



Prof.mg Никола Латковић, MFA  
**K / O / N / K / U / R / S**

Inicijalna izložba nezavisnog istraživanja konkursne prakse u nabavkama vizuelnog identiteta:  
znak, logo, logotip, grb, amblem, oznaka, žig, zastava, maskota, ideogram, simbol,...



Izložba „Konkurs“ Nikole Latkovića po mnogo čemu je specifična, neuobičajena, naročito, kako to često volimo da kažemo, za prilike koje vladaju u našem društvu i na našoj umjetničkoj sceni. Dakle, Nikola je termin za izlaganje dobio aplicirajući na konkurs koji se odnosi na „mlade umjetnike, umjetnike koji su se potvrdili svojom profesionalnom biografijom i stekli relevantne umjetničke reference i za kustoske projekte” sa izložbom tautološkog naziva „Konkurs“, što je već samo po sebi obećanje iskliznuća iz klišea, iskošenog pogleda, drugačijeg promišljanja i pristupa izložbi kao retoričkoj figuri. Kada se čita u uobičajenom ključu, konkurs ovakvog tipa podrazumijeva prijavljivanje sopstvenog autorskog djela ili kustosiranje koje bi značilo aktivan / interaktivan rad sa umjetnicima i selektiranje umjetničkih djela čiji se semantički efekti proširuju dovođenjem u međusobne relacije kako bi ilustrovali tezu kustosa izložbe. Već na samom početku se pojavljuje začudna situacija koja unosi izvjesnu zbunjenost, jer izložba na određeni način iskače iz okvira zadatog propozicijama konkursa. Nikola ne izlaže svoje radove (iako bi mogao), već drugih autora / dizajnera, i nije klasičan kustos, jer nije birao radove, već ih je neselektivno prikupljao i prezentovao preko 100 radova do kojih je uspio doći. O kakvom se to onda autorskom projektu radi? Nikola, profesor dizajna, u čijoj sferi interesovanja i promišljanja je status dizajna / dizajnera i njegova uloga u društvu, odlučio se za svojevrsni projekat koji u ovoj fazi / fazi izložbe znači prezentovanje prikupljenih, prvonagrađenih grafičkih rešenja na različitim konkursima u Crnoj Gori bez kritičkih, vrijednosnih, estetskih ili bilo kojih drugih kvalifikacija i sudova. Dakle, na izložbi se mogu vidjeti grafička rješenja (logoi, logotipi, žigovi, vizuelni identiteti...) sa kratkim informacijama o nazivu konkursa, naručioca i imenu nagrađenog autora. Istraživačkim radom koji je rezultirao prezentacijom brojnih rješenja, Nikola upućuje na jedan fini, nepretenciozni način na nedovoljno vidljiv i u odnosu na klasične discipline iz korpusa visokih umjetnosti marginalizovan status dizajnerskog esnafa. Dugotrajno prikupljanje, prije svega radova iz digitalne epohe, ali i i onih nastalih u analognom vremenu, rezultiralo je svojevrsnim pregledom, po riječima autora, „izložbom konstatacijom” i „vizuelnom statistikom” koja publici omogućava simultani uvid u dešavanja u svijetu grafičkog dizajna kod nas. Može se zaključiti da je u pitanju dokumentarna izložba i jedan od prvih, pionirskih priloga našoj istoriji dizajna koji će poslužiti kao dobra platforma za dalju analizu i objektivnije situiranje grafičkog dizajna u sferi crnogorske umjetnosti. Kroz revijalni prikaz radova mogu se uvidjeti promišljanja i dijalektička kretanja prvonagrađenih autora između komercijalnog i umjetničkog, vlastitog i stranog, individualnog i kolektivnog, razlike

i ponavljanja, invencije i konvencije, interteksta i teksta, i što je možda najupadljivije, kontekst i duh vremena i sloboda / nesloboda u kreaciji koja je zadata parametrima konkursa.

Društveni život je impregniran znakovima i u toj hiperinflaciji znakova jedna od ključnih uloga dizajna je da uspostavlja značenje, vrijednosti i obrasce ponašanja upravo upotrebom kodova. Dizajn je nužno granični prostor na međi onoga što je poznato i onoga što još nije. Istraživanje, ukratko, znači pokretanje niza postupaka u određenim okvirima i na sopstvenom polju kome se na strogo strukturalnom nivou mora priznati relativna autonomija u dijalektičkom odnosu sa drugim praksama i disciplinama, kontekstom vremena. Ekonomija formalnog u korist stvarskog sadržaja je jedan od konstitutivnih modela koji se primjenjuju u dizajnu sa ciljem maksimalizovanja komunikacijskog potencijala. Kada je u pitanju grafički znak kompanije, velike ili male, državne institucije, projekta, grafičkom rješenju cilj nije predstava sama po sebi, već komunikacija, simbolička poruka, koja na jednostavan, prepoznatljiv i upamtljiv način treba da izrazi duh i suštinu ideje, identiteta, proizvoda, namjene... Međudisciplinarno preklapanje sfere grafičkog dizajna sa komercijalnim kredom društva i tržišta rezultira hibridnim tvorevinama čiji je cilj održavanje ciklusa prodaje i potrošnje ili naprosto „urezivanja” znaka kao simbola određene ideje ili pojma u svijest / podsvijest gledaoca. Upravo izložba „Konkurs” treba da „posluži” kao ogledna tabla na kojoj publika može prepoznati ove elemente, ili izostanak istih.

Sučeljavanjima i interakcijama grafičkih rješenja različitih autora Nikola je učinio napor da se u malim sredinama poput naše, a koje, htjeli mi to priznati ili ne, često isповijedaju „palanačku religiju zatvorenosti” (R.Konstantinović) i najviše zadiru od „apsolutne otvorenosti” promijeni percepcija dizajna i pokrene diskurs o njegovom statusu danas. Ovakav pristup bi trebalo da zainteresuje struku i javnost na ozbiljnije promišljanje uloge dizajna, što bi u konačnici, doprinijelo kvalitativnim pomacima, većim pregnućima u polju dizajna, njegovoj boljoj afirmaciji, ali i kultivisanju vizuelne percepcije kako naručilaca, tako i korisnika.

**Ljiljana Karadžić**  
*istoričarka umjetnosti*

**АВИО КОМПАНИЈА  
М.П. „MONTENEGRO AIRLINES“ Д.О.О.  
у сарадњи са  
УДРУЖЕЊЕМ ЛИКОВНИХ УМЈЕТНИКА  
ПРИМИЈЕЊЕНИХ УМЈЕТНОСТИ ЦРНЕ ГОРЕ**

објављује јавни југословенски анонимни

## КОНКУРС

За ријешење визуелног идентитета, заштитног знака Авио компаније MONTENEGRO AIRLINES

1.

Циљ конкурса је да се добије оригинално рјешење визуелног идентитета, заштитног знака и логотипа Авио компаније „Montenegro Airlines“

2.

Рјешење заштитног знака и логотипа треба да симболизује Авио компанију „Montenegro Airlines“ и њену дјелатност, да буде оригинално, репрезентативно и лако препознатљиво.

3.

„Montenegro Airlines“ је прва црногорска државна авио компанија, са основном дјелатношћу превоза путника и транспорта роба у нашој земљи и свијету

4.

Словно рјешење, логотип гласи: MONTENEGRO AIRLINES, скраћено MONTAIR, и треба га ријешити у латиничној варијанти. Зависно од примјене, рачунати и на остале неопходне податке, адресу, телефоне, telex и друго.

5.

**Комплетан конкурсни елаборат треба да садржи:**

1. Рјешење знака у боји димензија до 15x15 cm, по могућности до три боје.
2. Рјешење знака у црно бијелој техници димензија до 15x15 cm.
3. Рјешење конструкције знака у истој размјери.
4. Пластично рјешење знака димензија до 15x15 cm у пригодном материјалу.
5. Рјешење знака и логотипа у боји, у размјери 1:1 за писмо А4, коверат и визит-карту.
6. Рјешење знака и логотипа у црно-бијелој техници у размјери 1:1, за писмо А4, коверат и визит-карту
7. Рјешење знака и логотипа у боји, аплицирано на аквиону у пригодној размјери на формату А4.
8. Текстуално образложење идеје знака и логотипа.
9. Изајва аутора о оригиналности рјешења знака и логотипа, потписано шифром.

6.

Пропозиције за доставу радова:

- 6.1. Сви прилози морају бити презентирани и достављени на формату А4, у запечаћеној и одговарајућој амбалажи.
- 6.2. Сви прилози треба да буду означени редним бројем прилога, и шифром, у горњем десном углу.
- 6.3. У посебно запечаћеној коверти, на којој је назначена шифра аутора, доставити податке о аутору, име и презиме, адреса, телефон и број жиро рачуна. Овај коверат доставити у упакованом елаборату.
- 6.4. Елаборат који не буде достављен према пропозицијама наведеним у конкурсу, неће бити разматран.
- 6.5. Адреса за доставу радова:  
Авио компанија М.П. „MONTENEGRO AIRLINES“ Д.О.О.  
са назнаком (Конкурсни елаборат)  
Београдска 10 (пословна зграда „Зетатранс“-а)  
81000 ПОДГОРИЦА

7.

Награде:

Прва награда .....	10.000
Друга награда .....	5.000 динара
Трећа награда .....	2.500 динара

Награде ће бити исплаћене у нето износу на жиро рачун аутора, најкасније у року од 10 дана од дана објављивања резултата конкурса.

8.

Исплатом награде ауторима, расписивач конкурса стиче неограничено право на употребу и коришћење награђених радова. Првонаграђени рад стиче право на реализацију. Реализација ће бити повјерена аутору, или другом стручном лицу, што ће бити регулисано посебним уговором уз посебну накнаду.

9.

Приспјеле радове разматраће и оцијењивати жири у саставу:

1. КРСТО КРАЉЕВИЋ, председник
2. СЛОБОДАН СЛОВИНИЋ, члан
3. ВЕЛИБОР РАДОЊИЋ, члан
4. ВАСИЛИЈЕ КНЕЖЕВИЋ, члан
5. ДОБРОСЛАВ МРДАК, члан
6. Др ДЕЈАН РАДОЊИЋ, члан
7. ЧЕДОМИР ЂУРИШИЋ, члан

10.

Радове доставити најкасније до 19. јуна 1995. године. Жири ће разматрати радове који приспју у наведеном року, као и радове који су у назначеном року послати препорученом поштом, а на адресу приспју најкасније три дана од дана упућивања.

Избор радова жири ће извршити најкасније до 30. јуна 1995. године, о чему ће награђени аутори бити писмено обавијештени, најкасније до 10. јула 1995. године.

Расписивач не преузима обавезу повраћаја ненаграђених радова.

Конкурс је расписан у дневним листовима „Побједа“ и „Политика“.

За све детаљне информације обратити се на телефоне „MONTENEGRO AIRLINES“-а 081/22-641 и 22-648.

4614(пр.314)





The exhibition entitled “The Contest” by Nikola Latković is, in many ways, specific and unusual especially considering, as we often like to say, the circumstances dominating in our society and on our art scene. So, Nikola obtained the term for exhibiting by applying to a contest that refers to “young artists, artists that have an established professional background and have acquired relevant artistic references as well as to curatorial projects” with the exhibition of a tautological title - “The Contest”, which inherently assures of a sliding out from clichés, an askew view, different reflections and approach to the exhibition as a rhetorical figure. When read in the usual key, a contest of this type implies the submission of one’s own work or curating - which would mean an active/interactive work with artists and the selection of artworks with semantic effects that expand by being brought to mutual relations so as to illustrate the thesis of the curator of the exhibition. Already at the very beginning, there is a peculiar situation that causes certain confusion since, in a certain way, the exhibition jumps out of the framework of the given propositions of the contest. Nikola does not display his own works (although he could) but the works of other authors/designers; he is not a classical curator since he did not select the works but he collected them in a nonselective way and presented over 100 works that he managed to get. What kind of an authorial project is this about? Nikola, a professor of design in whose scope of interest and contemplation is the status of design/designer and his role in society, has opted for a kind of project which at this stage/ stage of the exhibition means presentation of collected, first-prize graphic solutions at various contests in Montenegro without critical, evaluating, aesthetic or any other qualifications and views. Thus, the exhibition showcases graphic solutions (logos, logotypes, trademarks, visual identities...) with a short information about the name of the contest, the client and the name of the awarded author. Through research work that resulted in the presentation of numerous solutions, in a fine, unpretentious manner Nikola points out to the insufficiently visible and, in relation to the high-art classical disciplines, marginalized status of the designer guild. The lengthy process of collecting, primarily works from the digital epoch but also those created in the analogue period, has resulted in a kind of review, in the author’s words – an “exhibition-statement” and a “visual statistics” which enables the viewers to obtain a simultaneous insight into the developments in the graphic design domain in our country. We can conclude that this is a documentary exhibition and one of the first, pioneering contributions to our history of design that will serve as a good platform for further analysis and more objective positioning of graphic design in Montenegrin art. Through an overview of



the works, reflections and dialectical motions of the authors-winners of the first prize can be perceived – ranging between commercial and artistic, one's own and strange, individual and collective, difference and repetition, invention and convention, intertext and text, and perhaps the most remarkable – the context and spirit of time and freedom/non-freedom in the creation that is set by the parameters of the contest. Social life is impregnated with characters and in this hyperinflation of characters one of the key roles of design is to establish meaning, values and patterns of behaviour precisely by using codes. Design is essentially a border space on the ridge of what is known and what is not known yet. Briefly, research means the initiation of a series of procedures within certain frameworks and in its own field, where at a strictly structural level relative autonomy in a dialectical relationship with other practices, disciplines and the context of time must be recognized. The economy of the formal in favour of the real content is one of the constituent models applied in design with the aim of maximizing the communication potential. When it comes to the visual mark of a big or small company, a state institution, a project, the aim for the graphic solution is not the presentation itself but communication, a symbolic message which in a simple, recognizable and memorable manner is to express the spirit and essence of the idea, identity, product, its purpose... Interdisciplinary overlapping of the sphere of graphic design with the commercial credo of the society and the market results in hybrid products which aim at maintaining a sales and consumption cycle or simply “engraving” the sign as a symbol of a particular idea or concept into the conscious/subconscious of the viewer. Precisely the exhibition “The Contest” should “serve” as a test panel where the audience could recognize these elements or their absence. In small environments such as ours where, whether we wanted to admit it or not, “a provincial religion of closure” (R.Konstantinović) is often professed and where people shy away the most from “absolute openness”, through confronting and interacting graphic solutions by various authors Nikola made an effort to change the perception of design and initiate a discourse on its status today. This kind of approach should make professionals and the public interested in seriously considering the role of design, which would ultimately contribute to qualitative shifts, greater endeavours in the field of design, its better affirmation but also to the cultivation of visual perception of both the clients and the users.

**Ljiljana Karadžić**  
*art historian*

Grafički dizajner, prof. mr **Никола Латковић\*** (MFA) rođen je 1981. u Titogradu. Nakon podgoričke gimnazije, završio je osnovne studije likovnih umjetnosti na katedri za grafički dizajn na Akademiji likovnih umjetnosti i dizajna u Bratislavi. Na istom mjestu je i magistrirao 2007. godine udvojenim magistarskim radom: teoretskom tezom *Crna Gora – tipografija kao ogledalo kulture* i umjetničkom izložbom *Slovom protiv pogani*. Od 2007. godine se bavi pedagoškim radom na Fakultetu vizuelnih umjetnosti u Podgorici, trenutno u zvanju vanrednog profesora za oblast grafičkog dizajna, tipografije i istorije dizajna. Za potrebe nastave sa slovačkog preveo i adaptirao *Poglavlja iz istorije grafičkog dizajna*, Zdena Kolesára i sa češkog *Eseje o tipografiji* Františka Štorma.

Kraći radni angažman proveo je u reklamnoj industriji, u podgoričkoj filijali Saatchi & Saatchi, a uglavnom se bavi oblikovanjem knjiga, ambalaže i vizuelnih identiteta (među kojima se ističe znak kolektivnog žiga *Dobro iz Crne Gore* sa knjigom grafičkih standarda, kao prvi žig registrovan u Crnoj Gori, a u vlasništvu Privredne komore Crne Gore).

U njegovo polje interesovanja spada muzika. Učestovao je u izvedbama velikih i kamernih djela baroka i renesanse, u praiizvedbi crnogorske opere “Balkanska carica” i na studijskim snimcima sa raznim vokalnim ansamblima u inostranstvu.

latkovic@gmail.com

\* važi od 23. februara 2010, shodno rješenju MUPa, br. 09-UPI-200/10/5946 o promjeni ličnog imena.

Graphic designer, professor **Никола Латковић\*** (MFA) was born in 1981 in Titograd. After finishing high school in Podgorica, he completed bachelor studies of fine arts at the Academy of Fine Arts and Design, Graphic Design department in Bratislava (Slovakia) where in 2007 he also completed his master studies with a twinned MFA work: a theoretical thesis *Montenegro - Typography as a Mirror of Culture* and an art exhibition *To Literate Barbarians*. Since 2007 he has been engaged in pedagogical work at the Faculty of Visual Arts in Podgorica, currently as Associate Professor in the field of Graphic Design, Typography and History of Design. For teaching requirements, he translated and adapted from the Slovak language *Chapters from the History of Graphic Design* by Zdeno Kolesár and from the Czech language *Essays on Typography* by František Štorm.

He spent a short time working in the advertising industry, at the Podgorica branch of Saatchi & Saatchi and is mainly engaged with book design, packaging design and visual identity (among which the logo of the collective trademark *Good from Montenegro* with the brand book stands out as the first registered trademark in Montenegro owned by the Montenegrin Chamber of Economy).

Music is in his field of interest. He participated in performances of Baroque and Renaissance large and chamber works, in the world première of the Montenegrin opera “Balkan Empress” and studio recordings with various vocal ensembles abroad.

latkovic@gmail.com

\* as of February 23rd 2010, in accordance with the decision of the Ministry of Internal Affairs, no. 09-UPI-200/10/5946 on the change of personal name Nikola Latković.



CENTAR SAVREMENE  
UMJETNOSTI CRNE GORE

CENTAR

[www.csucg.co.me](http://www.csucg.co.me) **Никола Латковић** Galerija Centar Njegoševa 2, Podgorica  
Izdavač Centar savremene umjetnosti Crne Gore Za izdavača Nenad Šoškić  
Kustoskinja Biljana Keković Tekst Ljiljana Karadžić Prevod na engleski Darja Marija Vuletić  
Tehnička realizacija izložbe Novica Vuković, Rajko Raičević, Nebojša Raspopović,  
Nemanja Radević Tiraž 150 Štampa DPC, Podgorica mart 2019.

ISBN 978-9940-41-031-5  
COBISS.CG-ID 38057744