojević

2017



IMANJE MEDOJEVIĆ

VIZUELNI IDENTITET

Ideja je bazirana na plodu odnosno grozdu aronije. Osnovni elementi skice su bobice aronije i trouglaste forme grančica i listova koje se povezuju i stvaraju elipsoidnu formu.

Ispisi aronija (Euphemia, velika slova), Imanje Medojević i oznaka 100 % organsko (Tempus Sans) se nalaze u centru pomenute forme, dok se po ivicama nalaze stilizovani plodovi i listići aronije koji nisu simetrično raspoređeni i kreću se u više pravaca čime rešenje dobija na dinamičnosti.



Željko Madžgalj

Vizuelni Identitet // Imanje Medojević

2017







▼ FARMA MORAVAC

BIJELO POLJE

ANALIZA ZATEČENOG STANJA

Klijent već nekoliko godina koristi aktuelno idejno rešenje koje sadrži veliki broj različitih grafičkih elemenata i simbola. Osim toga, logotip karakteriše i primjena različitih grafičkih stilova. Ključnu konkurencija firme Moravac predstavljaju crnogorske firme Goranović i Franca koje se bave istom djelatnošću. Nakon predstavljanja ključnih nedostataka postojećeg idejnog rješenja, klijent je izrazio želju za potpuni rebrending vizuelnog identiteta. Ohrabruje i činjenica da je klijent izrazio spremnost za ulaganje u realizaciju kako ATL, tako i BTL aktivnosti u cilju promocije svojih proizvoda na tržištu.

VIZUELNI IDENTITET

Polazište za osmišljavanje logotipa je simbol za funkciju home koji se koristi na MaC računarima. Asocijacija pomenutog simbola na rogove ovna je vodila ka daljoj razradi. Zbog činjenice da na pakovanju konkurentskih firme dominira crvena boja, izabrane su crna i zlatna boja koje bi ove proizvode učinile prepoznatljivim i dominantnijim u odnosu na konkurenciju.



ZAŠTITNI ZNAK



Željki Đukić

Vizuelni Identitet // Farma Moravac

2017



▼ FARMA MORAVAC BIJELO POLJE

Ideja je bila naći motiv koji bi jasno komunicirao sa ključnim ciljnim grupama i na pravi način predstavio ključne konkurentske prednosti pomenute firme na tržištu.

Idejno polazište za realizaciju pomenutog rešenja su uspomene na djetinjstvo, selo, prirodu itd. Iz tog razloga dominantnu ulogu u idejnom rešenju ima stari farmer kao jedan od omiljenih likova iz djetinjstva, a ključne boje koje su korišćene u logo-tipu su zlatna i crvena.

U glavnom ispisu je korišten font Bitter-Regular koji svojom jednostavnošću ne konkuriše grafičkim elementima, dok je za dodatni ispis korišćen font Ballo Chettan kako bi se napravio kontrast između njega i samog naziva.



Milena Boljević

Vizuelni Identitet // Farma Moravac

2017

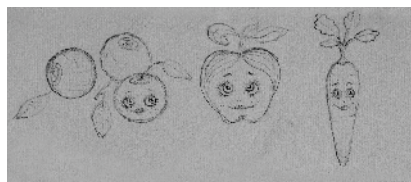


VRH SOKOVI OD ARONIJE POSTOJEĆE STANJE

Na postojećem logotipu dominira planina obasjana sučevim zracima žute boje. Na planini su žbunovi aronije, a iznad planine naziv firmr VRH ispisan masnim slovima. Iako rad djelimično zadovoljava grafičke norme i standard, ipak se mora istaći da je pomenuto rešenje stilski nesređeno, na njemu je istaknuto previše grafičkih elemenata i previše je deskriptivan. Klijent je izrazio želju da na novom rešenju dominantnu ulogu imaju ruke.

IDEJNO REŠENJE

Klijentu su ponuđena tri idejna rešenja. Na prvom rješenju dominiraju karakteri voća koji izgledaju ljupko, atraktivno i primamljivo kao i sami plodovi. Ovakav dizajn posebno može biti interesantan djeci. Na drugom idejnom rešenju ispis je rađen velikim slovima, Lucida Sans fontom, dok je naziv voća ispisan Lavos Handz fontom. Ilustracija voća je ručno rađena. Najljepnica je uska, sužava se ka vrhu i na završetku pravi blagi luk. Dominiraju pastelne boje. U trećem idejnom rešenju dominantnu ulogu imaju ruke koje predstavljaju motiv na kojem je kupac insistirao. Sastavljanjem dlanova i prstiju lijeve i desne ruke formira se trougao koji asocira na planinu, a po želji klijenta u unutrašnjosti je pozicionirano i voće.



Selma Sijarić

Vizuelni Identitet // Vrh Sokovi

2017





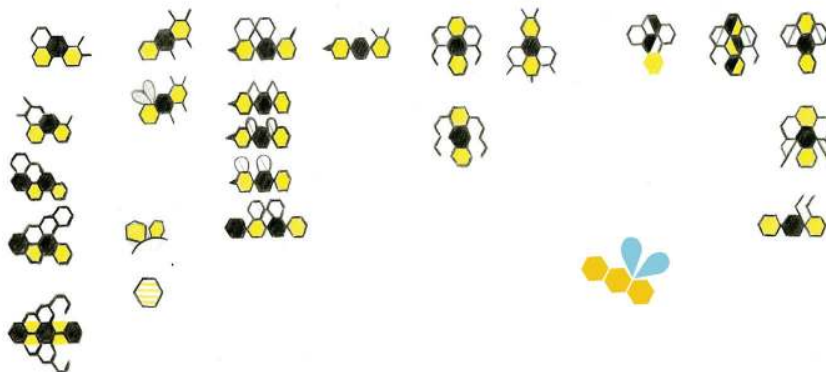
PROIZVOĐAČ MEDA

IDEJNO RJEŠENJE

Osnova za logotip proističe iz pčelinog “zujanja” i njenog leta. Logotip podsjeća na roj pčela u pokretu. Njihovo kretanje je takvo da nije moguće posmatrati i fokusirati se na jedinku, već na cijeli roj što stvara fantastičan doživljaj procesa kretanja golim okom ne možemo izdvojiti i pratiti jedinku, već cijeli roj, a samim tim i osjetiti i doživjeti fascinantnu moć procesa kretanja.

Dominantnu ulogu ima pčela matica koja drži pčelinju zajednicu na okupu i simbolizuje snagu i moć jedinstva. Linija koja se nalazi ispod nje dodatno ističe njen značaj. Žuta boja zatim simbolizuje med i kretanje pčele u pravcu Sunca.

Na drugom rešenju znak je izveden od oblika saća koji je po prirodi nerazdvojav i služi za prikupljanje meda. Na logotipu se nalaze tri šestougla razdvojena oblika koja svojom pozicijom podjećaju na let.



Vilka Vučinić
Vizuelni Identitet // Med
2017



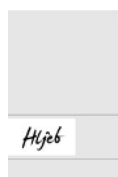
➤ PUT GROSS

ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

Na postojećem znaku dominira elipse žute boje u kojoj se nalazi karta svijeta, kao i ilustrirana ljudska šaka, na kojoj je ispisan proizvodnja, usluga, trgovina. Upravo i je i naziv same firme izveden od prvih slova pomenutih riječi. Klijent je zadovoljan postojećim rješenjem, ali je raspoložen za redizajn ukoliko bude zadovoljan ponuđenim rešenjem.

IDEJNO RJEŠENJE

Ideja je nastala kao asocijacija na naziv firme "Put Gross" tj. na prvu riječ u nazivu. Upravo je iz tog razloga slovo P dominantan element logotipa i to dizajnirano na način da podsjeća na magistralni put sa strelicama koje ukazuju na pravac kretanja. Kada je u pitanju ambalaža ideja je da ona bude jednostavna, svedena, a opet prepoznatljiva i efektna. Ambalaža je crne boje, sa bijelim poligonima nepravilnog oblika, različite veličine koji asociraju na kocke šećera. Na ambalaži za šećer u prahu i kristal šećer umjesto poligona dominiraju krugovi.



Marko Pavlović

Vizuelni Identitet // Put Gross

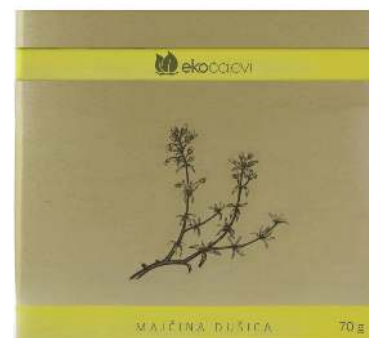
2017

▼ EKO ČAJEVI ZATEČENO STANJE

Proizvođač nije imao razvijenu vizuelnu komunikaciju.

IDEJNO REŠENJE

Kada je u pitanju prvo idejno rješenje, gornji dio znaka sastoji se od dva lista koji svojim spajanjem oblikuju šolju dok se ispod nje nalazi stilizovana tacna. Zbog različitih područja primjene, postoje dva rješenja međusobnog položaja znaka i ispis-a- horizontalni i vertikalni.



Đorđe Ćirović
Vizuelni Identitet // Eko Čajevi
2017



▶ EKO ČAJEVI

Kada je u pitanju drugo idejno rješenje, prvobitna ideja tokom skiciranja je bila da logo ima oblik čajnika. Tokom daljeg rada oblik čajnika se izgubio i nastao je logo koji asocira na list.



Đorđe Ćirović
Vizuelni Identitet // Eko Čajevi
2017



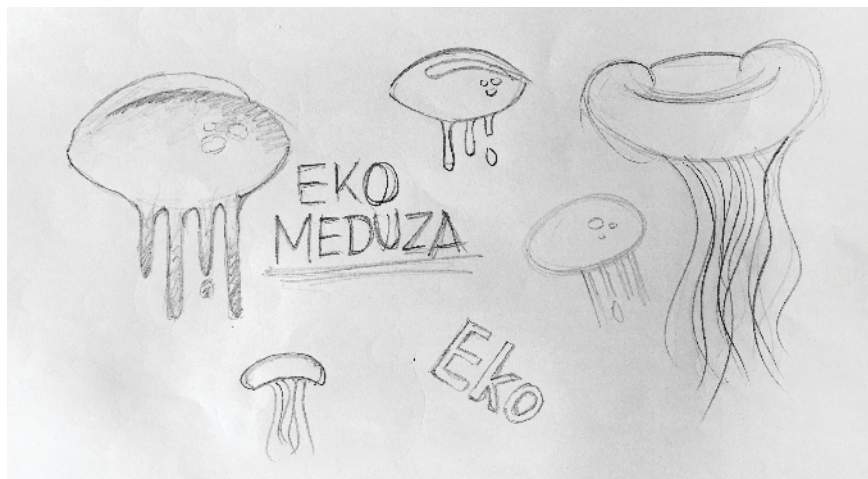


↘ EKO MEDUZA

IDEJNO REŠENJE

Ideja za kreiranje logotipa leži u nazivu i programu proizvodnje firme, pa samim tim forma oblika znaka predstavlja svedeni oblik meduze i šljive (voćke), dok je ispis "EKO" plavom bojom koja asocira na nešto što je prirodno, ekološko.

Boja znaka je definisana od tamne ljubičasto-plave ka svetlijoj plavoj. Sjenke na logotipu su bijele i svijetlo plave boje. Što se tiče tipografije, riječ EKO je definisana nebo plavom bojom, dok je riječ MEDUZA definisana tamnoplavom bojom koja blago vuče na ljubičastu (boja šljive).



Andrej Šoter
Vizuelni Identitet // Eko Meduza
2017



PROIZVOĐAČ MEDA

MADŽGALJ

VIZUELNI IDENTITET

Pošto je klijent insistirao na zadržavanju pčele, urađen je redizajn iste i ponuđena su tri rješenja u kojima je dominantan upravo ovaj element. Vesele, razigrane pčele predstavljene su u krupnom planu na samoj ambalaži, a njihovo kombinovanje sa platnenom tkaninom i mašnom na poklopcu, samoj ambalaži daju potpuno novi izgled koji predstavlja savršenu kombinaciju tradicionalnog i savremenog.



Selma Sijarić

Vizuelni Identitet // Proizvođač meda
Madžgalj 2017



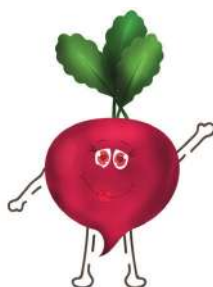
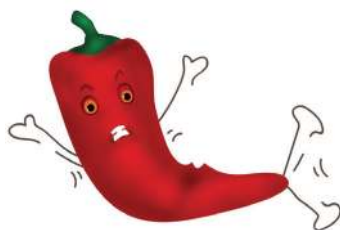
PROIZVOĐAČ NADA BLAŽEVIĆ

ANALIZA ZATEČENOG STANJA

Firma ima naziv vlasnice firme- Nade Blažević i nema logotip. Na staklenoj i plastičnoj ambalaži su zalijepljene naljepnice sa fotografijama salata koje su izuzetno lošeg kvaliteta, kao i ispisi sa outline-om koji ni u kom smislu ne ispunjavaju grafičke standarde. Na naljepnicama se ne nalazi ni podaci poput sastojaka, gramaže, načina čuvanja i skladištenja itd. Ohrabruje činjenica da vlasnica firme nije zadovoljna postojećim dizajnom i da je spremna za primjenu potpuno novog rješenja.

IDEJNO REŠENJE

Idejno polazište i skice za rešenje Vodene boje predstavljaju fotografije povrća. U želji da se izbjegnu klasične fotografije povrća koje se često mogu vidjeti na ambalaži ovakvih proizvoda, izbor je pao na konturne linije kojim bi se dobila formu povrća a zatim se unutrašnjost obojana da sa nekoliko poteza četkicom unutrašnjost oboja. Što se tiče tipografije, u pitanju je ručno rađen font koji je kontrastan u odnosu na konturne linije ilustracija, kao i na samu tehniku tog lazurnog slikanja. Zajedno sa ilustracijama, ispis zauzima centralnu kompoziciju. Naziv firme se nalazi

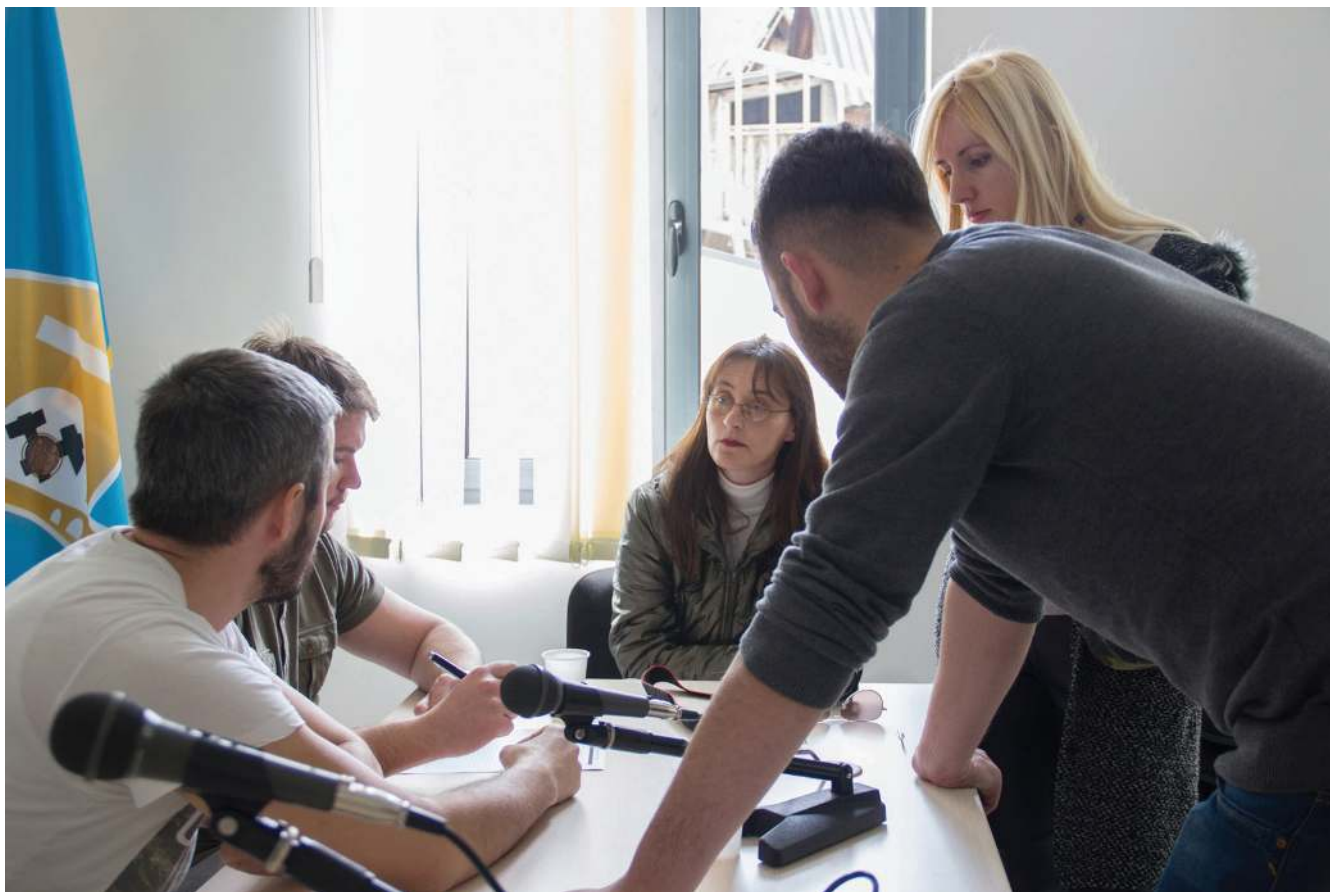


Salinda Suljević

Vizuelni Identitet // Nada Blažević

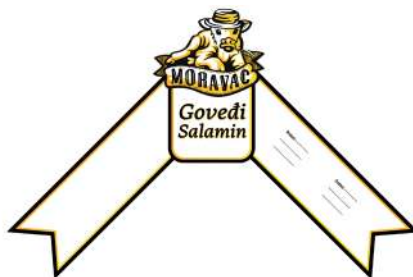
2017





➤ FARMA MORAVAC

Idejno rešenje se zasniva na primjeni grafizma i tipografije. Kada je u pitanju grafizam, u centru pažnje je stilizovano tele čiji izgled na najbolji način oslikava zadovoljstvo, sreću i radost zbog boravka na farmi. Tipografija ispisana na drvenoj ploči takođe asocira na prirodu, mir, spokoj.



Miljan Mićunović
Vizuelni Identitet // Moravac
2017



▼ EKO MEDUZA

ANALIZA POSTOJEĆEG STANJE

Postojeći logotip firme Eko meduza ne ispunjava u potpunosti grafičke standarde. Simboli meduze i jabuke su iskombinovani na previše banalan način koji nije u skladu sa savremenim trendovima u oblasti grafičkog dizajna. Uočava se i nesklad u izboru i intenzitetu primijenjenih boja i linija.

IDEJNO REŠENJE

Polazna tačka idejnog rešenja je naziv firme Meduza. U toku samog kreativnog procesa meduza je stilizovana kako bi se dovela u neposrednu vezu sa proizvodima koji čine proizvodni portfolio kompanije. Slova su ručno ispisana, prilagođeni formi logotipa.



Luka Žarić

Vizuelni Identitet // Eko Meduza

2017







\$

U

V

E

N

I

®

I

↘ OSMIŠLJAVANJE SUVENIRA

Imajući na umu značaj turizma za razvoj cjelokupne crnogorske privrede, jasan je koliki uticaj autentični crnogorski suveniri mogu imati za razvoj turizma u Crnoj Gori ne samo na lokalnom, nego i na nacionalnom nivou. Ali, nažalost, ovakvi suveniri gotovo i da ne postoje na crnogorskom tržištu što se može smatrati jednim od značajnijih nedostataka turističke ponude. Za vrijeme realizacije ove faze projekta, student su osmislili autentične, originalne, atraktivne vizuale za crnogorske suvenire. To podrazumijeva pripremu vizuala za razglednice, majice, magnete, torbe, magnete, gastro suvenire itd. Idejna rešenja su utemeljena na elementima kulturne baštine pomenutih opština, kao i na onim elementima koji čine njihovu komparativnu prednost na tržištu. Nakon osmišljavanja idejnih rešenja, student su, u saradnji sa predstavnicima opština, izabrali vizuale za suvenire koji će ući u produkciju.

↘ SOUVENIRS CREATION

Having on mind the importance of tourism in the Montenegrin economy, it is reasonable to conclude that the creation and the production of authentic Montenegrin souvenirs has a great influence on the future development of tourism in Montenegro - not only on local, but also on national level. But, unfortunately this kind of souvenirs almost didn't exist on the Montenegrin market which is one of the greatest disadvantages of tourist offer.

During this phase of realization of the project, students have created authentic, original, attractive visuals for Montenegrin souvenirs. This included the preparation of visuals for different types of souvenirs such as postcards, T shirts, caps, bags, fridge magnets, gastro souvenirs etc. These visuals are based on the cultural heritage of these two municipalities, as well as on these elements which makes these municipalities different and unique. After the creation of souvenirs, the final adoption was made together with representatives of municipalities and the samples of all created souvenirs were produced presented to representatives of municipalities





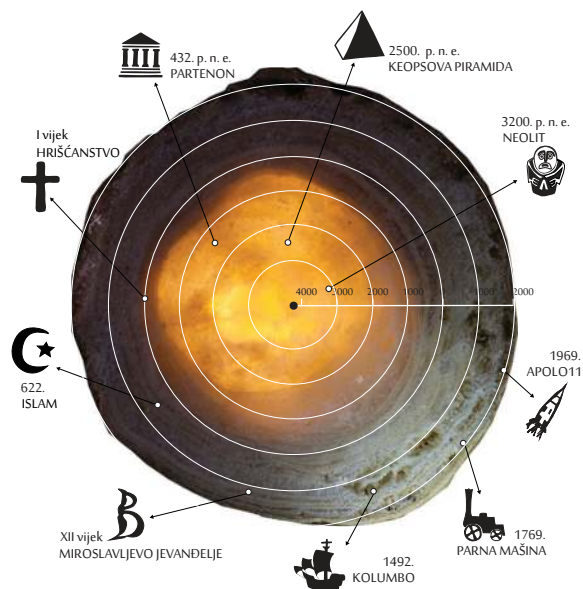
PEĆINSKI SUVENIRI

Studenti i profesori su obišli pećine u Mojkovacu i Bijelom Polju. Jedna od najimpresivnijih je svakako Đalovića pećina, jedna od najljepših u Evropi, zbog činjenice da ne postoji pećinski nakit koji je do sada otkriven, a da se ne nalazi u ovoj pećini. Radi se o lokalitetu čija je kulturna i turistička valorizacija tek nedavno pokrenuta i nije adekvatno zaštićena, valorizovan i promovisan. Studenti su ovom prilikom sakupljali stalaktite i stalagmite koji su bili meta vandala i od njih pravili autentične turističke suvenire. Jedan od ključnih ciljeva pomenute aktivnosti je isticanje značaja ovog lokaliteta u kulturnom, istorijskom, turističkom i ostalim aspektima i ukazivanje na neophodnost njegove adekvatne promocije.

CAVE SOUVENIRS

Students and professors visited the caves that are located in the Mojkovac and Bijelo Polje. One of the most impressive is Đalovića Pećina (Djalovica Cave), one of the most beautiful in Europe, because of the fact that there is no cave decorations that has been discovered so far in this cave. Since this is a locality whose cultural and tourist valorization has only recently been launched and which is still not adequately protected, valorized and promoted, students gathered stalactites and stalagmites that were destroyed by vandals and made authentic tourist souvenirs of them. One of the key objectives of the mentioned activity is to emphasize the importance of this site in cultural, historical, tourist and other aspects and point to the necessity of its adequate promotion.

Željko Madžgalj
Suvenir // MMS
2017





▼ IRVASI SA SJEVERA

Jedan od motiva za izradu suvenira za opštine Mojkovac i Bijelo Polje je irvas. Naime, u Crnoj Gori se za ljude za sjevera veoma često u pogrdomnom smislu koristi termin "irvas". Iako se radi o terminu koji u svom izvornom značenju ima potpuno neutralan kontekst, on u narodnom govoru ima pežorativno značenje, pa se vrlo često koristi kada se govori o stanovnicima sjevera i to u situacijama kada se oni žele podvrgnuti podsmijehu, sarkazmu i ismijavanju intelektualnih, fizičkih i drugih karakteristika. Želeći da građanima Crne Gore predstavljaju stanovnike sjevera u jednom drugačijem svjetlu, studenti su se odlučili da upravo iskoriste ovaj motiv i našale se na svoj način, osmišljavajući suvenire na kojima će dominantnu ulogu imati upravo irvasi. Studenti su osmislili idejna rešenja za torbice, novčanike, futrole za mobilne telefone.

Stefan Vukićević
Suvenir // MMS
2017





↘ MOJKOVAČKI SUVENIRI

Set suvenira za opštinu Mojkovac ima popularnim i motivima iz filmova. Silueta spomenika, i ilustracije sa filmskom tematikom aplicirane su na šoljama, cegerima, majicama, olivkama...

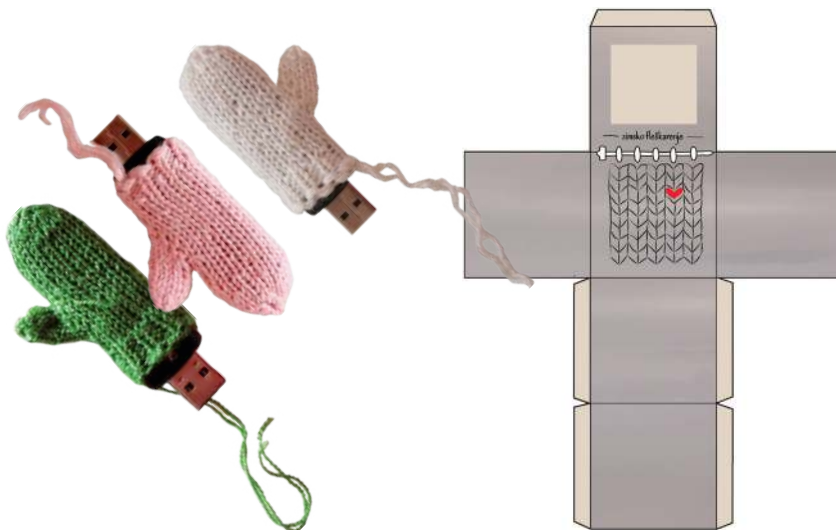
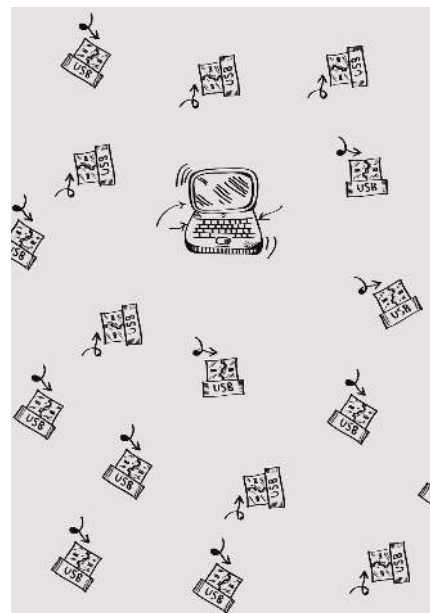
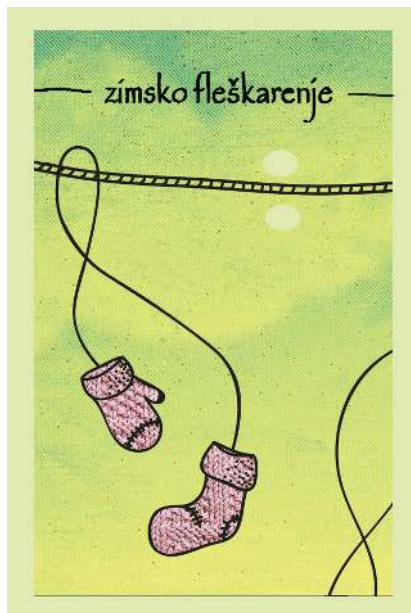


Jelena Jušković
Suvenir // MMS
2017



↘ ZIMSKO FLEŠKARENJE

Kao motiv za izradu suvenira futrola za fleške je uzeta je pletena rukavica. Pletene rukavice su nekada bile česta pojava na sjeveru Crne Gore i primjer su uspješnog dizajna inspirisanog tradicijom i lokalnim nasleđem.



▼ INFO SUVENIRI

Ovaj set suvenira sastoji se od bloka za pisanje, bilježnice, olovke kese, notesa itd. Zamišljen je kao set suvenira koji bi se distribuirao na info šalterima predviđenim za informisanje turistima.

Green Von
Suvenir // MMS
2017







S t R E e T

E K ó

L Å N D

A ® T

↘ REALIZACIJA STREET EKO LAND ART PROJEKATA

Kada je u pitanju realizacija street art projekata u Bijelom Polju treba svakako istaći umjetničke intervencije u ulici ispred kuće Rista Ratkovića, tvorca prvog modernog romana u Crnoj Gori i jednog od najznačajnijih crnogorskih pjesnika.

Tridesetak studenata je pod mentorstvom profesora Fakulteta vizuelnih umjetnosti oslikavalo pomenutu ulicu, poigravajući se koloritima, paternima i stihovima čuvenog pjesnika, transformišući jedan potpuno bezlični, tmurni prostor u svojevrsnu umjetničku, kulturnu i turističku atrakciju.

Studenti su inspiraciju za ovaj rad pronašli u Ratkovićevim antologijskim stihovima "Eno ga, po moru teče Lim". Ove stihove je čuveni pjesnik napisao u toku boravka u Egiptu kada je, hiljadama kilometara udaljen od rodnog kraja, po moru, u pustinji, osluškivao i sanjao veličanstvene vode Lima koje simbolizuju njegov vapaj za zavičajem. Upravo ovi iznenadni nadrealistični probražaji jezika u Ratkovićevoj poeziji bili su inspiracija za ovu likovnu ilustraciju koja, jednim potpuno drugačijim jezikom, kombinovanjem različitih lineranih formi i kubističkih kolaža, prikazuje Ratkovićevu viziju na jedan potpuno nekonvencionalan način.

Realizacija pomenutog street art projekta je izuzetno medijski ispraćena, pa je vijest imala više od trideset objava- kako u zemlji, tako i u regionu.

↘ STREET EKO LAND ART PROJECT REALIZATION

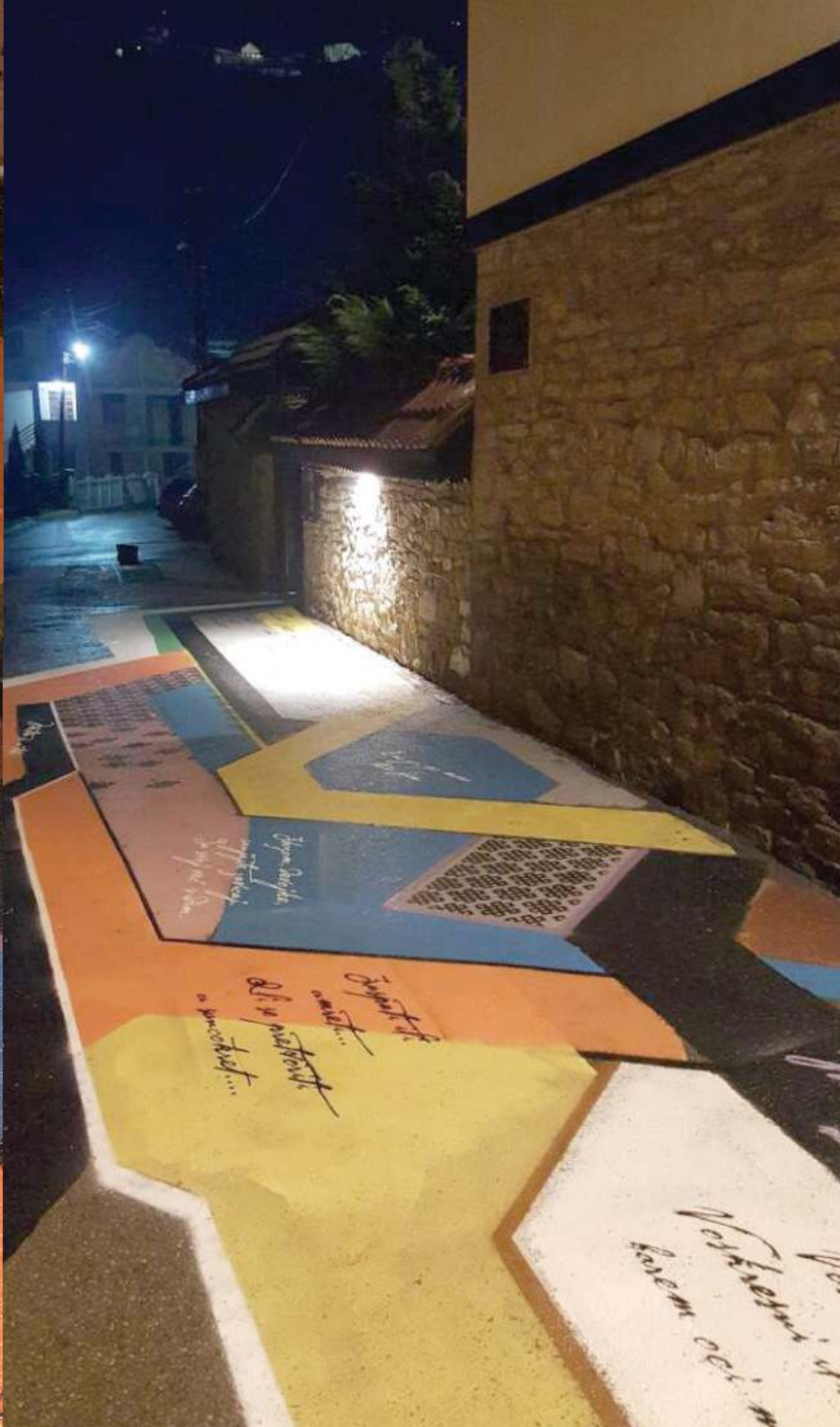
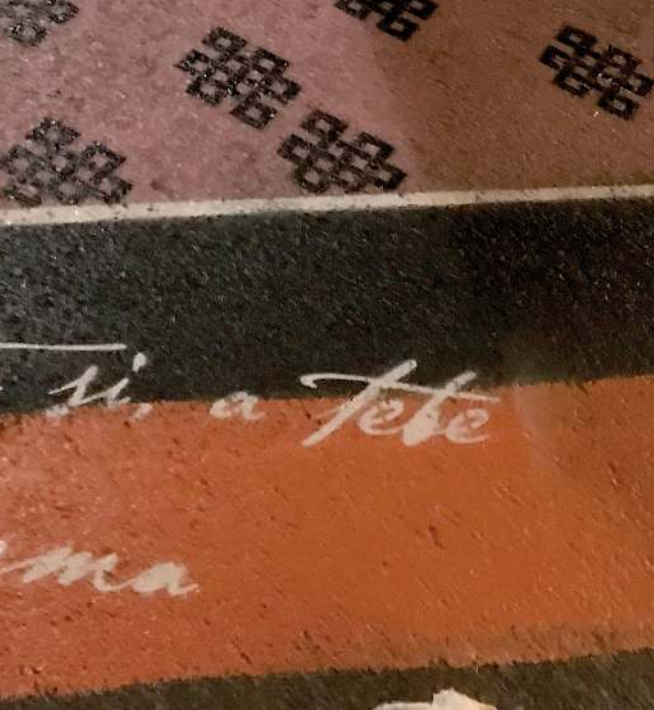
When it comes to the realization of street art projects in Bijelo Polje, it should emphasize artistic interventions in the street in front of the house of Risto Ratkovic, the creator of the first modern novel in Montenegro and one of the most important Montenegrin poets.

Thirty students, under the mentorship of the professor of the Faculty of Visual Arts, made artistic interventions, playing with colours, patterns and verses of the famous poet, transforming a completely usual, gloomy space into a kind of artistic, cultural and tourist attraction.

The students found the inspiration for this work in poet's anthological verses "Here it is, Lim is flowing by the sea". These verses were written by a famous poet during his stay in Egypt. Thousands of miles away from his native land, by the sea, in the desert, he listened and dreamed of the magnificent waters of Lim which symbolizes his cry for homeland. These surreal surrealist language claims in his poetry were an inspiration for this visual illustration, which, in a completely different language, combining various liner forms and cubist collages, presents his vision in a completely unconventional way.

The realization of the mentioned street art project was strongly promoted through different media forms, so the news had more than thirty announcements - not only in the country, but in the region as well.





↘ REALIZACIJA LAND ART PROJEKATA U MOJKOVCU I KOLASINU

Želeći da ukažu na neka od aktuelnih pitanja koja se tiču očuvanja životne sredine, studenti su markirali jalovište u Mojkovcu upravo zbog činjenice da je donedavno ovaj prostor predstavljao jednu od najvećih ekoloških crnih rupa u Crnoj Gori, a zapravo predstavlja izuzetno atraktivno područje koje je, realizujući različite umjetničke intervencije, moguće dodatno učiniti još atraktivnijim i interesantnijim za posjetioce. Na ovoj lokaciji studenti su postavili svijetleće instalacije. Ideja je bila da se akcentat stavi na životinje sa ovog područja poput medvjeda, vuka i lisice koje su za ovu priliku radjene od željeznih konstrukcija. Digitalno vrijeme u kojem živimo je diktiralo izbor led dioda, fluorescentnih boja, novih tehnologija itd., kako bi se na što bolji način predstavio kontrast između prirodnih ljepota i kontaminacije koja prati savremeno, digitalno doba. Spajajući naizgled nespojivo, pozicionirajući geometrizovane osvijetljene instalacije u fantastičan prirodni ambijent, mladi umjetnici si željeli da ukazu na velike ekološke probleme i neophodnost očuvanja životne sredine.

Osim na jalovištu, ekipa FVU je postavila ove instalacije na Biogradskoj gori i drugim interesantnijim lokacijama na sjeveru.

↘ REALIZATION OF LAND ART PROJECTS IN MOJKOVAC & KOLASIN

In order to point out some of the current environmental issues, the students marked the hive in Mojkovac as one of the most inspiring location because of the fact that until recently this area was one of the largest ecological black holes in Montenegro, and in fact it is an extremely attractive area that By realizing various artistic interventions, can be made even more attractive and more interesting for visitors. At this location, students installed light installations. The idea was to place emphasis on animals from this area, such as bears, wolves and foxes, which were ironworked for this occasion. The digital time we live in has dictated the selection of LEDs, fluorescent colors, new technologies, etc., in order to point out the contrast between natural beauty and contamination that follows the modern, digital age. In addition to the hull, the FVU team installed these installations at Biogradska Gora and other interesting locations in the north.













LAND ART PROJEKTI NA SNIJEGU

Studenti su, u saradnji sa profesorima, sa profesorima realizovali i land art atrakciju slikanja na snijegu, islikavajući geometrijske oblike koji se mogu vidjeti iz vazduha. Ovi geometrijski oblici u snijegu stvaraju utisak prisustva neorganskog u organskom, vještačkog u prirodnom, imaginarnog u realnom, iracionalnog u racionalnom, materijalnog u nematerijalnom opet sa željom da ukažu na neophodnost očuvanja životne sredine i njene adekvatne valorizacije.

LAND ART PROJECTS IN SNOW

Students, in cooperation with professors, also carried out a land art attraction on the snow, depicting geometric shapes that can be seen from the air. These geometric shapes in the snow create the impression of the presence of inorganic in organic, artificial in the natural, imaginary in a real, irrational in a rational, material in immaterial in order to point to the necessity of preserving the environment and its adequate valorization.





▼ VITRAŽI

Studenti su realizovali i druge aktivnosti, poput izrade vitraža na starim zgradama u centru Bijelog Polja. Kombinujući raznobojna oslikana stakla, teksture, ogledala i druge elemente, studenti su dali potpuno drugačiji izgled starim, oronulim fasadama stvarajući fascinantne svjetlosne efekte koji ostavljaju izuzetan utisak na posmatrača.

▼ VITRAILS

Students also carried out other activities by realization of "vitrail" techniques on old buildings in the centre of Bijelo Polje. By combining colourful painted glass, textures, mirrors and other elements, the students gave a completely different look to old, ruined facades creating fascinating light effects that make strong impression on the viewers.



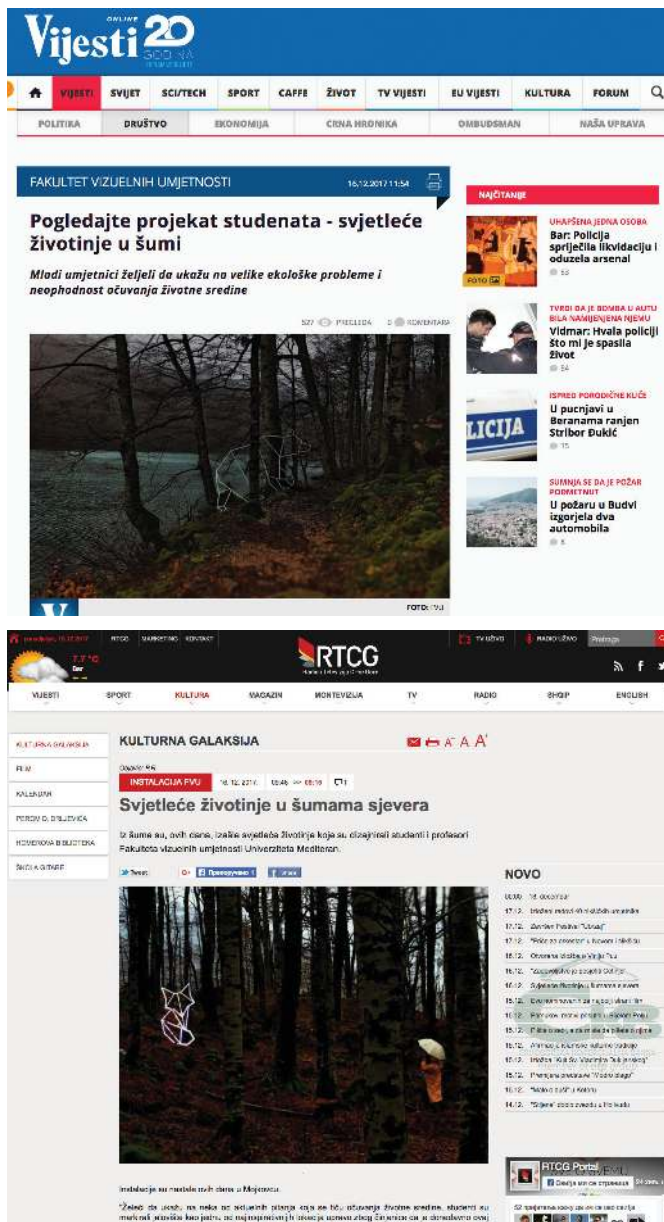


► PREDSTAVLJANJE PROJEKTNIH REZULTATA

U toku realizacije projektnih aktivnosti uspostavljena je intenzivna saradnja sa medijima koji su u kontinuitetu obavještavali javnost o realizovanim aktivnostima u toku različitih faza realizacije projekta. Sve projektne aktivnosti su promovisane putem različitih medijskih kanala- ne samo na lokalnom, već i na nacionalnom I međunarodnom nivou. U prilog tome govori I podatak da je project imao preko šezdeset objava u medijima- kako onim u zemlji, tako i u regionu.

► DISSEMINATION ACTIVITIES

The strong cooperation with media has been realized throughout all the phases of realization of project activities in order to make a strong impact on a large society. All project activities have been strongly promoted through different media channels - not only on local, but also on national and international level. The best proof of that is the fact that the project has more than 60 announcements in country and abroad.



ISKUSTVA STUDENATA STUDENTS EXPERIENCES

TINA NERAC

Realizacija projekta Multimedijalni studio omogućila mi je da steknem praktična znanja, vještine i kompetencije i da budem mnogo spremnija da odgovorim potrebama savremenog tržišta rada. Osim toga, značajno sam unaprijedila vještine komunikacije, pregovaračke vještine, vještine prezentovanja ideja, misli i stavova itd.

The realization of project Multimedia studio has enabled me to acquire practical skills and competences and to be better prepared to meet demands of modern labor market. Except that, I have significantly improved communication and negotiation skills, problem-solving skills etc.



JELENA JUŠKOVIĆ

Zahvaljujući realizaciji ovog projekta kolege i ja smo naučili da realizujemo različite umjetničke forme o kojima smo sada samo imali prilike da čitamo u savremenoj umjetničkoj literaturi. Realizacija street/land/eco art projekata je za nas imala neprocjenjivo iskustvo i u potpunosti je promijenila naš način razmišljanja.

Thanks to the realization of this project, my colleagues and you have learnt how to realize different art forms that were familiar to us only we have so far only had the opportunity to quote in contemporary literature. The realization of street/land/eco art projects has been extremely important for our professional improvement and has completely changed our way of thinking.



ANĐELA BARBA

Ovaj projekat je bio izuzetno iskustvo za nas zbog činjenice da smo umjesto u učionici, sve aktivnosti na predmetu Multimedijalni studio realizovali u realnom poslovnom okruženju. Imali smo priliku da sarađujemo sa klijentima, predstavljamo ideje, pregovaramo, rješavamo konflikte. Sve to je značajno doprinijelo da unaprijedimo različite vještine i kompetencije

This project has had a huge importance for us because of the fact that all the activities as a part of course Multimedia studio have been realized in real business environment, instead of in traditional classroom. We had the opportunity to cooperate with real clients, present our ideas, beliefs and thoughts, negotiate, deal with conflicts etc. All these things have significantly improved our skills and competences.



Izdavač:

Fakultet vizuelnih umjetnosti Univerziteta Mediteran Podgorica

Za izdavača:

Prof. dr Janko Radulović

Urednici brošure:

Prof. mr Nikola Simanić

Doc. dr Anđela Jakšić Stojanović

Dizajn i priprema za štampu:

Prof. mr Dino Karailo

Miljan Vulović

Fotografija:

Prof. mr Dino Karailo

Marko Gošović

Stefan Vukićević

Tiraž: 50 primjeraka

Štampa: S-Design

Bijelo Polje, decembar 2017. godine

CIP Katalogizacija u publikaciji

Centralna narodna biblioteka „Đurđe Crnojević“ Cetinje



