

PRISTUP VIZUALNOM IDENTITETU GRADA

FEDOR KRITOVAC

Odnos osnovnih elemenata i predmeta primjene

Dizajn vizualnog identiteta nekoga predmeta (organizacije, manifestacije, lokacije, objekta) po "klasičnoj" metodologiji koncipiranja i rješavanja dizajn zadataka pretpostavlja konceptualno i metodološki standardiziran pristup. S jedne strane traže se i iznalaze tzv. *osnovni elementi vizualnog identiteta*, a drugu stranu određuje i pobuđuje njihova primjena. Pri tome se stvaraju različiti odnosi koji su većinom hijerarhijske naravi. Hijerarhijski su kriteriji: vremenski prioritet u izradi i puštanju u primjenu, reprezentacijska atribucija ("viševažni" i "manjevažni" nosioci vizualnog identiteta), rangiranje u standardiziranoj primjeni na cjelokupan repertoar - sve nosioce određenoga vizualnog identiteta. Osnovni elementi, međutim, nisu osnovni *strukturalni elementi* (poput osnovnih boja npr.) koji tek u raznovrsnim i mnogobrojnim međusobnim odnosima grade više strukturalne razine vizualnog identiteta, već oni stoje na samom identifikacijskom vrhu hijerarhijske piramide. Njih često u prikazima pojedinih vizualnih identiteta uzimaju za dovoljne da reprezentiraju cjelokupan dotični vizualni identitet. Odatle paradoks

da se i u skučenim, nepromišljenim i slučajnim primjenama može činiti ili tvrditi da postoji zadovoljavajući vizualni identitet.

U neupućenim predodžbama o primjeni osnovnih elemenata primjena se svodi na to da se (gotovo poput poštanskih maraka ili žigova) osnovni elementi (znak, logotip) apliciraju na razne uporabne predmete. Čak i ako pritom nisu među tim elementima uspostavljeni zadani ili dopustivi kompozicijski odnosi, funkcija je vizualne identifikacije postignuta: zna se kome pojedini predmet (likovni papir, čaša ili vozilo itd.) pripadaju. U tom slučaju i nije aktiviran neki mogući hijerarhijski sustav vizualnog identiteta, budući da se sve zbiva na jednoj razini.

Objekt primjene vizualnog identiteta ima svoju relativnu *autonomnost*, te se osnovni element ukupnoga vizualnog identiteta podvrgava logici hijerarhije dotičnog predmeta. To znači da u oblikovnom rješavanju neće biti dominantni aplicirani osnovni elementi već -



ZNAK S TRAMVAJA ZET-a



PODNOŽJE RASVJETNOG STUPA

struktura samog objekta (dokument na primjer). Hijerarhija dokumenta (npr. listovni papir) odredit će poziciju osnovnog elementa (znaka, logotipa) u cjelokupnom dizajn rješenju dokumenta. Tu se otvaraju profesionalno poznate dileme: da li, te ako, koliko treba predvidive primjene vizualnog identiteta ujednačeno standardizirati, a koliko, nasuprot tome, uvažavati razlike pojedinih predmeta? U pojedinim će slučajevima nadvladati vrh piramide cjelokupnog identiteta s neprikosnovenim osnovnim elementima, a drugdje će se ti osnovni elementi diskretno javiti gotovo samo kao upozorenja dobrom opažaču da je dokument uopće eksplicite i obuhvaćen vizualnim identitetom.

Za razliku od ranijih pristupa u shvaćanju i provođenju vizualnog identiteta, koje je karakterizirala hijerarhijska izričitost i isključivost, današnje - neka bude dopušteno reći - postmoderno opredjeljenje uzima u obzir mogućnosti:

- ravnopravnost nekoliko skupina različitih osnovnih elemenata koji su na dispoziciji i koji se primjenjuju ovisno o namjenskoj prilici, pri čemu jedna od skupina preuzima funkciju diskretne konstante;
- interpretativnu fleksibilnost primarne ili i ostalih skupina osnovnih elemenata vizualnog identiteta (gdje sami elementi mogu biti asocijativno i vizualno višeznačni pa i ambivalentni). U pojedinim slučajevima primjene može se naglašeno iskoristiti samo jedan element iz skupine osnovnih elemenata (npr. boja ili logotip ili dio znaka), a ne obavezno čitava skupina osnovnih elemenata u kompozicijskom standardu;

- osnovni elementi podložni su vizualno-topološkim transpozicijama primjerenim kompjuterskim 2D i 3D tehnologijama.

Organizaciona hijerarhija nositelja vizualnog identiteta

Međuodnose elemenata u odnosu na slučajeve primjene određuje i sistem nositelja vizualnog identiteta (firme, manifestacije, institucije, privatne osobe) koji je najčešće također hijerarhijski uspostavljen. Ne žele se uvijek stvarni hijerarhijski odnosi u organizaciji povezati s vizualnim identitetom i tako ih učiniti vidljivima, no u najvećem broju slučajeva (naročito onih od prije dvadesetak godina) upravo su hijerarhijski odnosi i vizualno određeni ("ilustrirani"). Na primjer: podjela i potpodjela organizacije po sektorima, po vrstama proizvoda u proizvodnom asortimanu, po rukovodnim i izvršnim funkcijama. Uostalom, još postoje i stereotipne predodžbe o onome što se smatra za identitet najvažnijim: istaknuti velikim i masnim slovima, a ono manje važno manjim svjetlijim i manjim slovima.

Hijerarhija će dopustiti i nedosljednosti po razlikama organizacijom hijerarhijski najvažnijih pozicija u danom kontekstu. Primjere takvih stanja možemo najbolje vidjeti u posebnom dizajnu posjetnica, ili natpisima rukovoditelja. Nasuprot tome, određenu slobodnu interpretacije vizualnog identiteta personalizacijom moći će sebi dopustiti i oni koji su na samoj margini, koje "nitko i ne gleda".



BARIJERNI STUPIĆ U STRELJAČKOJ ULICI



STUP LANČANE OGRADE NA MANDUŠEVCU

Hijerarhijski odnosi u prostorno - mjesnim situacijama

Hijerarhijska proturječja u vizualnom identitetu javljaju se i u javnoj sferi kad je riječ o predočivanju javnih, državnih, gradskih i lokalnih adresa. Logika državne hijerarhije na najviše mjesto stavlja najviša tijela društveno-političke strukture (parlament, vlada, ministarstva, gradske i općinske skupštine, izvršna i upravna tijela), a na najniže lokalnu zajednicu (kod nas je to npr. mjesna zajednica). S druge pak strane svako od tih mjesta/razina teži da se izdvoji te razvija vlastiti identitet i hijerarhijski sistem, pogotovo ako za to ima još i tradicijskih razloga; autonomnost gradova starija je u Europi povijesno od državno-nacionalne. Stoga se javlja pitanje: što bi u vizualnim eksplikacijama identiteta bilo najvažnije: predočiti grad kao razinu hijerarhijski nižu od državnog tijela, ili ravnopravno, na istoj razini u nekom specifičnom suodnosu.

Kako predočiti razinu ministarstva ili grada prema parlamentu ili vladi u jedinstvenom vizualnom identitetu? Ili se pak grad vizualno izdvaja iz državnog identiteta, predočavanjem vlastitog identiteta temeljenog na (tradicionalnoj ili stvorenoj) autonomnoj heraldici? Može li se postići oblikovno povezivanje pa i sjedinjavanje obaju određenja? Zadatak nije nimalo lak. Najteže je postaviti zadatak koji bi morao prevladati jednostavnosti pa i jednostranosti političkih odluka tipa: ili/ili.

Odluke su još složenije kada se postavi pitanje: smije li se raspolagati *varijacijama oslužbenjenog osnovnog elementa* (neka to bude npr. tradicionalni grb grada) za one vizualne identitete koji su samo pridruženi gradu ali nisu direktno u njegovoj skupštinskoj upravno-hijerarhijskoj strukturi (kao što su najčešće komunalne organizacije i organizacije javnog prometa). Smiju li, napokon, takve organizacije, iako pripadaju gradu, imati svoj sasvim neovisan vizualni identitet? Primjeri nas podsjećaju da u praksi zatječemo oba slučaja, tj. da već po tramvaju ili vozilu za čišćenje znamo u kojem smo gradu (jer ćemo isti grb naći i na fasadi gradske vijećnice), ili pak vizualni identitet takve organizacije uopće nema nikakve izravne veze sa službenom identifikacijom uprave grada, te se samo po njegovoj oblikovnoj kvaliteti može eventualno zaključiti je li vizualni identitet nastao u sredini gdje su spoznaja o dizajnu i vještina rješavanja zadatka već visoko razvijene - ili je obratno.

Za Zagreb je u tom smislu karakterističan primjer prijevozne organizacije: Zagrebački transporti i ZET (Zagrebački električni tramvaj). Daljnji reklektanti na upotrebu standardiziranih i variranih osnovnih elemenata (boja, logotip, a najčešće grb) vizualnog identiteta grada



GRADSKA VJEĆNICA, AV. VUKOVAR 45



VODNIKOVA ULICA



VODNIKOVA ULICA



ILICA 25



ILICA 25

brojni su: od raznih poduzeća do ugostiteljskih i drugih lokala. Autonomnost grada kao urbane tvorevine čiji se identitet može i neposredno prostorno doživjeti dopušta da se istodobno ostvaruju i djeluju *paralelni tokovi identiteta*:

- strogo službeni koji počiva na standardiziranim (većinom tradicionalnim) obilježjima te se primjenjuje obavezno za gradska predstavnička i upravna tijela, a vjerojatno i za gradske, komunalne i druge javne službe i ustanove;

- varijantni, ali gradu asocijativno pripadni identiteti za razne komercijalne i poslovne aktivnosti i manifestacije. Pojedini vizualni identiteti (npr. za turističke djelatnosti) mogu imati također već neku svoju tradiciju stečenu dugotrajnošću primjene, te bez obzira na vizualnu kvalitetu rješenja bivaju konkurentna službenom identitetu, ili komplementarna;

- obljetnice i drugi svečani i praznički trenuci grada upućuju na prigodan vizualni identitet, koji se priprema samo za vrijeme proslave i za njezine protokolarnе i komercijalne potrebe. Takav identitet može također postati "konkurentan" službenom, ako se njegova funkcija pažljivo ne distingvira.

Ovdje se mogu na primjeru Zagreba dati samo neke naznake o tome kako se traže rješenja u zatečenosti proturječja: mjesne zajednice, makar je to bilo najjednostavnije, barem za neke, nisu nikad imale svoj vizualni identitet, već su bile anonimno iznivelirane uz dozvolu upotrebe nekih stereotipa državne identifikacije (zlatna ili srebrna slova na crnoj pozadini). Danas je u Republici Hrvatskoj takav status još i zadržan, s tom razlikom što se kao gradsko označje pojavljuje plava boja (negdje i grb grada). Na natpisnim pločama označuje se pripadnost gradu, ne više (bivšem) općinskom području grada.

Istom se bojom (plavom) predočuju gradski izvršni organi (područni centri, inspeksijske službe npr.), ali oni ne nose uvijek vizualno obilježje (grb) grada. Tako npr.: Republika Hrvatska, Grad Zagreb, Ured gradske uprave Centar - *bez grba*; Republika Hrvatska, Grad Zagreb, Gradski sekretarijat za upravu i pravosuđe - *s grbom Zagreba*; Republika Hrvatska, Grad Zagreb, Gradski suci za prekršaje - *s državnim grbom*.

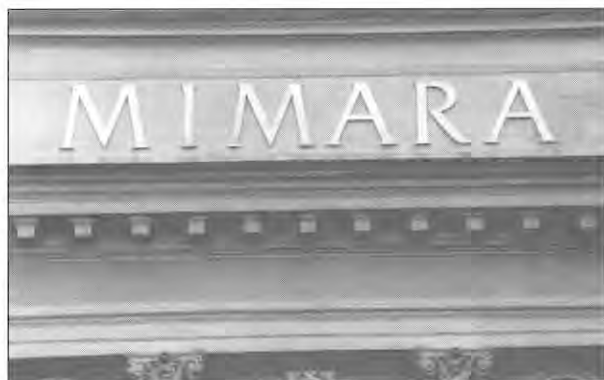
Za sada je vizualni dojam da bez svoga diferenciranog vizualnog identiteta lokalna (mjesna) zajednica nesumnjivo pripada gradu (bez naglašenog pripajanja njegovu dijelu (nekadašnjoj općini), da je sasvim ambivalentan položaj zasebnih urbanih aglomeracija (naročito grada Samobora), a za grad se posebno naglašava pripadnost državi. Ali, njegov vlastiti gradski vizualni identitet -

donekle je izgubljen (kao i u nekoordiniranoj postavi i provedbi službene varijante, prigodnih potreba i drugih varijanti). U označavanju gradskih upravnih tijela nema dosljednosti (jednom državni, drugi put gradski grb), a zadržava se u natpisnoj hijerarhiji i razina koje u gradu više nema - općina (tako npr. ploča: Republika Hrvatska, Općinski sud Zagreb).

U takvim problemima za dizajn hijerarhija se može očitovati i izravno - kao djelotvornost vlasti. Tada će se s određenog visokoga hijerarhijskog mjesta vlasti vjerojatno jednostavno zatražiti da nešto bude "tako i tako" riješeno bez obzira na izazove tegobne analize i alternativnih rješenja. Zadat će se obveza da vozila neke gradske komunalne službe moraju ili pak ne smiju nositi eksplicitna obilježja grada, da moraju ili pak ne smiju imati određenu boju. U takvim će se slučajevima efikasno rješavati i druge moguće dileme u rješavanju dizajn zadataka, jer će se naprosto odrediti gdje sve znak mora biti, koja mu je najmanja ili najveća veličina i drugi vizualni atributi.



VODNIKOVA ULICA



DETALJ VIJENCA ZGRADE MUZEJA "MIMARA"
ROOSEVELTOV TRG

Spontani elementi izvan hijerarhije određenja

Vizualni se identitet u prostoru grada iskazuje i spontano. On nije izvan iskustava društvene zbilje jer je njima potaknut, no ipak je izvan programiranih zadataka dizajna. Spontane identifikacije izražene su pretežno kao *grafiti*. U širem smislu može se reći da je cjelokupna produkcija grafita na javnim prostorima legitimna za identitet nekoga grada. Ovdje se misli samo na onu grupu koja se predstavlja nazivom grada ili gradskog predjela i ocjenom važnosti toga dijela (VOLIM ZAGREB, OVDJE VLADA TRNJE, KOZARI BOK IMPERIJA, REMETINEC GETTO, VRAPČE CITY, itd.) Usvajanjem nekih svjetskih teritorijalnih metafora, u Zagrebu gostuju BRONX, CHELSEA, itd.

Uočavanje i raspoznavanje značajki vizualnog identiteta grada, naročito hijerarhijskih sistema koji sasvim otvoreno ili skriveno na njima i u njima djeluju sa svojim proturječnostima i dilemama - nužno je radi smislenosti i uspješnosti vizualnog identiteta grada. Još i više: radi urbanih pronicanja i promicanja.

Snimio: Krešimir Tadić



GRADSKA PLINARA
POSLOVNA ZGRADA NA RADNIČKOJ CESTI

