

Vizualni identitet

“Ja, istražujem!”

PROJEKT: Horizon Europe, “Blue-connect” (Reconnect science with the blue society)

POJMOVNIK:

- Projekt - izvor financiranja i način upravljanja aktivnostima.
- Blue-connect - akronim Horizon Europe projekta.
- Reconnect science with the blue society - puni naziv projekta.
- Europska noć istraživača (ERN) ili skraćeno “Noć istraživača” je jednodnevno događanje u rujnu. Pojam se često koristi kao sinonim za projekt. Također, uvriježen je diljem EU.
- “Ja, istražujem!” - novi i originalni naziv kojim se žele komunicirati aktivnosti popularizacije znanosti na cjelovit/integralan način.

O NAMA:

Sveučilište u Splitu koordinator je projekta Blue-connect za koji je potrebno izraditi logo i vizualni identitet. Glavni cilj projekta je popularizacija znanosti, a jedno od događanja je održavanje *Noći istraživača* kojoj je cilj *na zabavan i jednostavan način približiti znanstvenike javnosti, djeci i mladima te srušiti predrasude i nepoznanice koje postoje prema znanstvenoj zajednici.*

Noć istraživača je jedno događanje koje traje jednu večer (tradicionalno zadnjeg petka u rujnu). Razvojem brenda “Ja, istražujem!” ciljali bismo na povezivanje i prepoznatljivost svih aktivnosti projekta, odnosno produžili bismo priču oko Noći istraživača na način da se na popularizaciji znanosti radi kroz cijelu godinu. Razvijeni brend bi se koristio u narednim godinama. Centralno događanje koristi naziv “Noć istraživača” i koristi se zajedno s krovnim brendom kao naziv koji opisuje događanje.

Projekt se fokusira na razvoj *plavog društva, društva koje je osviješteno o uskoj povezanosti mora i lokalne zajednice, potrebi očuvanja mora i racionalnog korištenja resursa.*

Projekt okuplja 9 partnera s područja *Jadranske Hrvatske* koji se u svojem znanstvenom radu, među ostalim, bave problematikom mora, plave ekonomije i društva (Sveučilište u Splitu, Rijeci, Zadru, Dubrovniku, Puli, Institut za oceanografiju i

ribarstvo, Mediteranski institut za istraživanje života, Institut za jadranske kulture i melioraciju krša te Znanstveno tehnologijski Park Sveučilišta u Rijeci - STEP RI).

Jedan od važnijih ciljeva je zainteresirati što više djece i mladih da posjete Noći istraživača. Kroz aktivnost „Istraživači u školama“ namjeravamo ih informirati, omogućiti, potaknuti, ali i zainteresirati za nastavak edukacije u znanosti te pozvati na Noć istraživača. Istraživači sa sveučilišta i istraživačkih institucija posjetit će osnovne i srednje škole u regiji i organizirati aktivnosti sa ciljem edukacije i animacije djece te pozivanja na sudjelovanje u Noći istraživača.

Provest će se i kampanja *Podizanja svijesti* koja uključuje aktivnosti otvorene učenicima, studentima i široj javnosti. Planirana je provedba više od 25 događanja u obliku predavanja, otvorenih dana laboratorija, radionica, dizajna edukativnih video materijala, itd. Sve predaktivnosti tematski će biti povezane s aktivnostima na Noći istraživača kako bi javnost zainteresirali na ponovno sudjelovanje i kontinuirano će se odvijati u razdoblju trajanja projekta (1.5.2022. - 31.10.2023.).

DIONICI PROJEKTA I CILJANE SKUPINE

Ključni dionici su istraživači i znanstvenici, suradnici s partnerskih institucija koji će provoditi znanstveno edukativne aktivnosti, te učitelji/nastavnici i profesori u školama kao promotori aktivnosti.

Primarna ciljna skupina su *djeca i mladi* (podskupine: predškolski uzrast, osnovna škola, srednja škola i studenti) koje želimo zainteresirati za znanost, osnažiti i motivirati. Kako je u komuniciranju aktivnosti, ali i na samim događanjima, nužno adresirati ispravnu ciljnu podskupinu, potrebno je obratiti pažnju na sustav informiranja ciljne skupine o adekvatnosti aktivnosti za uzrast (npr. korištenje sustava boja i simbola uz vođenje brige o uključenosti skupina s vizualnim teškoćama).

Posredne ciljne skupine nužne za aktiviranje primarne ciljne skupine:

Učitelji i profesori: pozvati ih na uključivanje u projekt, suradnju u aktivnosti „Istraživači u školama“ u organizaciji izvannastavnih aktivnosti za djecu koje uključuju posjete znanstvenika i eksperimente u školama. Konkretna i jasna komunikacija uklopljena u njihove postojeće aktivnosti.

Roditelji: motivirati ih na uključivanje i dolazak na Noć istraživača. Razviti svijest o ulozi znanosti u društvu i prilikama za njihovu djecu. Povećati povjerenje u znanstvena istraživanja i rezultate.

Tvrtke: utjecaj znanosti na industriju i gospodarski razvoj, inovacije i kako nova otkrića mijenjaju svakodnevicu tvrtki stvarajući nove prilike za suradnju.

KLJUČNE PORUKE:

Komunikacijom želimo izgraditi brend fokusiran na promjenu percepcije znanosti u javnosti te otvoriti znanost široj populaciji. Iako je najznačajniji događaj projekta održavanje Noći istraživača, novim brendom želimo povezati sve predaktivnosti i osvijestiti širu populaciju o važnosti znanosti u njihovom svakodnevnom životu.

Brend želimo promicati pod nazivom „**Ja, istražujem!**“, što daje dojam osobnijeg i otvorenijeg pristupa ciljnim skupinama i ujedinjuje sve aktivnosti koje će se provoditi tijekom projekta.

Brend „Ja, istražujem!“ karakterizira: *znanje, uključivost, stvaranje, promjena, kreativnost, iskustvo, originalnost, inovativnost, interakcija, otkrivanje, raznolikost, zabava*. Navedene ključne riječi mogu se koristiti u razradi identiteta.

GLAVNE KARAKTERISTIKE BREND:

Glavne karakteristike brenda su osobni (personificirani) pristup, konkretna (ne apstraktna) vizualna komunikacija, umreženost, interaktivnost i povezanost s morem. More je ključni element komunikacije i predstavlja poveznicu svih aktivnosti.

Vizualni identitet mora biti samostalan, ali treba razviti sustav uklapanja u postojeće identitete institucija partnera koji organiziraju i održavaju aktivnosti u okviru projekta, ali i druge aktivnosti popularizacije znanosti van projekta.

Sustav brenda „Ja, istražujem!“ može se i koristiti na način da se transformacijom koriste glagoli koji identificiraju granu znanosti ili smjer studija. Npr. Ja, kemijam!, Ja, dizajniram!, Ja, vodim!, Ja, računam!, Ja, liječim!, Ja, recikliram!, Ja, plovim!, Ja, gradim!, itd.

Primjene identiteta trebaju predvidjeti raspon komunikacijskih materijala i alata od društvenih mreža (profilna slika, “profile frame” koji mogu koristiti pratitelji, format objava, maske za fotografije, i dr.), preko promotivnih materijala (npr. bedž, bilježnica, olovka) do jumbo plakata.

SADRŽAJ NATJEČAJNOG RADA:

Idejno rješenje treba sadržavati vizualizacije svih relevantnih elemenata sustava predstavljenih u karakterističnim odnosima i primjere karakteristične primjene, te na taj način pružiti temelj za razumijevanje predloženog koncepta identiteta.

- Tekstualno obrazloženje ideje i koncepta za vizualni identitet (obvezno je priložiti kratko tekstualno obrazloženje koncepta, a moguće je priložiti i detaljnija pojašnjenja, ako to autor smatra potrebnim, do maksimalno 1.800 znakova s razmacima).

- Prijedlog idejnog rješenja vizualnog identiteta i glavnih vizualnih elemenata te njihovih odnosa (prijedlog sustava boja i tipografije, prikaz karakterističnih odnosa osnovnih elemenata vizualnog identiteta).
- Prijedlog sistema ili sustava brenda.
- Nekoliko različitih primjera primjene vizualnog identiteta (najmanje 5 relevantnih za predloženi koncept, koji obavezno uključuju primjenu na majicama, plakatima, internet stranici, društvenim mrežama, memorandumu).
- Opis rješavanja i izvođenja posebnih motiva, u slučaju uvođenja ilustracije ili fotografije za predstavljanje tema u promociji i edukaciji.

Prijedlog osnovnog idejnog rješenja treba biti u vektorskom formatu, dok ostalo može biti u rasteru. Sve treba biti objedinjeno u jedan pdf dokument zajedno s tekstualnim obrazloženjem koncepta. Pridodati posebnu pažnju logotipima partnera projekta i elementima vidljivosti programa Europske unije (logotip programa i EU, logotip partnera priloženi Natječaju) na odgovarajućim primjenama.