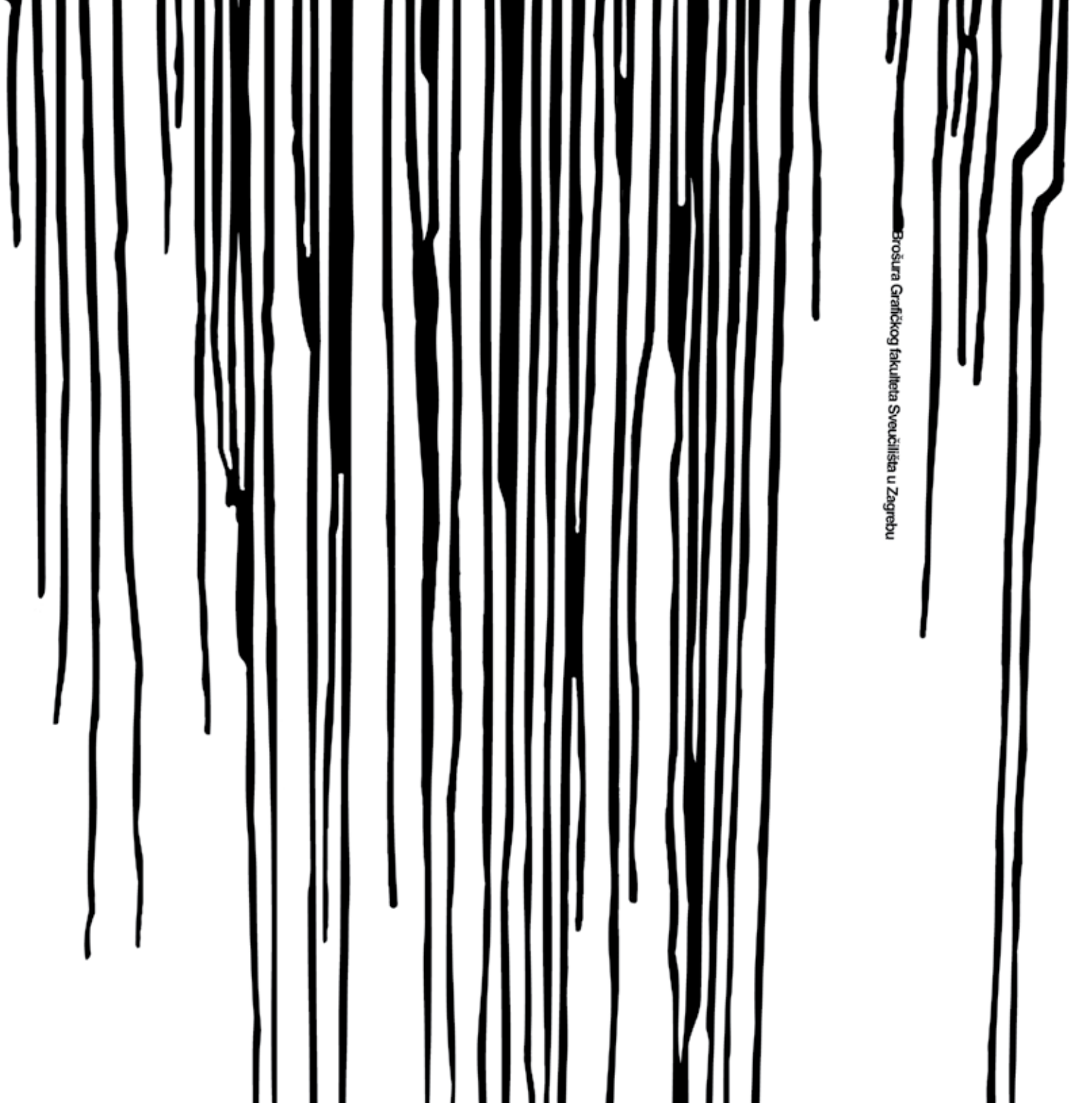


Brošura Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu



SADRŽAJ

Uvod 04

Nastanak i razvoj Fakulteta 06

Zašto upisati Grafički? 08

O GRF-u

Plakat 10

Ambalaža 22

Brošure i časopisi 30

Fotografija 34

Ilustracija 40

Web dizajn 48

Animacija 52

STUDENTSKI
RADOVİ

INTERVJU

14 TRIDVAJEDAN tržišne komunikacije
Jelena Gozdanović, Natalija Najjar, Nikola Futač

26 Antonio Zadro

42 Krunoslav Franetić

50 Alen Gizdavčić

54 IMAGO
Srečka Gmaz, Darko Bosnar

25 Ajmo, Šime!
Pokušaj nabrojati sve grafičke proizvode

32 Kviz
Jesam li na dobrom putu da postanem tehnolog?

33 Grafički Hollywood
Grafička tehnologija kroz filmsku vrpcu

38 Kviz
Ima li nade da postanem grafički dizajner?

39 Ekologija
Održivi razvoj definira naše doba

62 Križaljka

KVIZ &
RAZNO



Uvod

Znanost vezana uz grafičko inženjerstvo i grafičku struku proučava tehničko-tehnološke i kreativne postupke vezane uz nastanak, oblikovanje, transformaciju, pohranu i ulogu grafičkih medija te prijenos slikovnih i tekstualnih informacija kroz te medije u suvremenom sustavu vizualne komunikacije. Razvoj grafičke industrije i znanosti vezane uz grafičku industriju posljednjih desetljeća, posebice novih multimedijских tehnologija, dovodi do povećanog interesa za grafičku struku. Razvoj i povezivanje informacijskih, komunikacijskih i multimedijских tehnologija iz temelja mijenja način, ne samo poslovanja u grafičkoj struci, nego i cjelokupnog poslovanja uopće.

Opći tehnološki i društveni razvoj u velikoj se mjeri odrazio na novu ulogu grafičkog inženjerstva i dizajna. Tehnologija donosi nove materijale, postupke i procese nastanka i oblikovanja grafičkih medija te se oni nastavljaju razvijati i prilagođavati novim trendovima, posebice trendovima u zaštiti okoliša.

*Ako na zid
bacimo spužvu
natopljenu bojom,
nastala će mrlja
mobilizirati predodžbe
koje nosimo u sebi*

Leonardo da Vinci



GR

Nastanak i razvoj Grafičkog fakulteta

Prema nekim podacima, školovanje grafičkih kadrova u Hrvatskoj počelo je prije ravno 100 godina.

Do tog vremena, ljudi su se školovali u drugim europskim zemljama i kao gotovi majstori dolazili raditi u tiskarama na našim prostorima. Bez obzira na razvoj grafičke tehnologije, dugi niz godina za grafičku struku školovali su se samo kvalificirani i visokokvalificirani radnici. Tek 1951. godine osnovan je Grafički tehnikum na kojem se počinju školovati grafički tehničari. Ubrzo zatim, pokreće se akcija za osnivanje Visoke grafičke škole, te se za lokaciju buduće škole odabire Zagreb.

1959. godine donosi se Zakon o osnivanju Više grafičke škole u Zagrebu. Uskoro se pokazala potreba za fakultetskim obrazovanim grafičkim kadrovima, ali je ozbiljnija akcija za osnivanje Grafičkog fakulteta započela tek 1973. godine. 1979. godine Viša grafička škola u Zagrebu kao punopravni član ulazi u sastav Sveučilišta u Zagrebu.

1982. godine osnovan je Zajednički studij grafičke tehnologije za obrazovanje diplomiranih inženjera grafičke tehnologije, najprije uz rad, a 1986. godine i kao redovan studij.

Skupština grada Zagreba 1990. godine prihvaća Statut Grafičkog fakulteta i ga upisuje u registar Privrednog suda u Zagrebu kao Grafički fakultet s osnovnom djelatnosti u obrazovanju grafičkih inženjera i diplomiranih grafičkih inženjera.

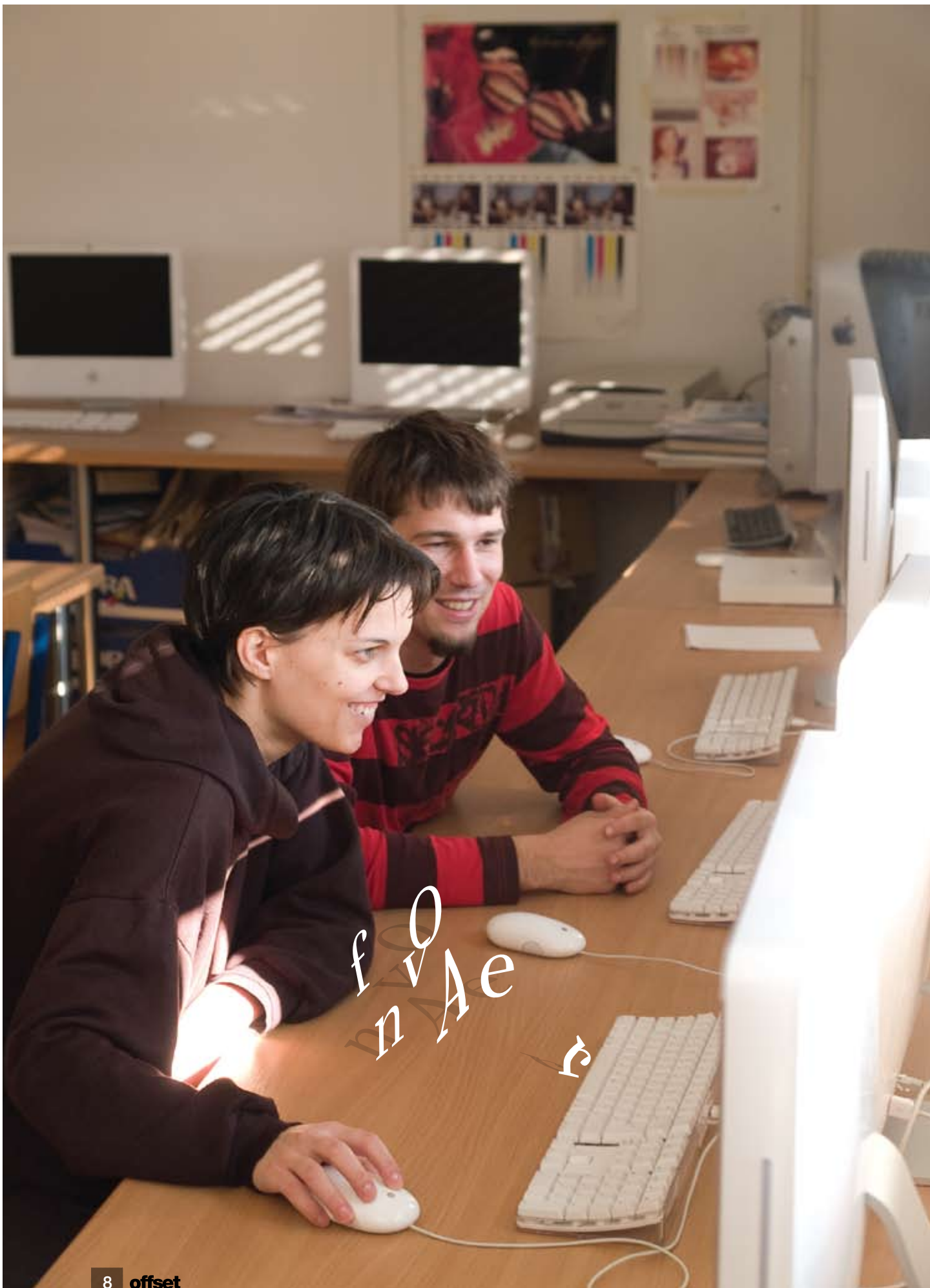
Na taj način završene su akcije uz pomoć Sabora, Sveučilišta, Republičkog komiteta za znanost i grafičke privrede oko osnivanja Grafičkog fakulteta kao jedinog za visoko obrazovanje u grafičkoj djelatnosti, ne samo u Hrvatskoj nego i u cijeloj jugoistočnoj Europi. Ove godine Fakultet obilježava pedesetu godišnjicu svoga djelovanja.

Poslijediplomski znanstveni studij Grafičkog fakulteta sveučilišta u Zagrebu započinje sa radom 2000 g.

Do 2007. godine na Grafičkom fakultetu diplomiralo je 2129 grafičkih inženjera, 276 diplomiranih inženjera grafičke tehnologije, 14 magistra znanosti grafičke tehnologije i 19 doktora znanosti grafičke tehnologije.

n

i • Y V š ž



Zašto upisati Grafički fakultet ?

Komunikacija grafičkim proizvodima nekad je bila privilegija bogatih i odabranih. Razvoj tehnologije je omogućio da se danas većina ljudi služi osnovnim računalnim grafičkim alatima, ali je isto tako doveo do potrebe stvaranja stručnog kadra sa specifičnim i bogatijim saznanjima o grafičkoj tehnologiji. Svi smo mi pomalo grafičari-amateri, ali samo školovani grafički tehnolozi i dizajneri mogu uspješno oblikovati grafičke proizvode koje svakodnevno koristimo. Grafička industrija je u ekspanziji – povećava se proizvodnja papira, ambalaže, ali isto tako razvijaju se nova područja, poput holografije i 3D-tiska, koji će obilježiti ne tako daleku budućnost. Razvoj korisničkih sučelja, interneta i multimedijских tehnologija zahtijeva od grafičke struke novu vrstu znanja i cjeloživotno usavršavanje u struci.

Grafička industrija, iako o tome ne razmišljamo, oblikuje vizualni svijet u kojem živimo. Produkti grafičke tehnologije su svuda oko nas. Knjige, novine, čestitke, računi, papirnati novac kojim ih plaćate...sve su to proizvodi kojima grafička tehnologija i dizajn daju prepoznatljivost. Grafička industrija u oblikovanju proizvoda ima dva zadatka: oblikovati *funkcionalan* proizvod koji će istovremeno kupcima biti *privlačan* – stvoriti

*„šareni artikal, karton i plastika, lip ka slika;
Povoljna prilika, na šarenoj stalaži u šarenoj ambalaži, jer tako ti je draži ...“*

Šarenilo ambalaže koje nas okružuje nije tako isprazno, kako se možda čini u pjesmi TBF-a, ono nam pomaže da se snađemo u masi proizvoda i brže donesemo odluku o kupnji. Naravno, ponekad je ambalaža toliko primamljiva, da ćemo nešto kupiti samo na osnovu uočljivog pakiranja ili izgleda.

Uzmimo na primjer, papirnate ručnike. Svaki od ponuđenih ručnika u dućanu ispunjava svoju osnovnu funkciju – da upija tekućinu. Ali, mi ih biramo po još nekim kriterijima. Vjerovatno ćete primjetiti da će sada u preduskršnje vrijeme papirnati ručnici na sebi imati uzorke jaja, zečeva, pilića...i sada više nije bitna samo funkcionalnost – dopadljivost otisnutog uzorka postaje temelj izbora. Ili, wc papir – on ispunjava svoju funkciju i bez otisnute sudoku križaljke na njemu, ali - kupci su spremni platiti 60 kn za samo jednu rolu wc papira koji se po nečemu razlikuje od drugih. Na taj način se stvara dodana vrijednost grafičkom proizvodu. Da se napravi takav proizvod, nije dovoljan dizajner sa dobrom i originalnom idejom – da bi se ona provela u djelo, potreban je grafički tehnolog – netko tko poznaje materijale, boje i tehnološki proces, netko tko će odrediti da li je uopće moguće u stvarnosti izvesti neko idejno rješenje. Od ideje do realizacije nekog grafičkog proizvoda sudjeluju grafički tehnolog i dizajner, stoga su oboje podjednako važni u oblikovanju proizvoda. Svaki je grafički proizvod spoj kreativnosti, koja mu daje duh; i tehnike, koja mu daje opipljivi oblik.

Tiskarski stroj ne funkcioniра poput printera kojeg imate kod kuće, nije dovoljno samo stisnuti print/ispis. Grafički tehnolog mora razumjeti i kemiju, nešto matematike i fizike (da bi poznavao strojeve sa kojima radi), materijale poput papira, celofana, raznih folija, ljepila...Isto tako dizajneru samo kreativnost nije dovoljna – on mora poznavati teoriju dizajna, osnove grafičke tehnologije, način ljudske percepcije...Ako u ovom opisu prepoznajete svoje interese – izbor je jednostavan!



Plakat

Plakat vam kaže,
on ne laže
obavijest vam neku prikaže.
Crno-bijeli il u boji,
Najčešće na zidu stoji.
U promotivne svrhe služi,
Bitno da ga svatko skuži.

Neven Udovičić, Rozmeri Erman
1. godina



Mario Depicolzuane
4. godina

Bok! Vjerujem da znaš za mene. Imam 18 godina i kao i ti išao sam u školu. Završavao sam srednju Grafičku. Volio sam muziku i svirao u bendu. Imao sam svoje snove i nade. Htio sam biti novinar i rock kritičar. Živio sam punim plućima i baš poput tebe vjerovao da je vrijeme na mojoj strani. No budućnost mi je nasilno oduzeta. U spomen na mene i sve ostale cure i dečke žrtve nasilja, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa ustanovilo je jednu nagradu. Želja im je da nagrada bude znak prepoznavanja onih koji se bore za vrijednosti mira, tolerancije, nenasilja i svega onoga za što se zalažemo kad mislimo o budućnosti našeg društva.

Nagrada će se zvati mojim imenom. Dodjeljivat će se godišnje za promicanje tolerancije i škole bez nasilja, za postignuća učenika u promicanju humanog i nenasilnog ponašanja te pozitivnog odnosa među učenicima i odraslim osobama. Nagrada se sastoji od skulpture, posebnog priznanja u obliku povelje i jednogodišnje stipendije. Pozivaju se sve osnovne i srednje škole da daju prijedloge za kandidate za nagradu.

Ali meni je najvažnije što ti misliš o svemu tome. Razmišljaj o takvim stvarima, razgovaraj, piši... Znaš, ja mislim da je svacije pravo disati, ali isto tako mislim da sam, nažalost, jedan od rijetkih. Što ti misliš?

Luka Ritz

Nagrada Luka Ritz
Ministarstvo znanosti,
obrazovanja i športa

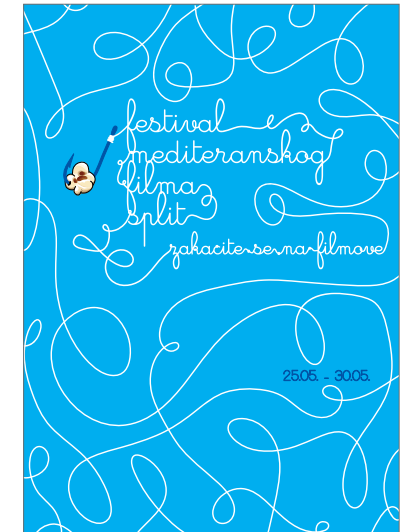


Velimir Pavić
3. godina



Ivan Dilberović
Tanja Prienda
apsolventi

Foto: Tomislav Može



Boris Radulović
3. godina



Josip Bota
4. godina





TRIDVAJEDAN

Jelena, Natalija i Nikola su bivši studenti Grafičkog fakulteta koji danas rade u uspješnoj agenciji TRIDVAJEDAN. Ovaj trojac upoznati će nas sa svijetom dizajna koji je njihova poslovna svakodnevnica.

Agencija TRIDVAJEDAN osnovana je 2000. godine. Managing partneri i osnivači agencije su Izvorka Jurić, dipl.diz., Nelija Rudlofi, prof. psih. i Roberto Srpak, dipl. oec. Danas broji 12 stalno zaposlenih među kojima su i Jelena, Natalija i Nikola. Agencija TRIDVAJEDAN do danas je osvojila mnogobrojne domaće i međunarodne nagrade i priznanja: Creativity Award, ZGRAF, Red Dot, Eurobest, Worldstar, nominaciju za President's Award, ED Award, BEDA, CroPak, HOW Award, Graphis "G" Gold Award, A+C=D, D&AD, Cresta International, Festo, Magdalena.

Brojne nagrade najbolji su dokaz njihove filozofije: *Kreativnost koja donosi rezultate*. Njihovi radovi objavljeni su u: I.D., DesignWeek, Print, HOW, Novum, Branded, KAK, Colour Management for Logos, Graphis, 100% European Graphic Design Portfolio, Creativity Awards Annual, ADI Graphic Design Annual, Israel Design Magazine, Design and Design, The Cool Hunter, The Dieline, The Lovely Package i u mnogim domaćim magazinima i časopisima.

TRIDVAJEDAN najčešće radi za tvrtke koje ne raspolažu sa velikim budžetima za oglašavanje, što za ove mlade kreativce predstavlja profesionalni izazov. Oni sa malo novaca, stvaraju velike rezultate.

Pitate se kako? Čitajte dalje!

GRF: Opišite kratko tijek svoje karijere?

Jelena: Počela sam stjecati praksu u agenciji TRIDVAJEDAN za vrijeme svoje apolventske godine. Iste godine kad sam diplomirala zaposlila sam se u TRIDVAJEDAN za stalno, kao dizajner. Uskoro se prepoznao moj afinitet za pisanje, pa sam godinu dana kasnije počela raditi i kao copywriter. Posljednje dvije godine radim na poziciji kreativnog direktora.



Natalija: Još u vrijeme studija počinjem s praksom. Na drugoj godini kratko radim u Jutranjem listu, a nakon toga u jednom manjem dizajn studiju. Slijedi period rada sa današnjim suprugom koji u to vrijeme ima studio više orijentiran na web. Godine 2005. javljam se na oglas za mjesto junior dizajnera u TRIDVAJEDAN. Nisu me zvali u prvom krugu (smijeh), no eto...tu sam sad već 4-tu godinu.

Nikola: Ja sam tehnološki smjer, počeo sam se za dizajn interesirati na 3. godini faksa i tako, zaposlio sam se u jednom grafičkom studiju za pripremu, radio sam tamo godinu dana, nakon toga freelancer do 5 mj. prošle godine kad sam se zaposlio u TRIDVAJEDAN agenciji.

GRF: Kako ste se uopće odlučili studirati na Grafičkom fakultetu?

Natalija: Ja sam zapravo propali slučaj što se tiče arhitekture - to mi je bila prva ideja i kako nisam upala, završila sam na geodeziji, a tamo sam, preko prijatelja koji su se već bavili dizajnom čula za Grafički fakultet. Nekako sam se počela sve više razvijati u tom smjeru i tako sam onda došla na dizajn na Grafičkom fakultetu. U principu nema tu baš neke posebne priče, osim što mi je fakultet bio u kvartu (smijeh).

Nikola: Završio sam srednju grafičku pa mi je onda nekako logično bilo da upišem Grafički faks. (smijeh)

Moraš znati je li sve to izvedivo. Čak i tehnologija ili neke nove stvari ti daju ideje u dizajnu. Ako se pojavi neka nova mogućnost u tisku, onda ti ta mogućnost može biti iskrica za neki dizajn.

Jelena: Išla sam u srednju primjenjenu, gdje sam se nakon prve godine odlučila za smjer grafike i dizajna. Nakon toga, nastavila sam obrazovanje na Grafičkom fakultetu. Dok sam studirala, na zadnjoj sam godini počela raditi.

GRF: Kakva su vam bila očekivanja?

Natalija: Očekivanja? Ne prevelika u početku, no s vremenom apetiti za znanjem rastu. Sve nedostatke je uspješno prikrila dobra ekipa. Danas se u svom poslu dosta bavim područjem produkcije (tisak, materijali...). Znanje stečeno na fakultetu mi je na tom području uvelike pomoglo.

Nikola: Nakon srednje škole sam bio zbunjen. Nisam bio siguran ni zašto sam upisao srednju grafičku, ali grafički faks je bio logično rješenje nakon srednje. Tek sam se možda na drugoj, trećoj godini pronašao u dizajnu. Bilo je super. Ekipa i to.

GRF: Koji je vaš trenutni posao u agenciji TRIDVAJEDAN?

Jelena: Radim na poziciji kreativnog direktora, ali i kao copywriter. Kao kreativni direktor vodim računa da kreativni tim u procesu osmišljavanja i realizacije nekog projekta ostane na pravom putu. Naime, od kreativaca se očekuje da razmišljaju izvan granica, no u dizajnu se ipak uvijek treba i zadržati smjernice postavljenog zadatka.

Natalija: Radim kao dizajner, a od nedavno sam i voditelj produkcije. Jako me zanima tisak, posebne tehnike, materijali, pa mi je drago da mogu biti maksimalno uključena upravo u taj dio posla.

Nikola: Moj opis posla je sličan Natalijinom. Voditelji projekata dostavljaju kreativnim direktorima projekte na kojima se radi, zatim nas oni raspoređuju i onda kreće naš posao.

GRF: Jesu li vam tehnološki predmeti sa fakulteta pomogli u poslu?

Natalija: Pa jesu. Jesu sigurno. Mislim da zapravo ta dva smjera trebaju biti povezana i da dizajner treba znati i ovaj tehnološki dio. Na

taj način se puno lakše dolazi do rješenja u konačnici, do produkta koji si zamislio.

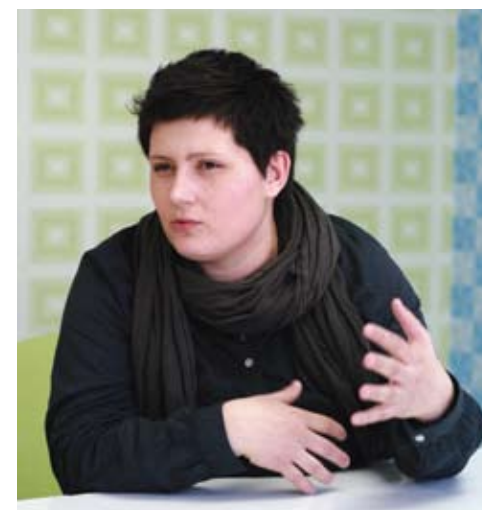
Nikola: S ove tehnološke strane nam je pomoglo, jer kužim taj proces tiska i sve vezano uz samu izradu nekih tiskanih materijala. Kužim kad me neka tiskara želi smuljati, haha. Mi smo na faksu dobivali dosta informacija vezano baš uz struku - počevši od pripreme pa do dorade. Normalno da nećeš sad početi raditi nešto u dizajnu što automatski znaš da je, recimo, nemoguće izvesti ili da je možda moguće, ali da će troškovi biti ogromni. Tako da mislim da su mi pomogli.

Jelena: Svakako. Uvijek treba u vidu imati ograničenja produkcije. Treba znati da je sve što je osmišljeno i izvedivo. Čak i tehnologija dizajnu. Ako se pojavi neka nova mogućnost u tisku, onda ti ta mogućnost može biti iskrica za neki dizajn.

GRF: Budući da se u tisku, uz papir, sve više koriste novi materijali, smatrate li da ljudi sa Grafičkog fakulteta imaju prednost jer su relativno upoznati sa svim mogućnostima koje novi mediji pružaju? Ne mislimo samo na Internet, već na nove tehnologije u tisku.

Jelena: Da, mislim da je to prednost koju bi trebali iskoristiti. Svaka dopuna edukaciji je prednost. Grafički





fakultet je, što se tiče tehnologije, u prednosti. Sa tehničkim dijelom posla puno je lakše uloviti korak u praksi nego što je to moguće s dizajnerskim dijelom. Za učenje dizajna potreban je mentor od kojeg se može naučiti teorija dizajna i ta se teorija mora dobro savladati prije nego li se krene raditi.

GRF: *Tri asocijacije na studentske dane.*

Jelena: Dobro društvo, puno čekanja i Željka iz referade.

Natalija: (smijeh) Ah sad. Moram razmisliti. Dubokoumni razgovori u kantini, nervoza pred ispit i definitivno čekanje ispita.

Nikola: Dvije glavne asocijacije su negativna i pozitivna. Negativna asocijacija bi bila nervoza prije ispita, a pozitivna osjećaj sreće i zadovoljstva nakon ispita, koji su proporcionalni nervozi od prije. Naravno, to vrijedi pod uvjetom da prođeš ispit.

GRF: *Može li se može studirati i usput raditi neki posao kao freelancer?*

Nikola: Puno je lakše raditi kao freelancer i studirati, nego biti zaposlen puno radno vrijeme. Kao freelancer sam si određuješ rokove. Na primjer, ako imaš ispite, nećeš uzeti posao.

GRF: *Opišite vaš radni dan.*

Natalija: Od pola 9 do pola 5 služ-

Znaš što radiš, koji su ti rokovi, nema puno zabuna jer se radi timski što definitivno olakšava posao. Više glava je pametnije od jedne.

beno. U principu uvijek se zna tko što radi, imamo super organiziran posao. Znaš što radiš i koji su ti rokovi. Dosta se radi timski što definitivno olakšava posao. Više glava je pametnije od jedne.

GRF: *Što vas najviše veseli u poslu?*

Jelena: Mogućnost da svaki dan naučim nešto novo. Kako radimo za klijente iz različitih struka i pri svakom novom projektu se imamo priliku upoznati s različitim aspektima proizvoda ili usluga našeg klijenta, tržišta na kojem se kreću, ljudi koji kupuju njihove proizvode ili usluge i sl.

Natalija: U poslu? Paaaa, prije svega to je posao koji volim raditi, zanimljiv mi je, pogotovo zato što je svaki dan nešto novo. Super mi je i ekipa na poslu, i taj timski rad, družimo se i mimo posla, ta atmosfera je super i to je ono što je meni najbitnije, a mislim da to i najbitnije kako bi mogao biti kreativan i dobro raditi svoj posao.

Nikola: Sloboda, kreativnost koju imaš i to što nisi ograničen da radiš uvijek jedno te isto.

GRF: *Koji su najneugodniji doživljaji koji se u tvom poslu mogu dogoditi?*

Nikola: Kad ti klijent ne plati. Više puta (smijeh). Onda kad netko tko se ne kuži u to želi da ti nešto napraviš, a ti znaš da je to nemoguće i on to smatra tvojom greškom. To su recimo neke situacije, ali ništa strašno.

GRF: *Nosite li posao doma?*

Nikola: Razmišljanja nosim doma. Cijelo vrijeme moraš razmišljati o tome, jer nikad nisi siguran kada će ti sinuti ideja – hoće li to biti na poslu ili doma.

GRF: *Koliko se izmijenila tehnologija od kada ste vi počeli studirati?*

Nikola: To dosta brzo napreduje, ide naprijed, mijenja se konstantno. Na faksu je isto jako veliki pomak, pogotovo što se tiče računala i sličnih stvari. Dok smo mi studirali imali smo jedne vježbe na računalima i to je više manje bilo to. Danas je ipak to puno bolje.

GRF: *Kojim se alatom koristite u TRIDVAJEDAN?*

Nikola: Od klasičnih alata iz CS 3

kolekcije tipa Photoshop, do starijih programa tipa Freehand, ovisno o tome što od nas klijent zahtijeva.

GRF: *Možete li izdvojiti neki projekt na koji ste posebno ponosni?*

Jelena: Najdraži projekt mi je Brachia - ambalaža za maslinovo ulje u obliku masline. Čim smo dobili taj projekt u glavi smo imali sliku što bi se moglo napraviti. Nekad stvari nisu tako jasne, treba se više vremena provesti u analizi i istraživanju, no s ovim projektom sve je odmah "sjelo". Klijent nam je ukazao svoje povjerenje od samog početka, dao nam je zadatak i očekivao da ćemo zadatak profesionalno izvršiti. Proizvod je vrlo uspješan na tržištu, a prepoznala ga je i struka jer je višestruko nagrađivan i kod nas i u svijetu.

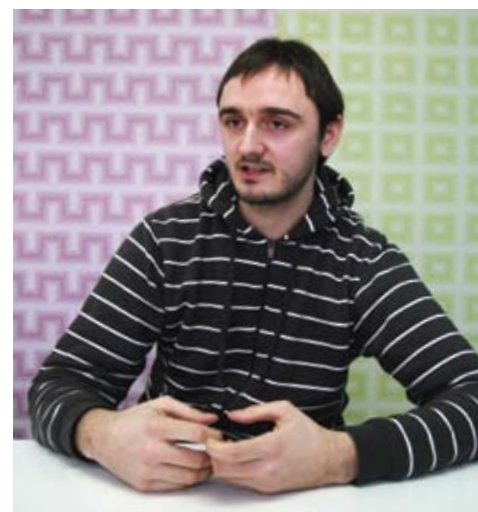
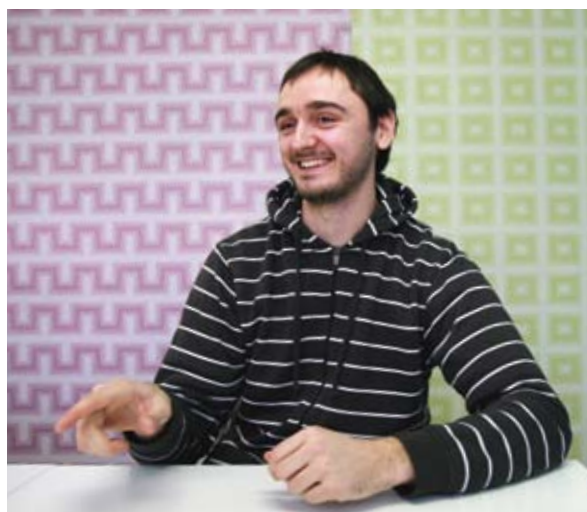
Natalija: Puno je zapravo projekata na kojima svatko od nas sudjeluje na ovaj ili onaj način. Od radova bih izdvojila COMBIS kalendar za 2007. godinu. Igra različitih papira, štanci...zabavno.

GRF: *Kakve predispozicije treba imati netko da postane dobar dizajner, tj. savjet za buduće dizajnere?*

Nikola: Svakako bi trebao imati određenu dozu kreativnosti. Treba biti otvoren za nove ideje i pristupe, na određen način razmišljati izvan granica pri rješavanju problema.

Natalija: Prije svega ljubav prema





tom poslu. To te treba zanimati. Svaki novi projekt je izazov, ponekad traži kompromise i na to treba biti spreman. Zapravo nema prostora da se uljuljaš, jer svaki dan učiš, a konkurencija je velika. Treba biti spreman na činjenicu da ćeš samo vlastitim ulaganjem doći do cilja. No kada nešto voliš pretpostavka je da ti to onda nije problem.

GRF: Savjet za buduće dizajnere?

Jelena: Da budu otvoreni, kreativni, komunikativni i spremni konstantno učiti nove stvari. I da budu svoji...

Natalija: Baš za mlade buduće dizajnere? Hm, imam savjet da se ne trebaju ničega bojati i da se ne straše kad čitaju oglase da ti treba 2 ili 3 godine iskustva. Mladi ljudi uvijek vrlo brzo mogu puno toga naučiti, znači, treba dati sve od sebe i u principu mislim da je to nekakav put do uspjeha.

Nikola: Pa imam, mislim, imam savjet...u stilu da se probaju više sami angažirati, tipa ono, da ne završe faks, a da nemaju niti jedan rad, jer će na taj način teško naći posao. Ako će od prve godine raditi i skupljati radove puno će im biti lakše naći posao.

GRF: Dobar dizajner mora biti...

Natalija: Kreativni, pomalo avanturist, ali istovremeno organiziran. To

Imam savjet...neka se probaju više sami angažirati... da ne završe faks, a da nemaju niti jedan rad... Ako će od prve godine raditi i skupljati radove puno će im biti lakše naći posao.

mi je malo bio problem prvo vrijeme ali...eto.

Nikola: Mislim da bi svaki dizajner trebao voditi računa na to da se konstantno razvija, odnosno da nikad ne prestane učiti.

Jelena: Prije svega kreativan, odmah iza toga realan i snalažljiv.

GRF: Koliko zapravo moraš biti dobar crtač da bi bio dobar dizajner?

Nikola: Mislim da ne trebaš biti dobar crtač da bi bio dobar dizajner. Mislim da je to svakako dobra osobina, ali da ti to ne treba biti ograničenje.

GRF: Dobro, kakvi su vaši planovi za budućnost?

Jelena: Oko osamostaljivanja nemam ambicije zato što čovjek da bi bio samostalni poduzetnik treba imati određene afinitete, sklonosti, sposobnosti koje... ja mislim da to nisu moje jače strane. Osim toga, volim raditi u timu. Volim imati kolege, suradnike i tako dalje. Zapravo, volim quality time. A planovi za

5 do 10 godina su mi naučiti što više mogu i tako proširivati znanje i opću kulturu, te probati u svom poslu dati sto više od sebe.

Natalija: Ostati u TRIDVAJEDAN do penzije, nadam se. Vrlo sam sentimentalna što se tiče TRIDVAJEDAN, to mi je prvi prava posao, super smo kao ekipa, već sam se navikla na taj neki način rada kakav mi imamo i nekako se ne vidim negdje drugdje. Mislim, svako ima neki svoj princip, meni se ovaj ovdje sviđa, pa dokle ide ide. Izazov je tu raditi.

Nikola: Ostati raditi u TRIDVAJEDAN (smijeh). Trenutno mi je super ovdje i ne razmišljam baš toliko u naprijed... Niti jedan posao koji sam radio prije se ne može mjeriti s ovim. Nigdje se nisam toliko dobro osjećao kao ovdje.

GRF: Kako vidite budućnost svoje struke u Hrvatskoj?

Natalija: Hm, hm...Posljednjih se godina o hrvatskom dizajnu dosta čuje. Primjer je i TRIDVAJEDAN koji je dobitnik brojnih nagrada i

priznanja na inozemnim festivalima i sl. Mislim da je budućnost svijetla. Imamo kreativne ljude koji dobro rade svoj posao.

Nikola: Mislim da je pred hrvatskim dizajnom svijetla budućnost. Sve se više širi glas o hrvatskom dizajnu izvan granica Hrvatske, a vjerujem da će i u budućnosti biti tako.

GRF: Kako dizajn utječe na društvo?

Natalija: Ljudi su u principu vizualni tipovi. Ljudi padaju na nešto što je dobro upakirano, nešto što lijepo izgleda. Ali naša struka može biti svakako korisna u društvu. Ima brdo kampanja koje su neprofitabilne i koje se rade za raznorazne udruge.

GRF: Mislite li da bi internet i nove tehnologije mogle zamijeniti novine?

Jelena: Mi se krećemo u takvim krugovima gdje se internet svakodnevno koristi, ali mislim da je tiskovina nezamjenjiva. Mislim da se nikad neće dogoditi da će sve biti na internetu, a da se knjige neće koristiti. Tiskovina ima svoje vrijednosti, a elektronički medij svoje. I one se većinom ne preklapaju.

GRF: Najveća zabluda vezana uz dizajn?

Jelena: Jedna je da je dizajn umjetnost. A druga je da svatko može biti dizajner.

TRIDVAJEDAN tržišne komunikacije

www.tridvajedan.hr
http://www.facebook.com/pages/Zagreb-Croatia/TRIDVAJEDAN/25933531034

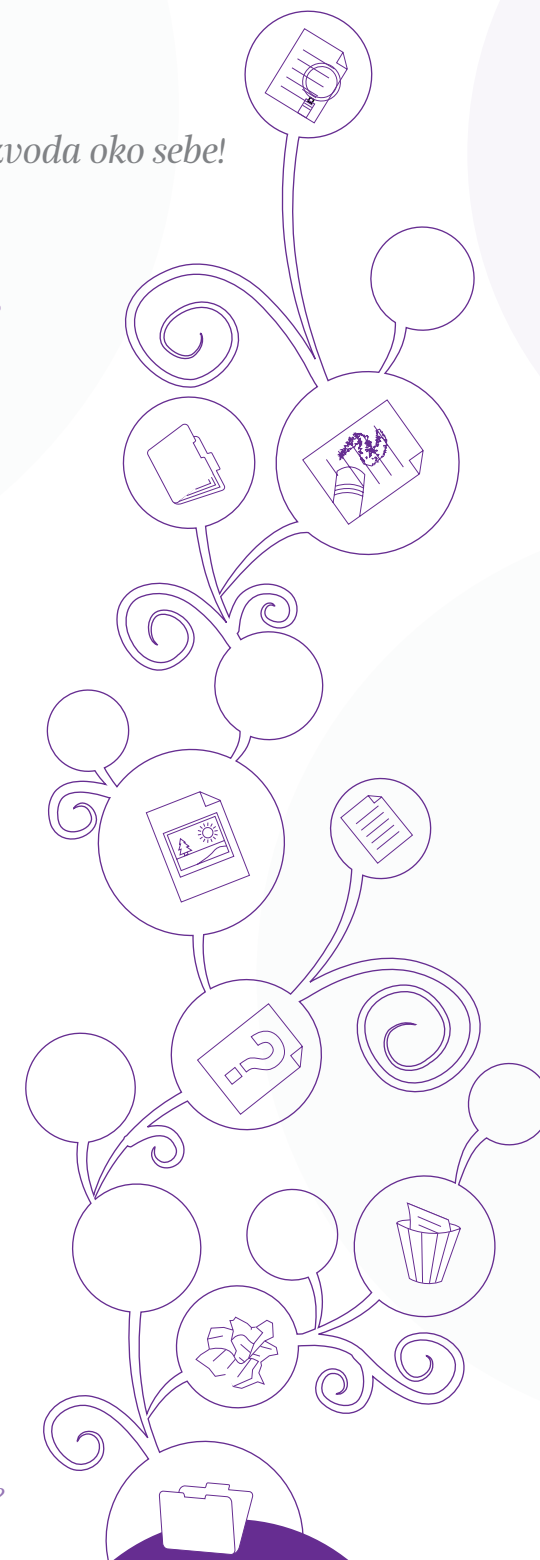


Josip Bota
4. godina

Čitaj, broji i saznaj koliko si svjestan grafičkih proizvoda oko sebe!

Ajmo, Šime!

Još jedan radni dan. Šime se brzo digao, znajući da je lista zadataka koju je zabilježio u svoj blok za danas dugačka. Brzo je otišao u kupatolu, oprao zube i ljutito zavikao kad je vidio da nema više wc papira. Uzeo je maramice i ubrzo zaboravio svoju ljutnju. Kupiti wc-papir (onaj s nacrtanim cvijećem), zapisao je u svoj mentalni blok. Papir sada nije bio pri ruci. Misli mu je prekinuo mali sin, koji je tražio nove You-chi-san sličice, koje imaju svi u vrtiću (i svijetle u mraku). Starija kćer je tražila samo novac...i žena. Pas je opet sažvakao novine...brzo je pregledao vijesti na internetu. Tipično jutro. Izašao je iz kuće i isprazio poštanski sandučić. Računi i reklame. Nitko više ne piše razglednice...Maknuo je brošure sa vjetrobranskog stakla i sjeo za volan. Naravno da je upao u gradsku gužvu. Vrijeme je kratio gledajući jumbo plakate uz cestu. Tako izgleda sreća kad se uveća – sjetio se Hladnog piva. Ta misao ga je samo podsjetila na sve što mora obaviti poslije posla – vratiti cd Ivani (iako, možda bi bilo bolje da jednostavno kupi novi, pošto je prolio pivu po coveru), poslati naljepnice sa piva za nagradnu igru (ipak je nagrada avionska karta do Beča i ulaznica za svjetsko nogometno prvenstvo), kupiti nove formulare za prijavu poreza (po starima se prolila ona ista piva)...biti će to dug dan. Zadubljen u misli stigao je do posla. Na stolu ga je čekala hrpa dokumenata koje je trebalo pregledati. U toj hrpi papira nije mogao pronaći vizitku od onoga dućana sa tapetama...a hitno mu je trebala. Obećao je ženi nove tapete...danas. Još jedna stvar za obaviti popodne. Izgubljen u papirima, nije ni primjetio da je popodne već stiglo. Prvo po sina u vrtić - dobio je sličice, ali sada hoće i album, zatim po novi cd, ali gdje su te tapete??? Razmišljao je o tome, dok je kupavao poštansku marku za onu nagradnu igru. Uspio je pronaći naziv dućana u svom adresaru, te je odmah bio na putu u drugi dio grada. Njegova sreća je splasnula kad je vidio koliko boja i uzoraka tapeta ima. En-ten-tini...dajte mi ove. Brzo je riješio problem, iako je u dubini duše znao da uzorak zečeva na zidu neće baš oduševiti ženu. Neka, mislio je, barem me više neće slati u te kupovine. Prije povratka kući, svratio je u lokalni dućan. Pred vratima su stajale kutije, a na vratima natpis – inventura. A mislio je da će dobiti koju kunu za povrat ambalaže. Bilo mu je dosta današnjega dana, samo je htjeo zaspati uz dobru knjigu. Knjigu? A onaj pas mu čak i novine ne da... Na kraju dana, nije bilo ni knjiga ni novina, ali mu je žena dala katalog iz Ikee da si pogleda kako izgledaju ukusno dizajnirane tapete... Gledao je slike u bojama...i začas je nastavio sanjati...u bojama.



Koliko si grafičkih proizvoda nabrojao u ovom tekstu?

1 - 15

Misliš li da si shvatio pitanje? Ako jesi... misliš li da je pametno biti na marginali u trećoj industriji svijeta?

15 - 25

Za amatera nije loše, ali zašto ostati amater ako možeš postati profesionalac - put je preko Grafičkog fakulteta!

25 i više

Odlično, ako dosad nisi znao gdje leži tvoj talent, sad je jasno. No nebrušeni dijamant nikad nije na cijeni brušenog, a najbolji "brus" za grafičku industriju ima Grafički fakultet!



Ivan Dilberović
3. godina





Antonio Zadro

Antonio Zadro upisuje Grafički fakultet 1991. godine te se neposredno po završetku zapošljava u tvrtki Hand design. Nakon punog desetljeća staža za istu, sa velikim znanjem i iskustvom odlazi dalje gdje stječe nova iskustva u području marketinga i ekologije. Danas je zaposlenik tvrtke Grafik.net.

Antonio Zadro je upisao Grafički fakultet '91. Nakon završenog studija '96, zaposlio se u tvrtki Hand design, studio za grafičku pripremu. Kroz desetogodišnji razvoj tvrtke stječe vrijedna iskustva u poslovima grafičke pripreme – od obrade kolora, skeniranja, grafičkog prijeloma, produkcije do grafičke komercijale. Nakon Hand design-a prelazi u sestrinsku firmu H2 Publikacije, izdavačku tvrtku gdje se bavi prodajom oglasnog prostora, produkcijom i kontrolom tiska u magazinu Akcija i prilogu Shopping. Krajem 2006 zapošljava se u firmi koja se bavi ekologijom na poslovima promocije i prodaje. Danas je zaposlenik tvrtke Grafik.net.

GRF: Opišite ukratko tvrtku u kojoj radite.

Antonio: Tvrtka Grafik.net posluje od 2000.g i danas ima 15 uposlenika. Generalni je zastupnik tvrtke Kodak - Graphic Communication Group za Hrvatsku, BiH i Makedoniju. Tvrtka Grafik.net nudi cjelovita rješenja u grafičkoj industriji vezana uz grafičku pripremu i komunikaciju za komercijalni, novinski, ambalažni i digitalni tisak. Od rujna 2007. zaposlen sam u Grafik.netu na mjestu voditelja prodaje.

GRF: Kako ste se odlučili studirati na Grafičkom fakultetu?

Antonio: Rođen sam u Mostaru, tamo sam završio srednju školu strojarstvo – strojarški tehničar. Na moju odluku o izboru studija najviše je utjecao prijedlog mojih roditelja. Od prijatelja koji je studirao na Grafičkom fakultetu u Zagrebu, tada

jedinog studija te struke u regiji, dobio sam prva potrebna saznanja kako o fakultetu tako i općenito o struci. Zaključio sam da je strojarska škola dobar temelj za studij kojeg sam izabrao te sam po završetku srednje škole uspješno položio prijemni i započeo studirati.

GRF: Da možete birati, bi li ponovno upisali Grafički fakultet?

Antonio: Da. Sa mnom su u generaciji bili oni koji su se prijavljivali na dva fakulteta, ako mu ovaj ne upali onda ide na drugi. Ja nisam bio takav, točno sam znao što želim studirati i čime se želim baviti. A pogotovu danas kada se po završetku fakulteta nudi cijeli niz profesija za koje se možete opredijeliti - bilo da se radi o poslovima grafičke pripreme, dizajna, tiska, fotografije itd. Tomu je najviše pridonijela digitalizacija i in-formatizacija u grafičkoj industriji.

GRF: Tri asocijacije na studentske dane.

Antonio: rat, učenje ali i zabava, izlasci, druženja. Zadržao sam puno prijatelja iz studentskih dana s kojima danas uspješno poslovno surađujem.

GRF: Koliko su Vam znanja stečena na Fakultetu pomogla u poslu?

Antonio: Definitivno da, na nivou teoretskih znanja, jer kada završite fakultet vi ste na pozitivnoj nuli. Tek kada počnete raditi u prilici ste povezati teoriju s praksom. Uostalom, danas je neophodno cjeloživotno učenje pri čemu mislim na stjecanje znanja kroz iskustva o novim tehnologijama.

GRF: S obzirom na taj tehnološki napredak, javlja li se manjak potrebe za grafičkim tehnologima?

Antonio: Mišljenja sam da tržište

određuje potrebu za kadrom u kvantitativnom smislu, ali također i da je bitnija kvaliteta edukacije grafičkih tehnologa. Tehnološki napredak je omogućio visok stupanj automatizacije, a samim time i potrebu za visoko stručnim kadrom. Ono što želim naglasiti je da su grafički tehnolozi i dalje osobe koje u svojim tvrtkama povezuju ključne faze proizvodnih procesa, vrše odabir tehnologije i izbor materijala te utječu na učinkovitost proizvodnje grafičkih proizvoda. Možda je najvažnija uloga grafičkih tehnologa prilikom projektiranja proizvoda u grafičkoj pripremi, jer da bi nešto kvalitetno pripremili morate znati kako ćete i gdje tiskati; s kojom tehnologijom i na kojem stroju; na kojem materijalu, na koji način doradivati proizvod, čemu služi proizvod i mnogo drugih pitanja.

Tamo gdje dođete, morate imati ekipu uz koju možete napredovati i od koje možete nešto naučiti



Najčudnija je stvar da koliko ste god brzi, uvijek nedovoljno, jer su zahtjevi kupaca uvijek ispred.



Ambalaža je najmanje pokriveno područje, jako je malo stručnjaka, a u tome je budućnost.



GRF: Znači, tehnolozi se danas mogu vidjeti više u tom segmentu grafičke pripreme?

Antonio: Današnji dizajneri vode isključivo brigu o ideji i vizualnom izgledu proizvoda, novinari o sadržaju, fotograf o kvaliteti slika, a tehnolozi su najbitniji u segmentu grafičke pripreme. 90' je bilo pitanje da li informatičare naučiti grafičkoj struci ili grafičare informatizirati. Definitivno je presudilo da grafičare treba informatizirati. Pokušaj tvrtki zapošljavanjem ekonomista u području grafičke komercijale je bio bezuspješan jer je bilo efikasnije zaposliti grafičara s komercijalnom crtom. Uvijek tu ima poslova gdje je čista ekonomija i financije, ali prilikom susreta sa kupcem bitnija je osoba iz struke, jer vam jedino ona sa svojim znanjem i iskustvom može ponuditi optimalan grafički proizvod ovisno o zahtjevima vezanih za cijenu, brzinu i kvalitetu. Imao sam sreću u svom radnom vijeku i "okusiti" proizvodnju i danas mi je puno lakše razumjeti potrebe kupaca i jednostavnije prilagoditi ponudu.

GRF: Sjećate li se svog prvog posla vezanog uz struku?

Antonio: Pred kraj fakulteta sam se zaposlio u tvrtki Hand design. Nazvali su me jedan dan i rekli „Dođi sutra raditi“. Bila je to subota, došao sam i „Evo tu se pali kompjuter, to ti je Photoshop, i nekakav jedrenjak kojeg je trebalo izretuširati i sjećam se, smokvin list na kojem je trebalo izbiti pozadinu“. U ponedjeljak sam dobio vrećicu punu knjiga i sjeo na tramvaj za Trešnjevku „Dobar dan, ja bih trebao poskenirati ovo“ – budući da Hand design nije imao skener u to vrijeme. A ne znam skenirati. „Evo tu su ti upute, sve ti piše ondje kraj skenera“. Trebali smo naslovnice poskenirati za časopise i uspio sam to nekako poskenirati. Pitaš, snađeš se, znači u to vrijeme snalaženje u tom novom poslu ovisi o volji. Ako ne znaš nešto raditi, to ne znači da ne možeš to napraviti, samo moraš željeti. Tada je Hand design bila mlada firma, sa mladim ljudima i bilo je puno lakše raditi u takvoj firmi.

Svi smo osjetljivi na slike, boje, poruke, efekte, razne oblike i materijale. Grafička tehnologija nije svrha sama sebi, nego u službi komunikacije.

GRF: U toj ste firmi dugo ostali?

Antonio: Da, radio sam tamo 10 godina. Ne uvijek na istom random mjestu. Istraživačkog sam duha tako da sam se "šetao" po odjelima unutar firme kako bih što bolje upoznao što je grafička priprema, što je produkcija, što je tiskara... Tamo gdje dođete, morate imati ekipu gdje možete napredovati i od koje možete nešto naučiti.

GRF: Opišite Vaše sadašnje radno mjesto.

Antonio: Posao voditelja prodaje podrazumijeva posjete kupcima, praćenje njihovih potreba, izrada ponuda i otplatnog plana, izrada i izvedba prezentacija, posjete međunarodnim i domaćim sajmovima. Moj posao nije vezan strogo za radno mjesto - npr. u tijeku 2008. g. proveo sam 80 dana u inozemstvu. Želim naglasiti da nije bitno gdje ste već da ste umreženi, čime vam je omogućen protok informacija.

GRF: Je li se teško probiti u grafičkoj struci?

Antonio: Ako idete korak po korak, nije. Svaki uloženi trud se mora vratiti. Bitna je motivacija.

GRF: Jeste li zadovoljni sa poslovima koje ste radili, tj. jeste li poželjeli raditi u nekoj drugoj struci?

Antonio: Marketing i ekologija su usko povezani, ali sam se uvijek vraćao srži grafičke struke. Ovaj posao volim jer je zanimljiv i dinamičan. Takva sam osoba. Moguć-

nosti novih tehnologija su uvijek iznova izazov.

GRF: Najvažniji radni alat?

Antonio: Računalo i Internet.

GRF: Vaš najveći uspjeh?

Antonio: U poslovnom smislu, dok sam bio voditelj produkcije u Hand designu morao sam sa svojim odjelom u kojem je bio minimalan broj ljudi organizirati i osigurati proizvodnju grafičkih filmova za dvije revijalne i jednu novinsku rotaciju 365 dana / 24 sata bez većih zastoja i uz minimalne neželjene troškove.

GRF: Najčudnija stvar koja Vam se dogodila na poslu?

Antonio: Najčudnija je stvar da koliko ste god brzi, uvijek nedovoljno, jer su zahtjevi kupaca uvijek ispred.

GRF: Kakav bi bio svijet bez grafičke tehnologije?

Antonio: Ne postoji taj svijet, zato što smo svi grafičari, svi smo osjetljivi na slike, boje, poruke, efekte, razne oblike i materijale. Grafička tehnologija nije svrha sama sebi, nego u službi komunikacije. Svakodnevno ljudi koriste grafičke proizvode i grafičke usluge, a nisu toga svjesni. Sva ambalaža, preko toalet papira, billboarda, monografija ali i preko on line aplikacija, interneta, pa sve do multimedije spada pod čedesni svijet grafičke komunikacije.

Brošure i časopisi

Harmoniĉnom sintezom slike teksta i layouta dovodimo ih u život, koji će posvetiti informiranju, educiranju i zabavljanju čitatelja. No, o našoj stručnosti i znanju ovisi hoće li njihov životni vijek biti dulji ili kraći.

Bojan Kanižaj
4. godina

1 Faculty of Graphic Arts is the follower of the Graphic High School, which started with teaching the professional courses from the area of printing technology in 1958.

In 1979 the Graphic High School became the full member of the University of Zagreb. The Common study of the graphic technology as the regular four-year study began with teaching in 1982 which was the last period before formation of the Faculty of Graphic Arts that was done in 1989 with the basic activity in education of engineers and graduated engineers of printing technology, and which was the only institution of that kind in the whole Europe.

In the academic year 1992/1993 the students of the Faculty of Graphic Arts registered for the first time two different programs: technical-technological and design of printed products.

The postgraduate scientific program of the Faculty of Graphic Arts started in 2009. 2500 engineers of printing technology, 800 graduated engineers of printing technology, 8 masters of science and five doctors finished the Faculty of Graphic Arts.

The former students of the Faculty of Graphic Arts contributed mostly to the development and opening of higher education institutions for education of printing in the countries of former Yugoslavia.

New program was done in accordance with the obligations taken over by the Republic of Croatia from the former Yugoslavia declaration and recent documents.

2 The secondary school scholastic ability and the result achieved at the entrance examination are evaluated. Persons who finished the corresponding Bachelor's program and achieved minimally 180 ECTS points can register for Master's program.

3 Persons who finished the corresponding four-year secondary school education, who satisfied the conditions of the entrance examination in accordance to the regulations of the public registration tender, which was invited by the University of Zagreb in the press, can register for the Bachelor's program of the printing technology.

The corresponding Bachelor's program:

- Bachelor's program at the Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb
- Bachelor's program at other technical faculties
- Bachelor's program at other faculties depending on the program contents

Conditions for the registration under b) and c) are passing of the supplemental exams. The Faculty Council determines the choice of the supplemental exams for each particular candidate, in dependence on the finished Bachelor's program and the acquired competences.

Timeline: 1958 (Graphic High School), 1979 (Member of the University of Zagreb), 1982 (Regular four-year study), 1989 (Formation of the Faculty of Graphic Arts), 1993 (Two different programs), 2009 (Postgraduate scientific program).



Ivana Todorovski
4. godina



Ivan Dilberović
Tanja Prljena
apsolventi



Matija Bošnjaković
Luiza Gortan
4. godina



100% organsko i prirodno

100% organsko i prirodno

100% organsko i prirodno



TEST

Jesam li na dobrom putu da postanem tehnolog?

1. Jesi li ikad u životu bio u kontaktu s bilo kakvim strojem?

- a. Aha - brijačim aparatom, usisavačem, mikserom...
- b. Izbjegavam strojeve. Uglavnom su glasni i prljavi.
- c. Gledam ih, ali ne kontaktiram.

2. Znaš li što je CMYK ili RGB?

- a. Znam što je cmok...
- b. Ima veze sa fotografijama?
- c. Znam, a znam i što je LAB.

3. Zanima li te kako nastaju otisci, npr. na ambalažama?

- a. To se uvijek pitam kad hodam dućanom.
- b. Zanimaju me samo otisci u snijegu...
- c. Da, ambalaža je često zanimljivija od sadržaja.

4. Jesi li ikad poželio osmisliti i izraditi tisak na svoju majicu a nisi znao/la kako?

- a. Ne, volim gotove stvari.
- b. Zapravo, već imam par majica sa vlastitim tiskom.
- c. Nekada, ali mi se čini prekomplikirano.

5. Jesi li u srednjoj/osnovnoj bio/la dobar u matematici, fizici, kemiji?

- a. Ono, sredina, trojka...
- b. Prepisao/la sam sve što se prepisati da...
- c. Da, petice ponekad četvorka..

6. Kada dođe do nekog kvara na uređaju, uskačeš li u pomoć?

- a. Da, volim kada znam popraviti!
- b. Ne, to prepuštam stručnjacima.
- c. Probam, ali napravim više štete nego koristi.

7. Misliš li da je lako postati grafički tehnolog?

- a. Meni ne zvuči preteško!
- b. Ne, mislim da je potrebno uložiti mnogo truda!
- c. Jel' to nešto kao auto mehaničar?

8. Misliš li da je A4 veći od A3?

- a. Ovo me zbunjuje...
- b. Da.
- c. Ne.

9. Ako ti netko ponudi rad u tiskari hoćeš li odbiti?

- a. Da, nikako se ne vidim u takvom okruženju.
- b. Nikako, volio/la bi vidjeti kako nastaju novine.
- c. Razmislio/la bih još.

10. Spreman si učiti i biti uporan kako bi bio/la najbolji/lja?

- a. Uvijek, to mi nije problem.
- b. Ne baš, više sam kampanjac...
- c. Učim, kad moram.

REZULTATI:

- 1. a. 10 b. 5 c. 1
- 2. a. 1 b. 5 c. 10
- 3. a. 5 b. 1 c. 10
- 4. a. 1 b. 10 c. 5
- 5. a. 5 b. 1 c. 10
- 6. a. 10 b. 1 c. 5
- 7. a. 5 b. 10 c. 1
- 8. a. 5 b. 1 c. 10
- 9. a. 1 b. 10 c. 5
- 10. a. 10 b. 1 c. 5

0-20 bodova

Ovakva nezainteresiranost te neće nigdje dovesti. Otvori oči, pogledaj svijet oko sebe i shvatit ćeš moć grafičke tehnologije. Zato, razmisli još jednom, jer ovo je odličan posao.

21-50 bodova

Dosta dobro, znaš neke osnove potrebne za jednog tehnologa...mogao/la bi uspijeti s malo truda i volje. Ne odustaj, nego se baci na posao!

51-100 bodova

Ma odlično, imaš sve što trebaš imati, malo je ljudi koji su baš rođeni za ovaj posao, tako da ti može laknuti. Snaći ćeš se kao riba u vodi!

Grafička tehnologija kroz filmsku vrpcu

Grana industrije kojom se mi bavimo primamljiva je i filmskim producentima pa nemali broj puta imamo prilike vidjeti procese grafičke tehnologije kako nas zaskaču sa malih i velikih ekrana. Zanimljivo je naglasiti da su najbolji filmovi spomenute tematike zasnovani na istinitom događaju, a kad prihvatite činjenicu da je sve stvarno, istinito ideja o snimanju filma, a kasnije i gledanju postane jednostavno neodoljiva.

Proizvod grafičke industrije, koji neosporivo najviše intrigira svakog smrtnika, definitivno je novac. Dobiti završni proizvod koji višestruko nadilazi vrijednost početnih sirovina zagarrantirna je formula uspjeha u bilo kojem poslu, a k tome ako znate da je vaš proizvod novac, sreći nema kraja niti mašti granica. Tako je krivotvorenje novčanica još uvijek unosan posao (jer je nominalna vrijednost lažnog novca mnogo veća od troškova izradbe i uloženog rada) kako u stvarnom životu tako i onom fiktivnom, filmskom.

Stoga, ako ste barem jednom pogledali film Uхвати me ako možeš (Catch me if you can) teško da ćete zaboraviti završne scene u kojima Leonardo Di Caprio vodi tiskaru u kojoj, naravno sam, tiska novce te nekoliko zanimljivih scena u kojima retušira čekove. Primaljivo zar ne? Iako je zaplet nevjerovatan čak i za hollywood-ske standarde, priča je istinita, a time i snažnija.

Puno realističniji prikaz krivotvorenja možete pogledati u Oscarom nagrađenom filmu Krivotvoritelj (Die Falscher). To je (opet) istinita priča o Salomonu Sorowitschu, izuzetnom krivotvoritelju koji je sudjelovao u najvećoj financijskoj prevari Drugog svjetskog rata. Nacisti su u logoru Sachsenhausen osnovali krivotvoriteljsku radionicu u koju su dovodili kvalificirane zatvorenike iz drugih logora. Akcija, pod nazivom Operacija Bernhard, bila je najopsežniji i najbolje organizirani projekt krivotvorenja novčanica u povijesti. Krivotvorine su bile tako savršene, da je Banka Engleske morala povući iz optjecaja novčanice od 5, 10, 20 i 50 funti.

Malo pojednostavljen način kako od originalne novčanice dobiti „realnu“ kopiju možete pogledati u filmu starijeg datuma pod nazivom Živjeti i umrijeti u LA (To live and die in LA). Ovdje je lijepo (i brzo) prikazan cijeli mukotrpan put izrade novčanica sa završnim pranjem u veši mašini kako bi novac bio manje nametljiv, a time sigurniji u opticaju. No, kako se ne bi olako ponadali, današnje novčanice su daleko bolje zaštićene različitim metodama koje grafička struka konstantno razvija i unapređuje.

No, iako je krivotvorenje vrijednosnica daleko najpopularniji prikaz grafičke struke u Hollywoodskim filmovima, postoji i neki manje ilegalni primjeri.

Još jedna istinita priča, bazirana na romanu Michaela Cunninghama, a riječ je o filmu Sati (The Hours). Sati za svoj temelj i inspiraciju imaju lik Virginije Wolf - gospođu Dalloway. Zanimljivost koja nas veže s tim filmom činjenica je da su Virginia Woolf i njen suprug osnovali Hogarth Press, nezavisnu nakladu koja je trebala služiti afirmaciji avangardnih i marginaliziranih pisaca. Hogarth Press dan danas je nezaobilazna nakladnička kuća u Engleskoj.

U filmu Sedam duša (Seven pounds), Tim Thomas (Will Smith) upoznaje Emily koja je garažu pretvorila u osobnu tiskaru čestitki. Osim što Tim odlučuje darovati svoje srce Emily (doslovno), također joj pomogne popraviti stari Heidelbergov tiskarski stroj.

I šećer na kraju upravo je Vlak u Snijegu, ekranizacija pozantog romana Mate Lovraka (još jednom za kraj - inspiriran stvarnim događajima), u kojoj Ljuban, Draga i Pero te ostatak zadruge odlaze u Zagreb u posjet, između ostalog, tiskari!



Fotografija

Za one kojima radna disciplina predstavlja problem evo metode uz koju se mogu osjećati kao na odmoru.

Photography, as a powerful medium of expression and communications, offers an infinite variety of perception, interpretation and execution

Ansel Adams

Petra Slobodnjak
3. godina



Josip Bota
4. godina



Jelena Balić
3. godina



Marina Paulenka
apsolvent



Ima li nade da postanem grafički dizajner?

1. Bilježnice u školi su ti bile..

- a. Uredne
- b. Pretežno su služile svrsi, osim pokoje črčkarije
- c. U njima je bilo više mojih skica nego teksta o predmetu, a kada mi je ponestalo papira, prešao sam na klupu

2. Jesi li ikad čula/o za Adobe Photoshop, Indesign..?

- a. Photo-što ??...
- b. Da čuo, već ih pomalo i koristim!
- c. Za Photoshop jesam, ali zanima me čemu služi Indesign?

3. Voliš li svoje vrijeme provoditi ispred računala?

- a. Kao da imam izbora...
- b. Ne odvajam se od računala.
- c. Ne, to je gubljenje vremena.

4. Imaš li želju ponekad nešto redizajnirati ili dizajnirati?

- a. Ne, ne volim promjene.
- b. Da, svako malo redizajniram svoju sobu.
- c. Imam neke ideje, ali mi se baš i ne da zezati s tim.

5. Voziš se u tramvaju i vidiš plakat koji je odvratn, ti ćeš?

- a. Nikad ne gledam plakate, u tramvaju samo slušam mp3.
- b. Plakati mi nikad nisu odvratni, ali neke bih sigurno bolje na pravio/la.
- c. Zamisliti ću na koji način bih ja napravio/la taj plakat.

6. Kao klinka/ac u školi, na likovnom, tvoje su kuće više sličile na fleku na papiru ili?

- a. Da, crtanje mi nikako ne ide.
- b. Uspijevalo mi je uvjeriti profe sora da je fleka kuća.
- c. Nikako, uvijek su hvalili moje crteže.

8. Zamisli se kako sjediš ispred računala i dizajniraš npr. naslovnicu časopisa...

- a. Totalno se vidim, ja i računalo smo ionako nerazdvojni. A još mi i plate!
- b. Mislim da me peku oči!
- c. Ne, nikako, dosta mi je računala i tehnologije.

7. Kad otvoriš neki program o kojem nemaš pojma, ti?

- a. Ne otvaram programe koje ne poznajem.
- b. Bezidejno nabadam, pa možda nešto i pogodim.
- c. Živcira me kad nešto ne znam, naučiti ću sve o tome!

9. Kada sam radio referate od fontova sam koristio...

- a. Pretežno one fontove koje imam na računalu
- b. Stalno sam tražio nove fontove po internetu
- c. Što je to font? To se može mijenjati??

10. Voliš li izmišljati i stvarati nove stvari?

- a. Da, uvijek imam hrpu originalnih ideja.
- b. Ne baš, ali ako imam koristi od toga, prisilit ću se da nešto smislim.
- c. Stvari volim koristiti, a kako nastaju baš me briga!

REZULTATI:

- 1. a. 1 b. 5 c. 10
- 2. a. 1 b. 10 c. 5
- 3. a. 5 b. 10 c. 1
- 4. a. 1 b. 10 c. 5
- 5. a. 1 b. 5 c. 10
- 6. a. 1 b. 5 c. 10
- 7. a. 1 b. 5 c. 10
- 8. a. 10 b. 5 c. 1
- 9. a. 5 b. 10 c. 1
- 10. a. 10 b. 5 c. 1

0-20 bodova

A što da kažemo?

Nisi kreativan/na, nisi baš nešto ni vrijedan/na, ništa te ne zanima... Želiš li ti uopće studirati? Baš i nisi rođeni dizajner, ali sve se da naučiti. Trgni se i odluči što želiš!

21-50 bodova

Na dobrom si putu, ali to nije dovoljno da postaneš jedan od najboljih, treba ti puno, puno više kako bi se istaknuo/la u gomili. Ali, još ima nade za tebe! Uči, radi, stvaraj i osvojiti ćeš svijet dizajna!

51-100 bodova

Ti si savršen/a za ovaj posao, imaš sve što treba imati jedan dizajner pri upisu na fax, a ono što nemaš naučiti ćeš na fakultetu. Bravo, nije puno takvih ljudi! Očekujemo te na Grafičkom fakultetu!

Održivi razvoj definira naše doba

Negativni utjecaj na okoliš bio je oduvijek jedna od glavnih značajki grafičke industrije. Još su osnivači britanskog Arts and Crafts pokreta (1850 – 1914) uočili degradaciju okoliša povezanu s Industrijskom revolucijom. Međutim, od 80-tih godina dvadesetog stoljeća ljudska uporaba sirovina premašila je godišnju produktivnost planete Zemlje. Tisak je jedna od industrija koje vrlo intenzivno koriste zemljine resurse: sirovine, energiju, vodu. Osim što kao sirovinu koristi papir čija proizvodnja sama po sebi može degradirati okoliš, mnoge od komponenti koje omogućavaju proces tiska, od pripremne pa do do-radne faze, sadrže po okoliš pogubne tvari.

Posljednjih godina postrojenja grafičke industrije nalaze se pod sve većim pritiskom da zadovolje lokalne, državne tj. globalne ekološke standarde. Poseban se naglasak, kad je u pitanju regulacija otpada, stavlja na zagađenje voda. Otpadne boje, štetni sastojci kupki za pranje, i drugi fluidi odbacuju se u vode ili šalju kao škart u postrojenja za rješavanje otpada, što dovodi do devastacije okoliša. I kad su u pitanju drugačije sirovine, poput različitih vrsta papira i drugih tiskovnih podloga, gospodarenje otpadom danas nije racionalizirano u zadovoljavajućoj mjeri. Velike količine "otpada" mogle bi se reciklirati i iskoristiti u proizvodnom procesu više od jednom. Stoga grafička poduze-

ća ispituju ekološki prihvatljivije tiskarske postupke i procese te traže prilike i načine smanjenja troškova kroz smanjenje zagađenja i druge slične inicijative. Također, kupci strojeva i grafičkih proizvoda sve više traže 'zelenije' strojeve i rješenja.

Niti jedan segment društva koji potiče konzumaciju ne može nikada biti potpuno 'zelen'. To je slučaj i s grafičkim dizajnom, koji u samom svom konceptu ima zadaću potaknuti konzumenta grafičkog proizvoda na daljnju i što veću konzumaciju. Kao što industriji nije u interesu izgubiti ciljanoga kupca ili tržište ograničavanjem, smanjenjem obujma proizvodnje ili za kupca negativnom promjenom politike poslovanja, isto tako bi joj trebalo biti u interesu očuvanje i smanjenje negativnih utjecaja na životnu okolinu. Uspješna i odgovorna poduzeća i dizajneri pokušavaju konstantno držati ta dva važna aspekta u ravnoteži.

Osnovni utjecaj grafičkog dizajna ide i dalje od fizičkih stvari koje on specificira. On obuhvaća poruke i vrijednosti koje one nose, te akcije koje inspiriraju. Iz razloga što živimo u uzbuđljivom, kreativnom vremenu promjena, koje sa sobom nosi mnoge velike probleme, uloga i odgovornost grafičkih dizajnera leži u osmišljavanju novih strategija proizvodnje i potrošnje usklađenih s principima ljudske prirode i okoliša.

Dalia Čurčija Pérez

Ilustracija

Bilo da su izrađene ručno olovkom i kistom ili računalo pomoću miša i tableta, u nama mogu izazvati duboke emocije, a od autora zahtijevaju puno vježbe, vještine i strpljivosti.

Maksimilijan Gečević
4. godina

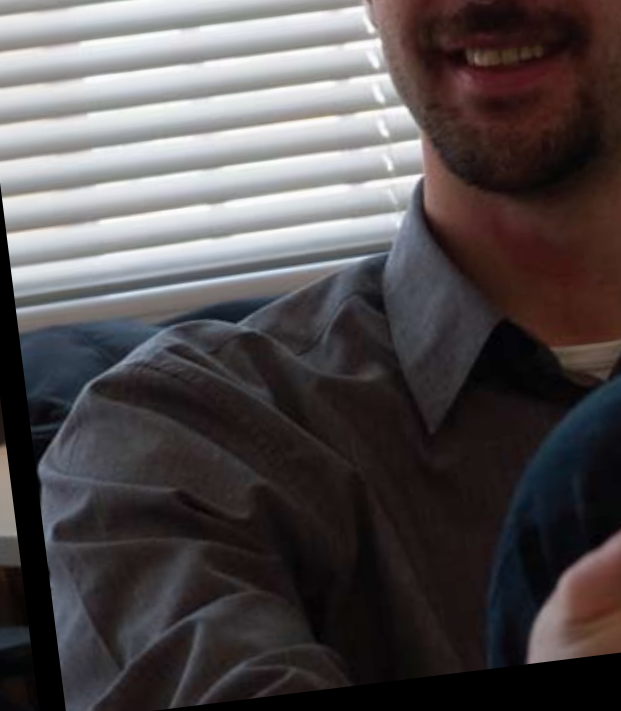


Be able to draw an illustration as least well enough to get your point across to another person

Marilyn vos Savant

Velimir Pavić
3. godina





Krunoslav Franetić

Krunoslav Franetić radio je zaista svašta. Od prijeloma knjiga, osmišljavanja logotipa, oglasa, tipografije do velikih kampa-
nja za Agrokor i Tele 2. Nakon godina učenja i rada u agenci-
jama, danas je sam svoj šef. Osnovao je vlastiti studio u kojem
uživa, iako samostalnost nije baš onakva kakvu je na početku
zamišljao.

GRF: Kako ste se odlučili upisati Grafički fakultet?

Kruno: U srednjoj školi sam počeo crtati grafite i to mi je bio prvi kontakt s nečim kreativnim. To me držalo kroz cijelu srednju i tako sam ustvari našao povezanost grafita i onoga što želim studirati. Upisao sam Grafički fakultet, usmjerenje dizajn.

GRF: Što misliš o kolegijima na faksu?

Kruno: Nakon prve godine faksa shvatio sam da tu svakako ima reda. Svi ti predmeti koji su se nama činili dosadnima, kao kemija, matematika, fizika imaju svoju svrhu. Jednostavno to tako mora biti. Tu se odvoje ljudi koji su ozbiljni, koji misle nešto napraviti, od tzv. "prolaznika". Nisam imao problema s tim. Znao sam koji nas predmeti očekuju na trećoj i četvrtoj godini i tome sam se prilagodio. Pokupovao sam literaturu iz koje sam učio o stvarima koje na fakultetu nisu bile dio nastavnog programa.

GRF: Kad si se počeo intenzivnije baviti dizajnom?

Kruno: Faks je krenuo, kako je krenuo. Nakon dvije, tri godine, počela je informatizacija, općenito internet i to. Kako su svi pokupovali računala, tako sam i ja. To mi je bio prvi kontakt s programima koje danas koristim, Photoshop, Freehand i tako dalje. Odjednom je postalo dostupno mnogo informacija vezano za dizajn i internet. To je bila prva faza inspiracije.

GRF: Kada ste počeli raditi poslove vezane za struku?

Kruno: Počeo sam raditi paralelno sa studijem. Bio sam vrlo motiviran - želio sam vidjeti koliko mogu, odnosno koliko još moram učiti. Radio sam tu i tamo neki logotip, plakat, uvijek netko nešto traži. Mislim da je na trećoj godini faksa počela i obvezna praksa. Želio sam naučiti raditi osnove, dok je npr. većina kolega samo nabavila potvrdu da su odradili praksu. To mi nikad nije bilo jasno. Praksu sam odradio u malom studiju 'Pintar dizajn' tri-četiri mjeseca, za početak...

GRF: Neki detalji vezani za prve poslove?

Kruno: Mislio sam da sve znam, photoshop, freehand, sve alate koji čemu služe i onda dođe lik i kaže: „Napravi mi cjenik za birc“. Ne znaš što je tabulator, ne znaš ništa. I to je bilo dobro, to je bio planirani ulazak u poslovne vode. Nakon toga, jedna firma iz Jastrebarskog je radila ogromnu knjigu o anatomiji čovjeka. Radilo se u Freehandu, a nitko to nije znao raditi. Pročulo se da ja znam, tako da sam radio na toj knjizi. Onda se radila velika monografija o Jaski, nekih 700 strana. To sam također radio. Sa 20 godina, postao sam grafički urednik. To je sve super prošlo. Imao sam slobodne ruke, ali je sve moralo biti na brzinu gotovo. Danas mi je baš drago to vidjeti.

GRF: Kako ste dobili prvi veći posao?

Kruno: Pobijedio sam na javnom natjecaju za dizajn web stranice Privredne banke Zagreb, koji jebio objavljen u Jutarnjem listu. Potome sam postao prepoznatljiv. To mi je bilo prvo konkretnije iskustvo, tada su me ljudi počeli tražiti i prepoznavati moje ime. U međuvremenu sam postao apsolutno...

Radio sam na kampanji za "Jegerstar". Mučio sam se i mučio, i nikako.. i onda, sat vremena prije prezentacije, došao mi je kreativni direktor - Jesi?- Jesam. I tako je ta cijela kampanja bila napravljena za pola sata.



napravili da bude provokativno. Dobili smo i nagrade za tu kampanju.

GRF: Koliko ste godina tada imali?

Kruno: U Bruketu sam došao 2003., znači imao sam 26 godina. Bilo mi je super raditi jer su skužili koliko sam ambiciozan i pustili su me da radim. U 2 godine sam napredovao od dizajnera do art direktora.

GRF: Možete li izdvojiti neki veliki projekt na kojem ste radili?

Kruno: Tele2. Kad smo dobili taj posao, činilo se super i genijalno - dobili smo super kampanju, velikog klijenta, ali to onda postane dosadnije, poraste odgovornost, a ja sam bio art direktor tog klijenta. Mi smo se borili protiv T-coma koji su se oglašavali kao ljudi i morali smo stalno nešto provocirati da budemo primijećeni. Neki

put je to bilo na granici ukusa, ali se uglavnom čulo za to. To su bile te druge dvije godine, kada sam radio samo Tele2. Tu je bilo dosta kreativnosti. Firma je u međuvremenu narasla i činilo mi se da ne mogu više tamo napredovati. Htio sam dalje učiti, educirati se. Ja sam bio gladan znanja, nekih novih ideja. I evo, rezultat je ta moja firmica.

GRF: I kako je raditi u vlastitoj firmi?

Kruno: U agenciji si mali mišić, štakorčić koji sjedi za kompjuterom, nema kontakta s klijentom, rijetko kada se ide na prezentacije. To me smetalo u agencijama, zato sam se preporodio u ovome. Istina, morao sam naučiti neke dodatne stvari, ali opet, ne sjediš samo pred kompjuterom, ne dolaze ti stalno mailovi, nego kontaktiraš ljude, kad prezentiraš osjetiš kako oni reagiraju, je li dobro ili nije. Mislim da je to

pomak na bolje. Imam malo više vremena, ali nije lako. Tu ti puno znače neka komunikološka znanja. Klijenti su svakakvi, s njima treba znati. Ja sam mislio da ću, kad se osamostalim, spavati do kada ću htjeti, raditi po noći, ali nije tako. Svi te nazovu kad dođu na posao, popiju kavu, oko pola 10, tako da te teorije sa spavanjem ne prolaze.

GRF: Bude Vas?

Kruno: Da, bude me. :)

GRF: Znate li raditi i navečer?

Kruno: Kreativne stvari definitivno. To ne mogu raditi dok mi zvoni telefon. Mislim da puno ljudi tako funkcionira. Kad trebam dizajnirati nešto, najbolje je od 22h do 3 ujutro.

GRF: Mislite li proširiti svoju firmu?

Kruno: Plan mi je podići kvalitetu radova, postati prepoznatljiv, malo poraditi na image-u firme. Razmišljao sam zaposliti studen-

vent. Agrokor je raspisao natječaj za radno mjesto dizajnera i tu sam prošao bez ikakve veze i odradio pripravnički staž. Paralelno sam radio u Agrokoru i polagao ispite.

GRF: Koje ispite?

Forme i industrija...hahaha

GRF: I, kako je bilo raditi u Agrokoru?

Kruno: Bilo je super, prvi kontakt sa dizajnom. Tu je radilo troje ljudi, puno sam naučio u tih godinu dana i radio sam sa velikim klijentima. Moj prijedlog je prosao za vizualni identitet hotela "Opera". Radio sam dizajn ambalaže raznih proizvoda. Recimo, do tada sam se držao minimalizma u dizajnu, helvetica, sve nešto crno-bijelo-crveno, i odjedanput je ušlo 100 boja -sladoledi, šarenilo, povrće, voće i onda sam se naučio razmišljati u tom smjeru. To mi je u stvari dobro došlo za projekte koji

su poslije slijedili. Iz „Agrokora“ sam otišao nakon godinu dana. Nisam morao, ali mi se učinilo da je u takvoj velikoj organizaciji jako teško procijeniti tko se trudi, tko je dobar, a tko nije. Nije mi se baš učinila prijateljska atmosfera. Dao sam otkaz.

GRF: I onda?

Kruno: Počeo sam raditi kod „Brukete i Žinića“. To je za mene, kao dizajnera, bio još jedan korak naprijed. Svima je bilo čudno što sam otišao iz profitabilnog „Agrokora“, ali mene tada nije previše zanimala zarada, htio sam još napredovati, učiti. „Bruketa i Žinić“ su u to vrijeme bili najjači dizajneri. Kad sam ja došao tamo, to je bio studio. Bilo nas je 10-ak i njih dvojica. Bilo je super, što god da se radilo, svi bi se skupili, pa

komentirali..To je bilo dobro, baš super faza. Dosta je bilo vremena za dizajn, nije bilo toliko stresa, prevelikih klijenata, o svemu se je raspravljalo, bilo je vremena za "detalje"...Te prve dvije godine u „Bruketi i Žiniću“ su bile jedne od boljih razdoblja karijere. Puno sam naučio i tamo je bila stvarno kvaliteta ekipa.

GRF: Neki projekt koji ste tamo radili?

Kruno: Radio sam na kampanji za „Jegerstar“. Mučio sam se i mučio, i nikako.. i onda, sat vremena prije prezentacije, došao mi je kreativni direktor - Jesi?- Jesam. I tako je ta cijela kampanja bila napravljena za pola sata. To je bilo za mlađu ekipu, onda smo malo



te, oni su nekako najmanje iskvareni i kreativni. Nema ništa bolje nego imati nekog studenta i malo po malo ga usmjeravati. To daje najbolje rezultate. U Bruketi je to dobro funkcioniralo jer je dolazila mlađa ekipa sa super idejama koje smo malo usmjerili, popravili nešto.

GRF: Jeste li ikada požalili što ste krenuli u privatni posao?

Kruno: Nikad, nikad. Bila je to jedna od boljih odluka u životu.

GRF: Koji Vam je bio cilj kada ste otvarali studio, koje ste zamisli imali?

Kruno: Moj glavni cilj je bio da ja sam kontroliram svoje vrijeme. To me znalo ubijati psihički kad sam radio za nekoga drugoga. Moja struka je takva da je nemoguće raditi od 9 do 5, radi se uvijek previše, i vikendima. Ubijalo me u pojam to dolaženje vikendom na posao, a nije adekvatno plaćeno. To je bio glavni čimbenik. Rekao sam „idem sam”. Onda znam da ću, kad radim, kad dajem sve od sebe, puno i zaraditi. Ne bi imao problema i raditi za nekog drugog, ali **** ga, to se mora platiti.

GRF: Jeste li još kao student željeli otvoriti svoju firmu?

Kruno: Mislim da ne onako, definitivno ... To je bio neki cilj, svim dizajnerima je to u glavi, ali, to bi bila kriva odluka zato jer ne bih imao ove klijente koje sad imam.

GRF: Što Vas veseli u poslu?

Kruno: Veseli me vidjeti svoje radove, čuti neke dobre komentare. To je “hrana” za daljnji rad. Puno puta znam napraviti neki dizajn i ne reći nikome da sam ga napravio, nego čekam reakcije...

GRF: Kako određujete koliko ćete naplatiti svoj rad?

Kruno: Imam jednog studenta koji je sad osnovao svoju firmu i svaki dan me zove: „Koliko da mu naplatim? Kako ovo? Kako ono?“. Nema tu pravila. Puno ovisi za koga radiš. Npr. ako radiš za nekakvu nevladinu organizaciju, onda znaš - ok, oni imaju toliko i toliko novaca, koje su dobili za određeni projekt i svejedno im je hoće li platiti 5000kn ili 15000kn, jer nije njihov novac. Na takvim projektima se može lijepo zaraditi. Ako pak radiš nešto malom obrtniku koji je počeo proizvoditi npr. cipele, ne možeš mu naplatiti 20 000 kn logotip, jer nema, ali za 5000 kn ćete se vjerojatno dogovoriti. To je u biti sve stvar iskustva.

GRF: Koliko je dizajneru važno znati tehnologiju?

Kruno: Jako važno. Grafičkom dizajneru pogotovo. S vremenom sam postao vrlo svjestan te činjenice.

GRF: Imate li neki savjet za one koji se žele baviti dizajnom?

Kruno: Mislim da se ne smije zanemariti teorija dizajna. Puno dizajnera to preskače, samo surfaju po internetu i “kopiraju” tuđe radove. Studenti bi konstantno trebali pratiti stručnu literaturu, kupovati knjige, educirati se, a inspiraciju vući iz vlastitog života, iz stvari i situacija koje ih okružuju, a ne isključivo od tuđih radova. Time i njihovi radovi postaju originalniji, kvalitetniji i iskreniji.

GRF: Kakav dizajner mora biti?

Kruno: Neopterećen.

GRF: Najveća zablude vezana za Vaš posao?

Kruno: Da će se klijentu svidjeti ono što se nama sviđa.

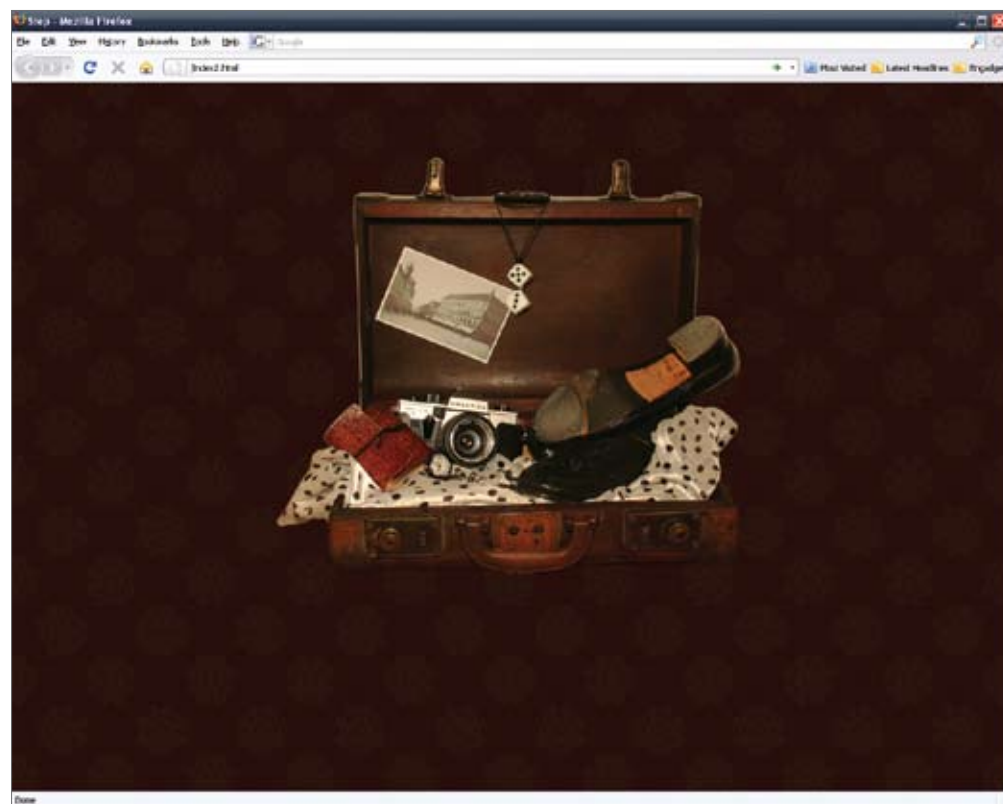
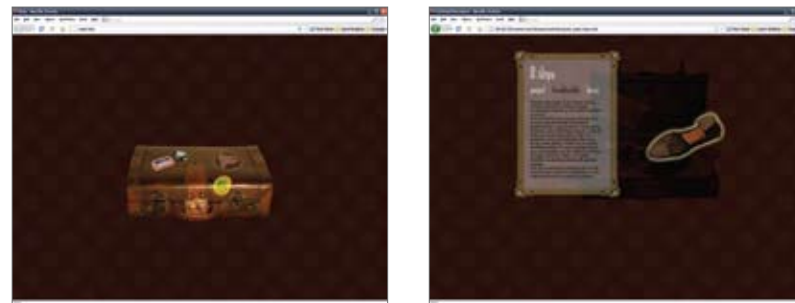
Mislim da je jako bitna teorija dizajna o kojoj treba nešto znati. Puno ljudi to preskače. Studenti bi sami trebali tražiti informacije, kupovati dodatnu literaturu, educirati se.



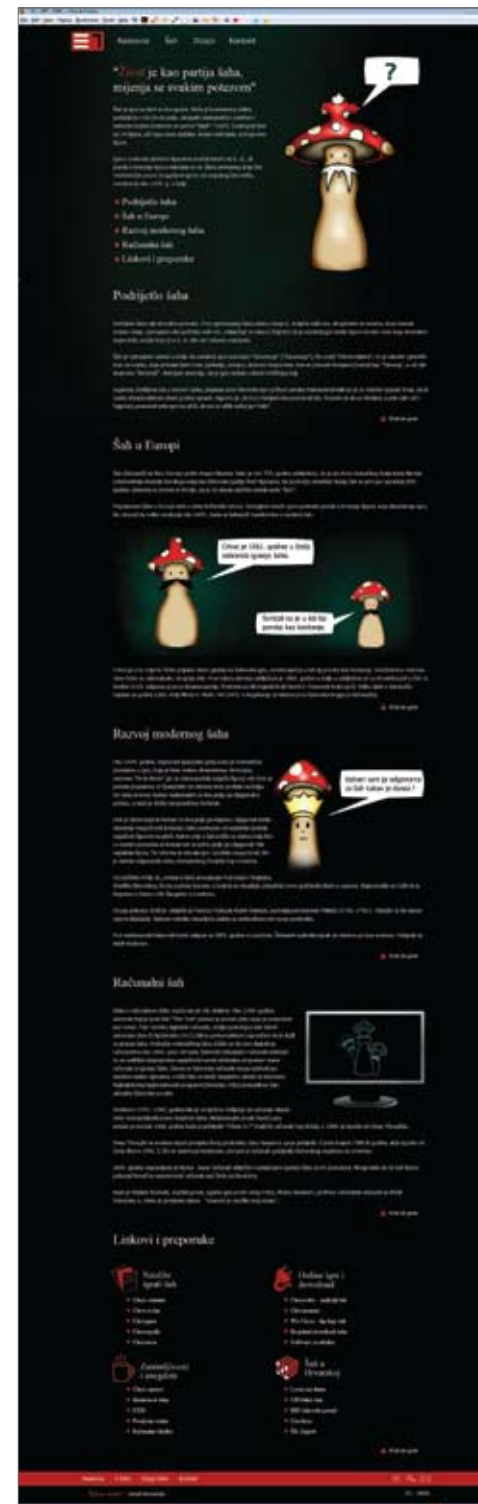
Web dizajn

Uživaš li u rješavanju problema? Želiš li uvijek saznati više pa provodiš besane noći pretražujući Internet? Da li ti smeta što ne možeš odgovoriti na neku provokaciju u novinama? Evo nešto za tebe!

Nela Augustić
Katarina Opić
Ivana Todorovski
4. godina



Stipe Brbić
Bojan Kanižaj
Mateja Pavlović
Davorin Švaner
4. godina



Kristina Kajtar
Dragana Savić
Elena Staver
4. godina



Marina Baraćić
Dalija Čurčija Perez
Jelena Hajduković
Andrea Kumar
4. godina



Alen Gizdavčić

Alen Gizdavčić zaposlen je u tiskari Radin, gdje se, između ostalog, tiskaju Elle, Story, National Geographic, slovensko izdanje Playboya, Cosmopolitan, albumi Životinjsko carstvo, promidžbeni letci koje pronalazite u poštanskim sandučićima i novinama, te mnogo ostalih tiskanih proizvoda sa kojima se tsvakodnevno susrećete.



Alen je odvojio malo vremena za nas i odgovorio na par pitanja da bi nas upoznao sa grafičkom tehnologijom u praksi. Alen Gizdavčić, tiskara Radin

GRF: Možete nam kratko opisati tijek svoje karijere?

Alen: Obitelj je odredila tijekom moje karijere. Mama mi se bavi grafičkom tehnologijom, sestra također, tako da sam i ja krenuo tim putem. Išao sam u srednju Tehničku školu Ruđer Bošković. Želio sam nastaviti školovanje, pa sam upisao Strojarski fakultet. Od toga sam odustao i upisao Višu grafičku školu, jer u to vrijeme još nije postojao Grafički fakultet. Osnovao sam privatnu firmu Gizmo, ali zbog velike konkurencije, odluču-

jem se na zapošljavanje u Radinu. U to vrijeme je i Viša grafička škola postala Grafički fakultet, tako da sam i ja nastavio sa obrazovanjem.

GRF: Predstavite nam kratko tvrtku u kojoj radite.

Alen: Radin grupu čine Radin grafička, Rotografika i Radin repro i roto. Ja radim u Radinu repro i roto. Mi se bavimo isključivo uslugama tiska. To znači da mi nismo izdavači novina, već za njih tiskamo novine. Kod nas se tiskaju novine revijalnog tipa - National Geographic, Men's Health i sl. Surađujemo sa velikim izdavačima, što podrazumijeva da imamo najnovije strojeve za tisak koji se danas mogu naći na tržištu. Radin grupa jedina ima ISO standard roto tiska u ovom dijelu Europe.

GRF: Opišite kratko svoj radni dan.

Alen: Kod nas, u Radinu, nema radne rutine. Dva sata radim jedan posao, drugih pet radim nešto sasvim drugo. Radni dan traje osam sati, ali ponekad to može biti i duže. Svaki dan se radi radni plan za sljedeći dan. Tako idemo iz dana u dan, analiziramo gdje su se pojavili problemi u radu. U rješavanju sudjeluju svi, ne samo kontrolni šefovi, već i ljudi koji rade na razvoju i unapređenju. Zajedno planiramo kako će teći posao sljedeći radni dan – organiziramo plan tiska, određujemo kad i kako će se tiskanje izvršiti s obzirom na zahtjevnost posla. To je ono što radimo svaki dan od osam sati pa do devet. Dnevna kontrola nam je jako bitna, upravo zbog ISO standarda koji sam prethodno spomenuo.

GRF: Što Vas najviše veseli u Vašem poslu?

Alen: Kvalitetno i dobro odrađen posao, uz što manje problema.

GRF: Što vam najviše smeta?

Alen: Nemarnost i neodgovornost ljudi. Oprema nije najbitnija. Možeš imati i najmoderniju opremu, ali u poslu su bitni i ljudi. Uvijek ima ljudi koji dođu na posao samo pojest i popit kavu. Kupci su danas strašno zahtjevni, vide i najmanju sitnicu, te ako nisu zadovoljni odmah vam vrata proizvod.

GRF: Kako Vam je obrazovanje pomoglo u poslu?

Alen: Profesori se stvarno trude, pogotovo ovi mlađi koje ja znam. Grafička struka se jako brzo mijenja. Danas je tehnologija toliko napredna, da se u praksi možeš

koristiti s njom, a onda opet dođeš do neke sitnice ili pojedinosti koju ne razumiješ. Ponekad se sve svodi na neku kemijsku formulu koje ne razumijem. Tada se opet vraćam na Fakultat i potražim pomoć nekog profesora. Tako da, ima to smisla.

GRF: Za ovaj posao, kakvi moraju biti studenti?

Alen: Odgovorni. Ja pretpostavljam da bih se dobro snašao i da samo recimo stolar. Bitno je da se čovjek odgovorno postavi, a svaki se posao da naučiti.

GRF: Prvo što Vas asocira na studentske dane?

Alen: Dugo spavanje. Najljepši period u životu, dok sam samo studirao i ništa nisam radio. Puno bolje, od recimo srednje škole koja ti je ipak dala obaveze. I postao sam i jako dobar igrač biljara .

I za kraj par brzopoteznih pitanja

GRF: Najvažniji radni alat?

Alen: Povećalo i denzitometar

GRF: Kao dijete, što ste mislili da ćete biti?

Alen: Policajac na motoru!

GRF: Svijet bez grafičke tehnologije?

Alen: Ne vjerujem da bi mogao egzistirati.

GRF: A zamjena Internetom?

Alen: Sto posto nikad ne. Često se u medijima spominjalo da će se knjige izdavati u internetskom obliku i da će tiskovni izdavači propasti. Međutim, to se nije dogodilo. Možeš čitat knjigu na kompjuteru, ali nakon pola sata više ne možeš, oči ti otpadnu.

GRF: Hvala lijepa na vremenu koje Ste za nas odvojili!

Alen: Nema na čemu. Pozdrav!

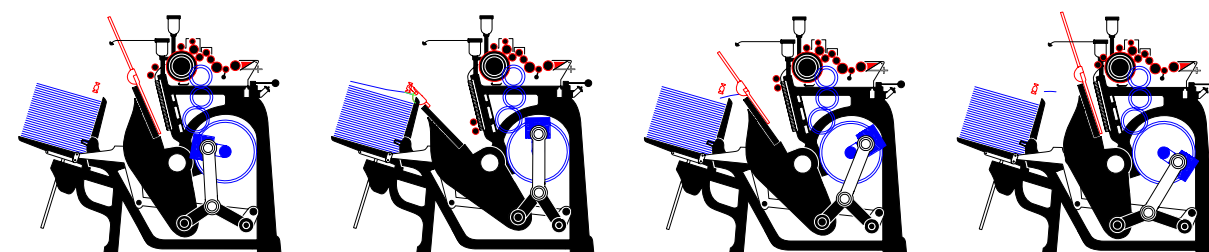
Animacija

Stripovi, crtići, filmovi... optička iluzija kretanja koju možemo zahvaliti vlastitoj tromosti oka. Napokon neka korist od ljenosti!

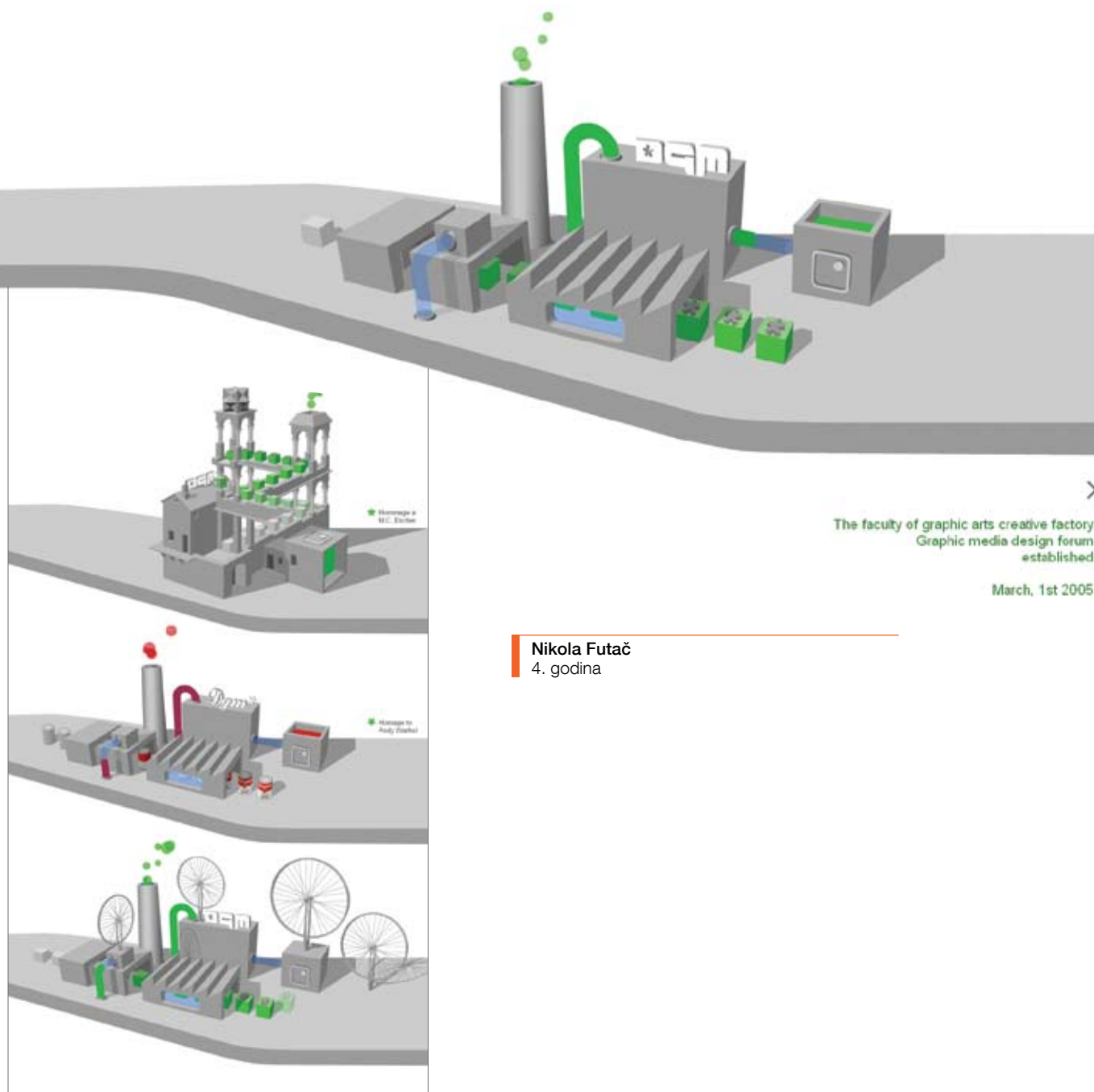
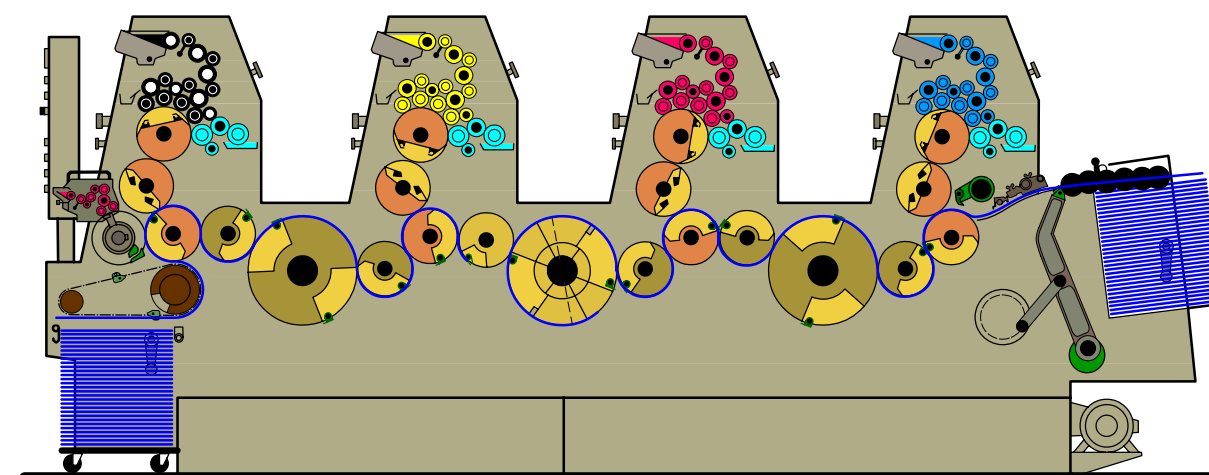


Nikša Babić
apsolvent

Nikola Futač
Ivana Peković
Zvonimir Prajka
2. godina



Nikola Futač
2. godina



The faculty of graphic arts creative factory.
Graphic media design forum
established.
March, 1st 2005.

Nikola Futač
4. godina

DARKO BOSNAR

Imago®

Darko Bosnar je 26-godišnji grafički dizajner, koji je diplomu stekao na Grafičkom Fakultetu u Zagrebu, gdje je neko vrijeme bio demonstrator i asistent na Katedri za likovnu kulturu i grafički dizajn. Velika strast i entuzijazam prema dizajnu i svijetu oglašavanja, dovodi ga u reklamnu agenciju IMAGO, gdje radi na velikim projektima brandova poput Tuborga, Red Bull-a, Raiffeisen Banke, Plive, Dukata, Cedeвите...Finalist i osvajač mnogobrojnih natječaja i nagrada, od kojih najradije izdvaja Rektorovu nagradu, te BEST YET (Best young european team - Croatia08). U svojim radovima uvijek pokušava prijeći granice i napraviti korak dalje, prikazati nešto novo, drugačije i svježije.

Rad unutar reklamne agencije doživljava kao lifestyle, te je svjestan razine posvećenosti, truda i rada koju je potrebno uložiti na putu ostvarenja visokih ciljeva. No, pravu formulu uspjeha pronalazi u ogromnoj ljubavi prema poslu, za koju vjeruje da se kad tad manifestira velikim rezultatima.

Srećka Gmaz 25-godišnja je mlada dizajnerica zaposlena u reklamnoj agenciji Imago, gdje radi s velikim brandovima kao što su Red Bull, Johnson i Johnson, Toyota i Cest is D'Best. Diplomju je stekla na Grafičkom fakultetu u Zagrebu. Odabir fakulteta odredio je put njene karijere te razvio ljubav i entuzijazam prema dizajnu i oglašavanju. Zanimanje grafičkog dizajnera u reklamnoj agenciji shvaća kao poziv zato što dizajner sudjeluje u oblikovanju poruke koja se odašilje javnosti, što je zapravo odgovoran posao. Smatra da se reklamnim porukama oblikuje mišljenje javnosti, potiče je se na akciju i taj medij ima veliki utjecaj na svjetska zbivanja, posebice ako se radi o sociološkim, ekološkim, kulturnim i humanitarnim projektima. Uvijek je spremna na nove izazove te je sudjelovala na brojnim natjecanjima, savjetovanjima i festivalima od kojih se mogu izdvojiti Best Yet-Croatia 2008., Magdalena festival u Mariboru te savjetovanje vizualnih komunikacija Blaž Baromić.

SREĆKA GMAZ



Najveće zablude vezane za ovaj posao su da su završeni projekti plod rada jedne osobe, ovdje se radi timski...

GRF: Možete nam ukratko opisati Vaš put od faksa do posla?

Darko: Ja sam na faksu automatski skužio da je to definitivno zanimljivo i da je to nešto čime se želim baviti. Zapalio sam se za dizajn i kasnije za advertising, zapravo za oglašavanje. Sve je krenulo na bazi studentskih projekata, bila su nekakva savjetovanja i slično gdje sam radio radove i automatski sam radio jako puno stvari sa strane. Ili su to bili fuševi ili projekti koje sam radio na način da sam sam sebi zadao kampanju, neki određeni proizvod uz njega. Pokušao sam osmisлити vizuale, printove i slično. Onda sam upoznao profesoricu koja je u meni, ajmo reći, prepoznala potencijal i uzela me za svog demonstratora. To me je motiviralo da još više radim, da još više proučavam, učim i slično. Bio sam njezin demonstrator jedno vrijeme, nakon što sam se uspio dokazati, nakon što je ona zapravo vidjela da ja mogu, hoću i želim, dala mi je još više povjerenja. Postao sam asistent, ali sam odlučio i skužio da zapravo ne želim provesti život educirajući druge, nego da želim

sam na sebi jako puno napraviti, što više postići. Ta ljubav prema dizajnu, prema reklamama me ponukala da odem raditi u reklamnu agenciju. Želio sam osjetiti taj žar kad ideš na posao i gledaš svoje reklame, kad otvoriš novine i vidiš svoj print, billboard ili slično. Znači, rad na malo većim stvarima.

Srećka: Presudna odluka koja je definirala tijek moje karijere, definitivno je bio odabir fakulteta. Međutim, studiranjem sam shvatila da se profesionalno želim baviti dizajnom, a ne grafičkom tehnologijom. Još kao apsolvantica, zaposlila sam se kao grafički dizajner u časopisu Metropolitan, gdje sam usavršila znanje kompjuterskih programa relevantnih za našu industriju. Nakon toga, radila sam kao freelancer, te sam tako odradila brojne samostalne projekte. Nakon završenog studija, zaposlila sam se u Imago reklamnoj agenciji koja će tek odrediti daljnji tijek moje karijere...

GRF: Zašto ste upisali baš Grafički fakultet?

Darko: Grafički fakultet sam zapravo upisao sasvim slučajno. Volio

sam crtati. Nisam znao što bih, nisam imao ni predodžbu što znači Grafički, što zapravo znači oglašavanje. Tek kad sam došao tamo, kad sam vidio, te sve stvari su me zaokupirale. Onda sam shvatio - OK, time se želim baviti. Prije toga, iskreno, nisam imao nikakvu predodžbu. Samo sam volio crtati, zato sam se tamo i našao. Prije je to bilo drugačije, zato što se smjer birao odmah nakon prve godine, tako da sam se odmah mogao opredijeliti za dizajn, a ne za tehnologiju. Ja mislim da je to bio jedini razlog kao i svima na početku. Ne znaš ni sam kuda ćeš, kakve imaš sklonosti prema nečemu, tamo ideš. Netko se bavi kompjuterima, pa ode na FER, netko voli crtati, pa ode na ili Dizajn, Grafički ili na Akademiju, ako imaš više afiniteta prema tome.

GRF: Jesu li se ispunila Vaša očekivanja?

Srećka: Jesu. Moram priznati da sam puno naučila na fakultetu i kod profesora nikad nisam naišla na zatvorena vrata. Vjerujem da se uvođenjem Bolonjskog procesa puno toga promijenilo na bolje.

Važno je pratiti i knjige, časopise i web portale koji se bave dizajnom.

GRF: Kako Vam je obrazovanje pomoglo u poslu?

Srećka: Pomoglo mi je da se zaposlim. Međutim, važno je pratiti i knjige, časopise i web portale koji se bave dizajnom.

Darko: Pomoglo mi je puno sa strane što sam dobio odlične temelje što se tiče tehnologije. Ljudi možda drugačije gledaju na dizajnere u reklamnoj agenciji. Radi se o tome da jedna kampanja ne podrazumijeva samo TV oglas i oglas u novinama. Prava velika kampanja podrazumijeva hrpu popratnih materijala, koji se sa strane cijelo vrijeme realiziraju. Da bi oni bili mogući i izvedivi, ti moraš, tj. dizajner mora fenomenalno poznavati grafičku tehnologiju, materijale, papire, kako se koja boja ponaša na kojem papiru, na kojem materijalu. To je nešto što Grafički fakultet definitivno ljudima da. Onima koji žele naučiti dok su na fakultetu. Ja sam tu jako puno naučio jer sam bio dobar sa profesorima, uvijek sam išao na konzultacije, ispitivao, vukao za rukave, kako ovo, kako ono. Tako da je to ono što definitivno Grafički fakultet pruža, studenti jednostavno moraju tražiti

informacije od samih profesora, ne oslanjati se samo na ono šta im piše na ploči ili u nekoj knjizi.

GRF: Dakle to je to što može izdvojiti Grafički fakultet od drugih?

Darko: Kod nas u agenciji je omjer studenata sa Grafičkog fakulteta i sa Dizajna podjednak. Često puta iz tiskara naši dizajneri sa Grafičkog fakulteta dobivaju pohvale da su puno bolje pripremili file-ove ili nismo izmislili nešto što nije izvedivo, upravo zato što smo mi tehnički obrazovani i razumijemo većinom kako to konkretno funkcionira i kako treba funkcionirati u realnom životu.

GRF: Prvo što Vas asocira na studentske dane?

Darko: Menza, izlasci, cuga, komadi.

Srećka: Druženje, studentski dom, nova prijateljstva.

GRF: Kakva je povezanost grafičke tehnologije i dizajna?

Darko: Povezanost je ta da kad mi nešto smislimo, onda idemo kod tehnologa u tiskaru da nam to oti-

Dobar dizajner mora biti spreman verbalno obrazložiti svoj rad.

Dizajner mora fenomenalno poznavati grafičku tehnologiju, materijale, papire, kako se koja boja ponaša na kojem papiru, na kojem materijalu. To je nešto što Grafički fakultet definitivno ljudima da.



Dizajneri sa Grafičkog fakulteta dobivaju pohvale ... upravo zato što smo mi tehnički obrazovani i razumijemo većinom kako to konkretno treba funkcionirati u realnom životu.

snu. To je jako bitno, jako teško i jako komplicirano - otisnuti neki proizvod dobro, pogotovo kad se radi o dizajnu ambalaže. Nije jednostavno i definitivno su ti ljudi sa tehnološkog smjera koji nam pomažu cijelo vrijeme da se to napravi prije.

GRF: Možete li nam ukratko predstaviti tvrtku u kojoj radite?

Srećka: Imago je full service reklamna agencija što podrazumijeva da smo klijentima u stanju obaviti sve - od ideje do isporuke materijala. U 16 godina poslovanja, narasli smo do 60-ak zaposlenih i imamo zavidnu listu klijenata od kojih su samo neki: T-Com, Raiffeisen banka, Dukat, Red Bull, Pan, Tuborg, Cedevida i mnogi drugi. Imago je jako snažan i u dizajnu ambalaže za koje smo dobili brojne nagrade.

GRF: Kako ste se zaposlili baš u IMAGU?

Darko: Kako sam zapravo našao posao ovdje? Nije bio otvoren nikakav natječaj, nego sam se samo prijavio. Imao sam portfolio radova, koje sam samoinicijativno napravio, poslao sam to nekim ljudima

na mail. Njima se to svidjelo, onda su me kontaktirali da dođem na razgovor i počeo raditi. Imao sam na izbor jednu istu veliku agenciju koja me zvala. Ovdje je jednostavno sredina bila toplija, bio sam okružen sa hrpom mladih ljudi koji mešetare sa velikim budžetima i to mi je bilo fascinantno - da se baš mladim ljudima toliko vjeruje. Svi su užasno uporni, puno rade i imaju jasno definirani cilj u životu. To je nešto što me ponukalo da dođem ovdje.

GRF: Kakav je Vaš opis posla? Opišite Vaš tipični radni dan?

Darko: Dan grafičkog dizajnera u reklamnoj agenciji je dosta rastegnut. Većinom imaš vremenske okvire u kojima moraš završiti određeni posao. Međutim, to zna biti dosta fleksibilno, tako da si ti sam možeš po mjeri odrediti. Na primjer, ujutro ti se ne radi, pa onda odradiš to kasnije, ali onda ostaneš do ful navečer. Nitko tebi neće reći „E zašto si ti sad otišao na kavu?“ , „Zašto sad tu sjediš, a nisi za računalom?“. Ti imaš svoj rok - ako je tebi rok petak na kraju dana, ti onda moraš dati svoje

rješenje do tada. I ako ti te robove poštuješ, nitko tebe neće pitati zašto u nekom dijelu dana nisi bio za računalom, zašto nisi za radnim mjestom. Netko može napraviti brže, netko može napraviti sporije, tako da mislim da je to super. Dosta je fleksibilno i opušteno, što se toga tiče. S druge strane, velika je odgovornost jer projekti su veliki, budžeti za hrvatsko tržište, u hrvatskim okvirima, dosta su veliki, svatko ima svoj dio odgovornosti. Jednom kad uđeš u taj štimung onda to super funkcionira.

GRF: Klijenti?

Srećka: Moji klijenti su Red Bull i Johnson&Johnson, a uz to radim i na povremenim projektima kao npr. Festival uličnih zabaljača Cest is D'Best.

GRF: Možete li nositi svoj posao i doma?

Darko: Možete nositi, ne samo da se može, nego zapravo i moraš. To je jednostavno posao koji ti moraš voljeti. To nije posao koji dođeš odraditi 8 sati - tebi je cijelo vrijeme u glavi taj posao, ti cijelo vrijeme

To ti mora biti i posao i hobi i zanimacija. Jednostavno, cijeli život ti je to. Baš nekakav, ajmo reći, lifestyle.

o tome razmišljaš. Koliko puta dođeš navečer doma, legneš, i onda ti sjedne kako da napraviš posao o kojem si tri dana razmišljao i tada ga napraviš kroz pola sata, ako odlučiš pojednostaviti. To je definitivno pozitivno. Posao agencijskog dizajnera jednostavno moraš voljeti. To ti mora biti i posao i hobi i zanimacija. Jednostavno, cijeli život ti je to. Baš nekakav, ajmo reći, lifestyle.

GRF: Što Vas najviše veseli u poslu?

Darko: Definitivno novi izazovi, novi projekti, veliki projekti. Možda me, zapravo, najviše veseli kad nam klijenti vjeruju. Jako je teško danas uvjeriti nekoga da ide s ludom kampanjom, s nekom ludom idejom. Sve skupa je to jako puno novaca. Ljudi vam često teško mogu vjerovati. Najveći je uspjeh kad uspiješ prodati nešto jako kreativno i drugačije od drugih. Svi se boje pomaka, žele biti sto posto sigurni. Veseli me raditi sa mladim ljudima koji su ambiciozni, koji znaju i od kojih mogu naučiti.

Srećka: Novi izazovi i novi projekti.

GRF: A što Vas najviše smeta?

Darko: Što mi najviše smeta? Svaki čovjek možda nije toliko sretan kad neka njegova ideja ne prođe. No, to je ono što ovdje ne prolazi, ovdje ne smiješ biti pregoističan, moraš se znati uklopiti u tim i mora ti biti jasno da ako tim ide na prezentacije, vi imate tri rješenja da ta, sva tri rješenja zapravo trebaju biti produkt cijelog tima, makar svatko ima svoj određeni smjer. Sad ne znam što bih još izdvojio.

Srećka: Nedostatak vremena.

GRF: Možete nam izdvojiti neki projekt na koji ste posebno ponosni?

Darko: Pa ne znam, ja sam radio godinu dana na Red Bull-u, tu je bilo jako puno zanimljivih stvari. Radio sam na Tuborgu i na Raiffeisen banci. Ne bih ništa izdvajao, sve što izađe je produkt cijelog tima.

Srećka: Vizualni identitet Međunarodnog festivala uličnih zabavljača Cest is D' Best.

GRF: Najveća zabluda vezana za Vaš posao?

Studenti moraju tražiti informacije od samih profesora, ne oslanjati se samo na ono šta im piše na ploči ili u nekoj knjizi.



Dizajneri komuniciraju, netko drugi to percipira. Zato oni koji šalju poruke moraju biti vrlo oprezni, da se ne šalju negativne konotacije djeci i slično. ...

Darko: Pa, da je lagan.

Srećka: Da su završeni projekti plod rada jedne osobe, ovdje se radi timski...

GRF: Ne možete zamisliti svoj posao bez..?

Darko: Interneta.

Srećka: Glazbe.

GRF: Najvažniji radni alat?

Darko: Paaa, ilustrator.

Srećka: Olovka i papir, zatim Illustrator i Photoshop

GRF: Koji su Vam planovi za budućnost?

Darko: Moji planovi za budućnost su definitivno kao i kod svakog drugog mladog čovjeka - da napredujem. Moji ciljevi su da postanem art direktor čiji će rad biti prepoznatljiv i možda najbolji u regiji. To je nešto što dolazi sa radom, radom i napornim radom. Samo je naporni rad ono što te može iskonstruirati kao nekoga tko je ambiciozan.

Srećka: Moram priznati da mi je recesija poprilično poremetila planove za budućnost. U ovom tre-

nutku važno je održati status quo. Naravno da želim napredovati u hijerarhiji poduzeća i prihvatiti više odgovornosti.

GRF: Kako vidite budućnost dizajna u Hrvatskoj?

Darko: Definitivno ju vidim. Tržište će se otvoriti kada uđemo u Europsku Uniju, doći će još više proizvođača i konkurencija će biti veća. Ljudi koji rade u marketingu, još više novaca će morati ulagati u marketinške kampanje i to je definitivno prilika za ljude iz naše struke da još više naprave, da rade i promoviraju. Ono na čemu se možemo dokazati su hrvatski brandovi, koji ako žele opstati na hrvatskom tržištu i širiti se dalje na regiju, jednostavno moraju imati određene koncepte i određene kampanje koje će taj proizvod prodati. Tako da definitivno tu vidim jako veliki izazov, pogotovo za mlade ljude koji se žele dokazati.

Srećka: Mislim da u Hrvatskoj ima nekoliko jako dobrih agencija, ali ima ih i u susjednim zemljama.

GRF: Dizajn u tri riječi?

Darko: Dizajn je lifestyle.

Srećka: Funkcionalnost, estetičnost, jednostavnost.

GRF: Može neki savjet za one koji se žele baviti tim poslom?

Darko: Prvenstveno moraju voljeti dizajn i željeti ga raditi. Ostalo sve dođe samo po sebi. Kad ti voliš ono što radiš, onda tebi neće biti naporno ostati raditi i do deset navečer, neće ti biti naporno i vikendom doći raditi ako treba. To je jednostavno nešto što ćeš ti željeti napraviti. Mislim da netko može biti talentiran za crtanje, za osmišljavanje ili bilo kakav drugi kreativni izričaj, ali naporan rad je nešto što će te profilirati u nekog tko će biti iznad drugih.

Srećka: Prvo razmisli pa dizajniraj!

GRF: Dobar dizajner mora biti?

Darko: Marljiv.

Srećka: Spreman verbalno obrazložiti svoj rad. Motiviran, ali ne novčanim primanjima, nego srcem.

GRF: Kakav utjecaj ima dizajn na ljude?

Darko: Jako veliki. Dizajneri komuniciraju, netko drugi to percipira.

Uloga dizajnera u društvu jako je velika jer ... dizajneri su ti koji ne prate trendove nego ih stvaraju.

Zato oni koji šalju poruke moraju biti vrlo oprezni, da se ne šalju negativne konotacije djeci i slično. Mislim da je uloga dizajnera u društvu jako velika, koliko god mi to htjeli prihvatiti ili ne, jer jednostavno, dizajneri su ti koji ne prate trendove nego ih stvaraju. Tako da ovisno o tome kako će se neka kampanja na globalnom nivou plasirati, te godine će te stvari biti popularne i mladi ljudi će biti pod utjecajem. Najbolji primjer su kampanje brandova tipa Nike, Adidas, muzička televizija MTV i slično. Što god mladi tamo vide, oni će to kopirati, kupovati, tako se ponašati. Mislim da je odgovornost dosta velika i to je ono na što ljudi u marketinškoj industriji moraju jako paziti.

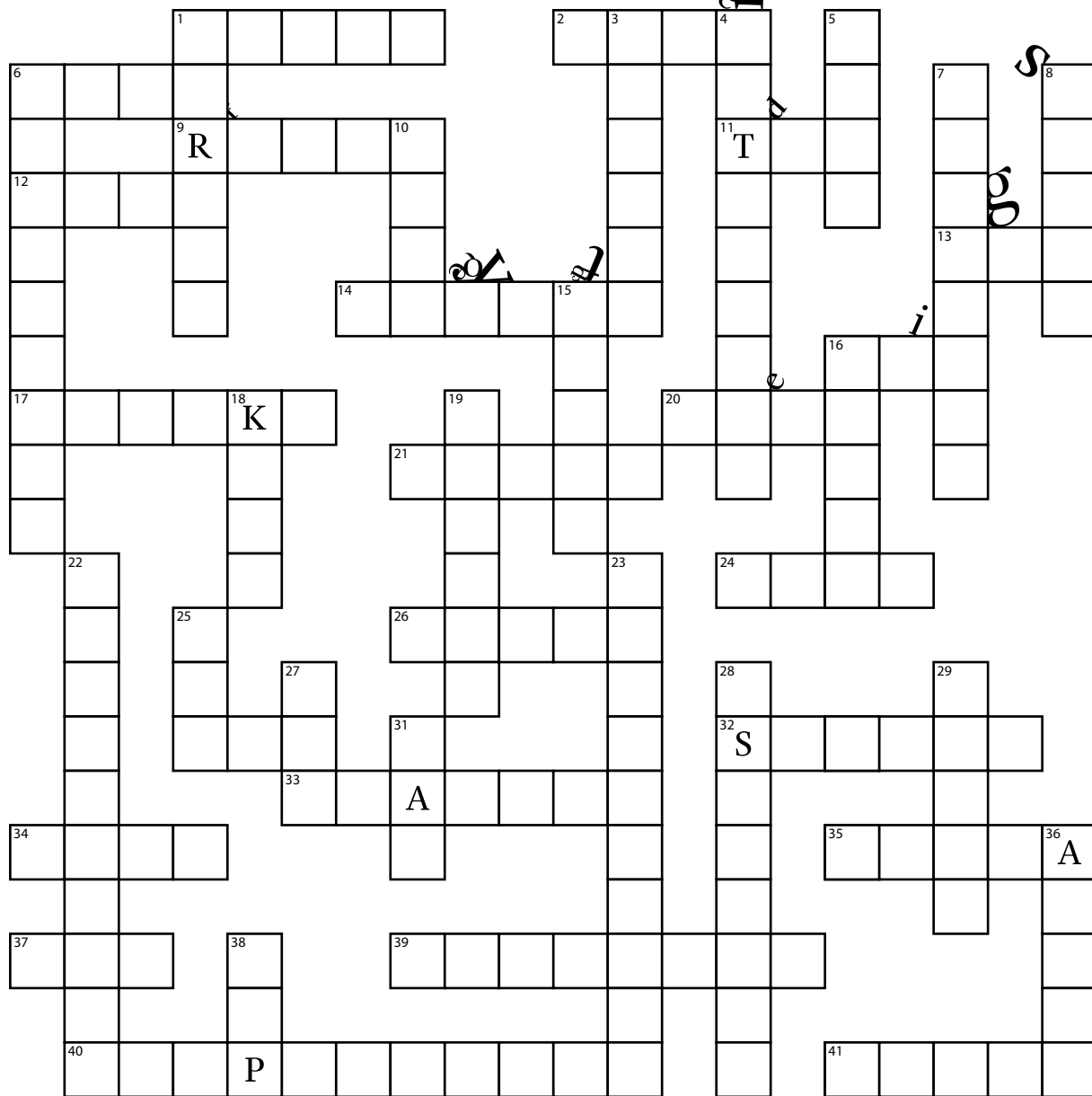
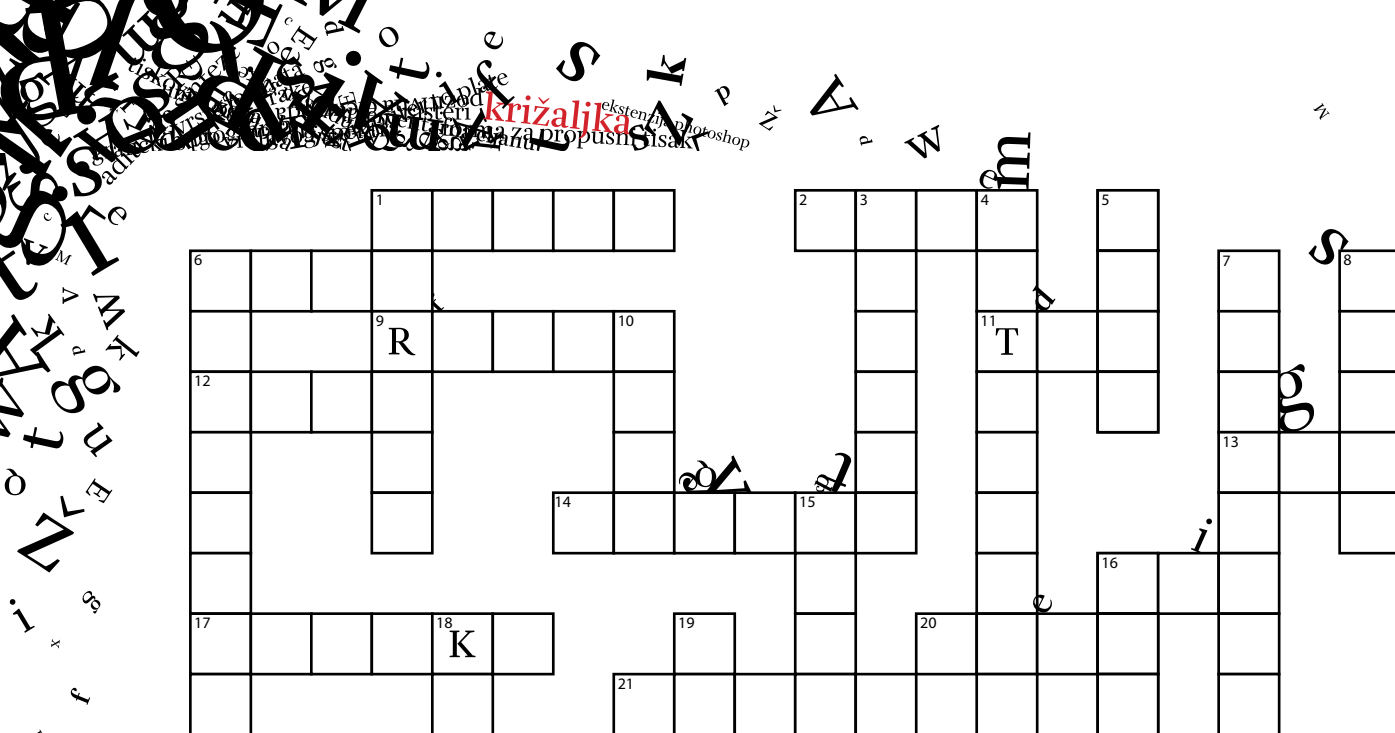
GRF: Kakva je uloga Myspace-a i Facebook-a?

Darko: Jako velika. Facebook je definitivno medij koji gotovo svi brandovi već godinu dana koriste kao komunikaciju. Facebook je još uvijek jako jeftin medij, a okuplja obično veliku koncentraciju ljudi. Tako brand za jako malo novaca

može dobiti jako puno publiciteta. To je nešto što je super, nešto što definitivno koristi. Mi smo imali nekoliko Facebook kampanja koje su bile iznimno uspješne, za jako malo novaca. To je nešto što klijent jako cijeni, kad uloži par tisuća kuna, a vi imate publicitet od par desetaka tisuća korisnika, koji su vidjeli vašu aplikaciju, koristili ju, ili nešto slično. Tako da mislim da je Internet medij koji je u nevjerojatnom usponu i u kojem malo uloženi novaca može, ako je pametno odigrano, donijeti jako puno koristi.

GRF: Zamjena klasične knjige e-knjigom?

Darko: Ne tako skoro. Čitanje knjiga uvijek ima svoje draži. Čovjeku je ljepše i, barem meni, koji sam 12 sati dnevno na računalu, na Internetu, na Facebook-u, još uvijek draže prolistati knjigu nego čitati e-knjige. Baš dapače, e-knjige ne mogu čitati, jednostavno mi je to prenaporno. Tako da mislim da neće tako skoro, možda će u skorij budućnosti sve početi biti digitalno, ali ne tako skoro, toga se ne moramo bojati.



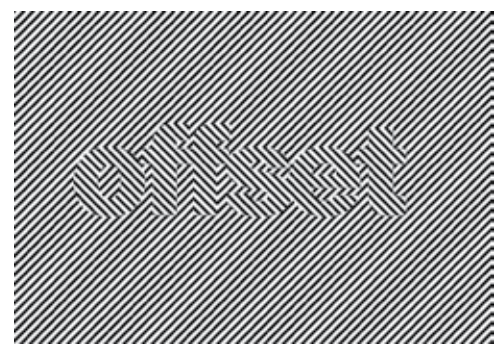
VODORAVNO →

1. boja komplementarna žutoj 2. najčešći format kompresije slike 6. tiskovna forma za propusni tisak 9. niz tonova i stanki različitih trajanja 11. zvuk određene visine, trajanja i boje 12. jutarnji ili večernji... 13. boje aditivne sinteze 14. 3-5 mm oko dokumenta radi naknadnog rezanja 16. raster image processor 17. službena isprava studenta 20. boja za pojačavanje kontrasta 21. najčešća tiskovna podloga 24. podebljanje slova 26. poznata firma grafičkih programa 30. ekstenzija photoshop file-a 32. stalak za fotoaparat 33. geometrijski objekti čija je fraktalna dimenzija strogo veća od topološke dimenzije 34. vrsta formata za kompresiju slike, uključujući rastere i vektore 35. ime kazališta, Mala... 37. suprotno sjajnom 39. najčešći materijal za izradu tiskovne forme u plošnom tisku 40. nadahnuće 41. karnevalska ili layer

↓ **OKOMITO**

1. index ili t -... 3. grafički umnožena obavijest, izvršena na javnom mjestu 4. izumitelj tiskarskog stroja 5. najčešći materijal za izradu tiskovne forme u visokom tisku 6. odabir (u grafičkim programima) 7. vrsta Rembrandt-ovih grafika 8. naziv velikih reklamnih plakata 10. kćeri Zeusa i Mnemozine, zaštitnice umjetnosti (jednina) 15. niz naracijom povezanih prozora 16. nož za skidanje viška bojila sa tiskovne forme 18. stepenasti predložak s oređenim brojem polja 19. negativna elektroda 22. zadatak u doradi 23. način mjerenja kakvoće slike 25. desktop publisher 27. portable document format 28. nauka o umjetnosti i umjetničkom stvaralaštvu 29. uređaj za čitanje VHS kazete 31. površinski aktivne tvari 36. pozitivna elektroda 38. computer to plate

Gdje se nalazimo?



Brošura Grafičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu

broj 1, godina 1
CIJENA: NULA KUNA

IZDAVAČ:
Grafički fakultet

ADRESA:
Grafički fakultet
Getaldićeva 2
10000 Zagreb
tel. +385 1 2371080
fax: +385 1 2371077

dekan@grf.hr
www.grf.hr

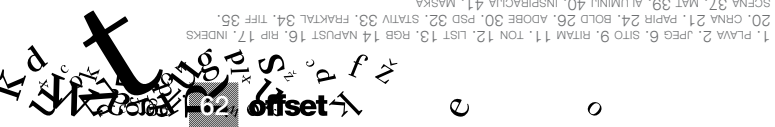
UREDNIŠTVO:
Iva Bilušić
Ivan Dilberović
Jurica Dolić
Martina Kalem
Daria Mustić
Tanja Prlenda

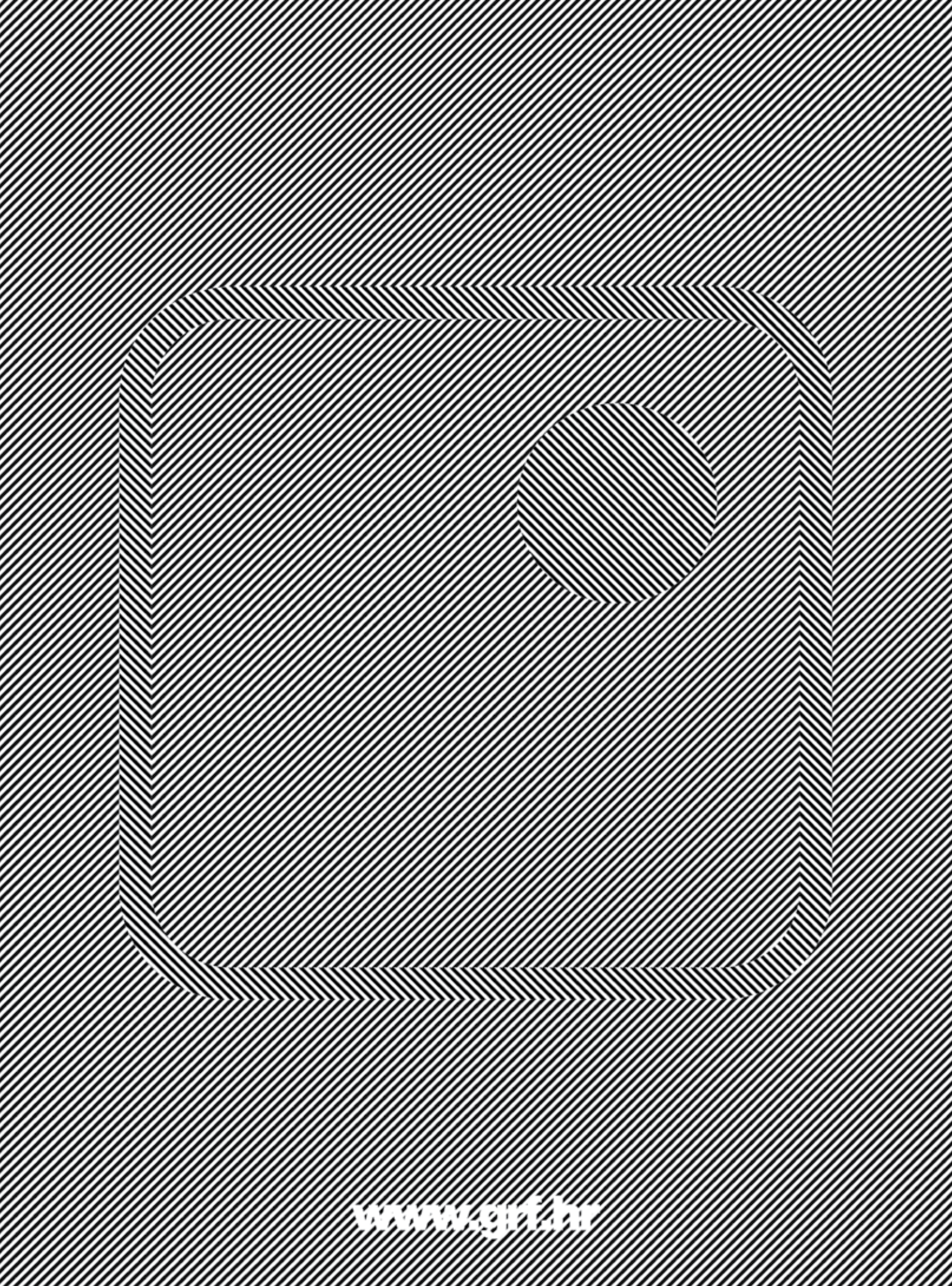
FOTOGRAFIJE:
Josip Bota
Jelena Balić
Jurica Dolić
Dragana Savić

ZAHVALA NA SURADNJI:
Tomislav Cigula
Denis Begović
Martina Brkić
Tomislav Cigula
Jelena Ivković
Sanja Martinko
doc. dr. sc. Jesenka Pibernik
Lea Popović
Ana Zidar

Korisni linkovi

- www.grf.hr
službene stranice Grafičkog fakulteta
- www.graficari.com/forum/
Forum studenata Grafičkog fakulteta
- www.szgrf.org
Stranice Studentskog zbora Grafičkog fakulteta
- <http://dizajn.grf.hr/rasprava>
Forum Dizajna grafičkih medija
- www.facebook.com/home.php?#/pages/Zagreb-Croatia/Grafiki-fakultet/44189470378
Facebook stranica Grafičkog fakulteta





www.globe