

Pogled u izlog-alternativni vodič kroz izloge Barcelone

Husnjak, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:560528>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

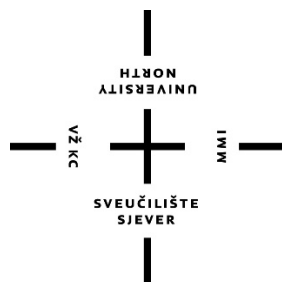
Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





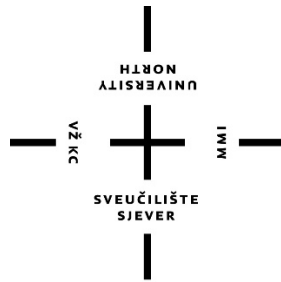
**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 175/MED/2022

Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone

Sara Husnjak, 3643/336

Koprivnica, rujan 2022. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za Medijski dizajn

Završni rad br. 175/MED/2022

Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone

Student

Sara Husnjak, 3643/336

Mentor


Luka Daniel Borčić, doc.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za umjetničke studije		
STUDIJ	preddiplomski sveučilišni studij Medijski dizajn		
PRISTUPNIK	Sara Husnjak	MATIČNI BROJ	0336036616
DATUM	15.07.2022.	KOLEGIJ	Vizualna komunikacija i novi mediji
NASLOV RADA	Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	A glance through a window - an alternative travel guide through the shop windows of Barcelona		
MENTOR	Luka Daniel Borčić	ZVANJE	doc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. art. Andro Giunio, predsjednik		
	2. doc. art. Niko Mihaljević, član		
	3. doc. art. Luka Daniel Borčić, mentor		
	4. doc. art. Igor Kuduz, zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	175/MED/2022		
OPIS	<p>Posljednjih godina moderna, glamurozna Barcelona stekla je reputaciju jednog od najboljih europskih gradova za kupovinu. Kada ste samo u kratkom posjetu, može biti pomalo zastrašujuće saznati gdje pronaći dobre i unikatne dućane.</p> <p>Ovaj projekt osim što preispituje konvencionalne pristupe turističkim vodičima stvoren je prvenstveno kako bi čitatelju olakšao pronalazak autentičnih suvenira i unikatnih doživljaja.</p> <p>Taj "doživljaj" koji je i baza modernog turizma realizirao bi se kroz vodič oblikovan autorskim ilustracijama i tekstovima.</p> <p>U radu je potrebno:</p> <ul style="list-style-type: none">- analiza i povijest turističkih i alternativnih turističkih vodiča- istraživanje o suvremenom turizmu- pronalazak zanimljivih dućana i lokacija - izbor- fotografiranje / dokumentiranje i ilustriranje istih- izrada prijeloma brošure i tekstualnog djela		
ZADATAK URUČEN	15.07.2022	POTPIS MENTORA	

Predgovor

Moj završni rad pod nazivom „Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone“ odabrala sam nakon što sam u Španjolskoj provela dva semestra studija putem Erasmus razmjene studenata.

Treću godinu studija pod nazivom "Medijski dizajn" Sveučilišta Sjever, koje je moje matično Sveučilište, u akademskoj godini 2021./2022., provela sam živeći u Barceloni i studirajući na ESDi Visokoj školi za dizajn u Sabadellu, pokraj Barcelone.

Sažetak

Posljednjih godina moderna, glamurozna Barcelona stekla je reputaciju jednog od najboljih europskih gradova za kupovinu. Kada se čovjek nalazi samo u kratkom posjetu u Barceloni, može biti pomalo zastrašujući pritisak obaveze pronalaska dobrih i unikatnih dućana, u želji da se što prije kupe dobri pokloni koji će biti trajan podsjetnik na Barcelonu kod kuće. Ako dakle posjetitelj želi prijateljima, obitelji i samom sebi pribaviti lijep suvenir, umjetnički predmet ili neku korisnu stvar za svakodnevnu uporabu, vrlo je korisno služenje dobrim specijaliziranim vodičem. Ovaj rad – brošura „Pogled u izlog - aliterativni vodič kroz izloge Barcelone“, koji sadrži i mapu za pronalazak dućana, izrađen je upravo sa svrhom kako bi čitatelju olakšao kupnju lijepih suvenira, uz pozitivno ugodno iskustvo.

Razmišljala sam i o tome da je korisno u brošuri navesti jedan dućan specijaliziran za tipičnu barcelonsku hranu, a to je prodavaonica raznih vrsta grahorica koje se mogu kupiti već gotove za jelo, kako bi posjetitelj imao odmah uvid u zdravu hranu, koja je brzo dostupna. Također u brošuri su navedeni i dućani s vrlo različitim proizvodima po povoljnim cijenama, što je na primjer, za studente koji obično nemaju na raspolaganju veliki budžet, vrlo korisno.

Izradila sam alternativni turistički vodič, mojeg osobnog doživljaja Barcelone i njezinih malih intrigantnih dućana i galerija. Smatram da će ilustracije koje sam izradila pružiti osjećaj intime i ugone kod budućeg posjetitelja Barcelone, te da će ih inspirirati i moj opis i poruka navedena uz svaki dućan. Moja želja je da osobni pristup i ljubav prema malim dućanima, koje sam osjećala prema njima, živeći u Barceloni, osjete i budućí posjetitelji koji će vodič „Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone“ imati u rukama.

Ključne riječi: brošura, turistički vodič, ilustracija, dućani, turizam

Summary

In recent years, modern, glamorous Barcelona has acquired the reputation of one of Europe's best shopping cities. When a man is only on a short visit in Barcelona, he can be somewhat intimidated from the obligation to find a good and notable shops, with the desire to provide as soon as possible good gifts that will be a permanent reminder of Barcelona at home. Thus, if a visitor wants to ensure for his friends, family and himself a beautiful souvenir, an art object or a useful item for everyday use, it will be very useful to use a good specialised guide.

This work — „A glance through a window - an alternative travel guide through the shop windows of Barcelona“, which also contains a map to find shops, was designed precisely to make it easier for the reader to buy souvenirs, with a positive pleasant experience. I also thought that it would be useful to mention in the brochure one shop specialising in typical Barcelona food, a shop of various types of legumes that can be bought already cooked for meals, so that the visitor has an immediate overview of the healthy food, which is available quickly. Shops with very different products at affordable prices are also mentioned in the brochure, which is very important for students who usually do not have a large budget.

I have created an alternative tourist guide, with my personal experience of Barcelona and its small intriguing shops and galleries. I believe that the illustrations I have made will provide a good feeling and comfort for a future visitor to Barcelona, and that he or she will be inspired both by my description and by my message given with each shop. My wish is that my personal experience and love towards small shops, which I felt, living in Barcelona, should also be felt by future visitors who will be guided by the „A glance through a window - an alternative travel guide through the shop windows of Barcelona“ who have it in their hands.

Keywords: brochure, travel guide, illustration, shops, tourism

Popis korištenih kratica

DPI	Dot Per Inch Točaka po inču.
mm	milimetar
JPG	Joint Photographic Group Vrsta komprimirane digitalne slike
PNG	Portable Network Graphics Slikovna bitmapa s lossless kompresijom
PSD	Photoshop document Photoshop standardni zapis
A5	Standardni format papira (148x210mm)

Sadržaj

1.	Uvod	1
2.	Motivacija u odabiru teme.....	2
3.	Turistički vodiči	3
3.1.	Turistički vodič dobiva oblik	3
3.2.	Vodiči prerastaju u posao	5
3.3.	Masovni turizam.....	6
4.	Alternativni turistički vodiči	7
5.	Turizam u Barceloni	11
6.	Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone	12
6.1.	Ilustracije	12
6.2.	Trgovine	13
6.3.	Proces rada	14
6.4.	Korišteni alati	21
6.5.	Završeni izgled brošure	21
7.	Zaključak	33
8.	Literatura	35
	Popis slika.....	36
	Prilozi	39

1. Uvod

Nakon što sam kao stanovnik i kao turistica posjetila sve znamenitosti prekrasne Barcelone, odlučila sam se posvetiti dizajnu vezanom uz male dućane koje sam posjećivala. Veliki je stimulans kada se fakultetski zadatak može odabrati u skladu s autentičnim doživljajem i po vlastitom izboru. Ti mali dućani govorili su mi razne stvari koje sam željela čuti, osjetiti, opipati, poslušati, sresti njihove posjetitelje i ukratko ugraditi ih u moj svakodnevni život, kao ugodne i dobronamjerne prijatelje. Što je jednako važno, za mene, oni su mi govorili kako pojedini proizvodi koje sam promatrala ili kupovala, djeluju na mene svojim izgledom i namjenom, smještajem u prostoru, načinom njihove rasvjete i drugim. Doživljavala sam ih kao male učitelje koji mi otvaraju oči za kreaciju u mom budućem umjetničkom zvanju.

Veliki uzor i inspiracija bila su mi djela Antonija Gaudíja, velikog arhitekta crkve „Sagrada Família“ , „Sveta obitelj“, i parka Güell, „umjetnika koji utjelovljuje bezgranično maštoviti trenutak suvremene arhitekture“ [1]. Izloge koje sam odabrala vidi se utjecaj visoke umjetnosti i estetike za koju je jednim dijelom zaslužan i ovaj veliki umjetnik.

2. Motivacija u odabiru teme

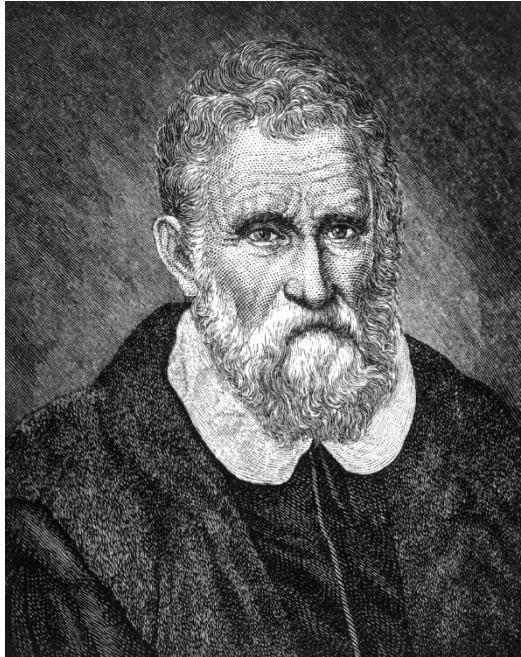
Odabrala sam temu izrade brošure pod nazivom „Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone“, koji sadrži i mapu za pronalazak dućana, nakon što sam istražila zanimljive kutove i dijelove barcelonskih ulica. Pretpostavljam da se to može raditi u bilo kojem gradu ali do tada nisam imala taj običaj, stoga mi je to bilo nevjerojatno iskustvo. Počela sam sve više primjećivati te šarmantne male dućane sa svime i svačime. Najbolji su oni u kojima se može ostati po tri sata, u kojima te svaka stvar zaokupi i intrigira da je uzmeš u ruke i bolje promotriš. Dobila sam želju prenijeti svoj osjećaj oduševljenja široj publici.

Smatram da turistički vodiči kao što su „Top 10 Turistički vodič“, izdavača Mozaik knjiga, vodič Eyewitness travel, „Barcelona i Katalonija“, izdavača Profil i vodič „Eyewitness travel guides“, „Španjolska“, također Profil, nude mnoštvo zanimljivih informacija, no kupovini pristupaju na drugačiji način. Nastoje dati temeljit prikaz svih različitih mogućnosti za kupnju, no ne posvećuju puno pažnje specijaliziranim dućanima i svakako ne nude emotivni doživljaj. U današnjem pomalo otuđenom svijetu, koji ima sve više osamljenih pojedinaca, osobni pristup i prijenos emocija može biti baš ono što ljudi traže. Vlastiti doživljaj autora može inspirirati kupaca na sličan doživljaj i njihovu kupnju.

U posjetu stranom gradu turisti vjerujem žele autentičan doživljaj lokalnog stanovništva, njihovih tipičnih mjesta gdje na primjer vole izaći na kavu, ili na pivo, koji im je omiljeni kafić, koji su im omiljeni restorani, te gdje kupuju poklone. U odabiru dućana, osjećajući se već kao stanovnik Barcelone, vodila sam računa i o ovoj potrebi turista. Budući da su među mojim dućanima zastupljene rukotvorine, obrtničke radionice, prodavaonice s lijepim ukrasima, umjetničkim predmetima, ali i stvarima za svakodnevnu uporabu, te tipična trgovina za Kataloniju, u kojoj se prodaju razne vrste sirovih i kuhanih grahorica, ove dućane posjećuju i ovdje, osim turista, kupuju i Katalonci i Španjolci.

3. Turistički vodiči

Putopis Marka Pola smatra se pretečom modernog turističkog vodiča. „Marko Polo je bio prvi putnik koji je proputovao cijelu Aziju od zapada do krajnjeg istoka, prevalio preko 30 000 milja, od kojih barem jednu trećinu predjelima u koje dotad nije stupila noga Europljana“ (Peklić, 2010: 52).



Slika 3.1: Putopis Marka Pola smatra se pretečom modernog turističkog vodiča

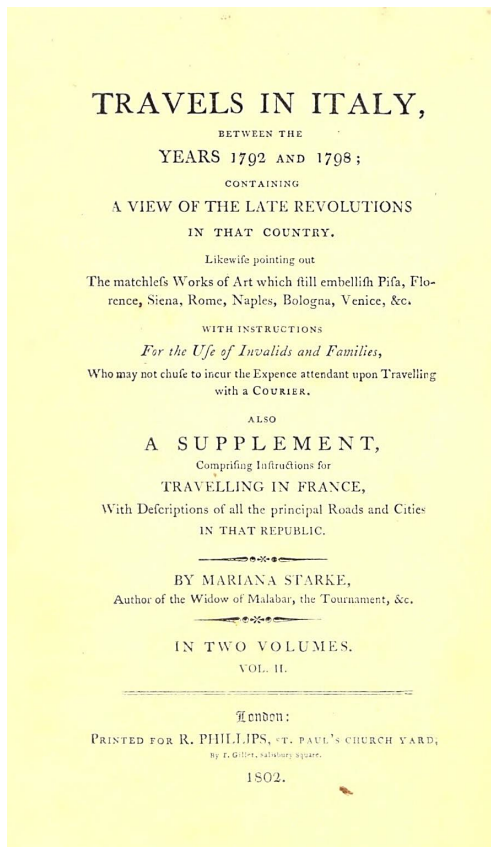
3.1. Turistički vodič dobiva oblik

Mariana Starke je engleska spisateljica. Najpoznatija je po svojem turističkom vodiču za Francusku i Italiju koji je početkom devetnaestog stoljeća bio popularan pratitelj britanskih putnika koji su putovali u navedene države.

Starke je odrasla u Indiji, a nakon toga je između 1792. i 1798. godine živjela u Italiji, a to je iskustvo stvorilo osnovu za njezino kasnije pisanje. Nakon završetka Napoleonovih ratova, Starke se vratila u Italiju i posvetila ostatak svog života kontinuiranom prepravljajući svoje turističke serije vodiča, te učinkovito radila na razvoju ove vrste literature.

U ranijim povijesnim razdobljima turistički vodiči tradicionalno su se koncentrirali na arhitektonske i scenske opise mjesta koja će posjećivati bogati mladići na svojim velikim putovanjima, želeći obogatiti svoje znanje i kulturu. Starke je međutim smatrala kako će, s ogromnim rastom broja Britanaca koji su putovali u inozemstvo nakon 1815. godine, većina njezinih čitatelja putovati s obiteljima, te će biti vrlo bitno da je putovanje isplanirano u okviru

raspoloživog budžeta s kojom obitelj raspolaže. Stoga je po prvi puta uključila i brojne savjete o prtljazi, dobivanju putovnica, točnom trošku hrane i smještaja u svakom gradu, pa čak i savjete za skrb o članovima obitelji s posebnim potrebama. Osmislila je i sustav uskličnika [!!!] kao ocjenu pojedinog smještaja, što je preteča današnjih zvjezdica kao oznake klasifikacije smještaja [2] [3].



Slika 3.1.1: Mariana Starke: Prvi turistički vodič

Nakon prve objave knjige iz 1802. „Putovanja po Italiji između 1792. i 1798.“, drugu objavu, godine 1820. „Informacije i upute za putnike na kontinentu“, koja je obuhvaćala Europu od Portugala do Rusije, objavio je John Murray, te je služila kao predložak za kasnije vodiče. Njena druga knjiga bila je puna savjeta o „podnošljivim“ gostionicama, kako unajmiti konjsku zapregu, te stanju na poštarskim cestama na kontinentu odnosno u Europi. Knjige gđe. Starke objedinjuju neprocjenjive informacije iz umjetničkog područja, ali i mnogo praktičnih informacija o komunikacijskim rutama, poštanskim postajama te talijanskim i francuskim gradovima.

Njezin rad doprinio je njenom statusu zvijezde u njezinu životu. Francuski autor Stendhal, u romanu "Parmški kartuzijanski samostan" iz 1839. godine, govori o britanskom povjesničaru putniku koji „nikada nije platio niti najmanji čokoladni bombon, a da prvo nije provjerio njegovu cijenu ustanovljenu na putovanjima stanovite gospođe Starke, knjige koja... upućuje mudrog Engleza na cijenu purice, jabuke, čaše mlijeka i tako dalje” [3].

3.2. Vodiči prerastaju u posao

Nadahnut razmišljanjima i idejama gđe Starke, Murray je odlučio i sam krenuti u posao s turističkim vodičima. Godine 1836. njegov Priručnik za putnike na kontinentu pokrenuo je jednu od prvih svjetskih serija vodiča i brzo uspostavio prototip za sve knjige koje su uslijedile.



Slika 3.2.1.: Murrayev "Priručnik za putnike na kontinentu" vodio je putnike diljem Europe, uključujući zaustavljanja u dvorcu Heidelberg u Njemačkoj

Kvaliteta je bila Murrayjev zaštitni znak. Zahtijevajući visoke standarde od svojih pisaca i istraživača, "*Murray Handbooks*" sa svojim zaštitnim znakom crvenim koricama i zlatnim slovima stvorila je sposobna grupa pisaca, od kojih su neki bili poznate književne ličnosti. Richard Ford, diplomant Trinity Collegea u Oxfordu, proveo je dvije godine mukotrpnog istraživanja na konju u Španjolskoj.

Murrayev priručnik za Španjolsku iz 1845., naizmjenično duhovita, samouvjeren, iscrpna i poučna Fordova knjiga s ponekad predrasudama o Španjolskoj pomogla je da se ona nađe na karti svjetskih turističkih destinacija. Njegovi neprocjenjivi eseji o španjolskoj glazbi pružaju neke od najranijih uvida u umjetnost flamenca, dok su njegova stručna razmišljanja o umjetnosti i povijesti pomogla da se među britanskim putnicima pokrene ljubavna afera sa Španjolskom koja traje do danas [3].

3.3. Masovni turizam

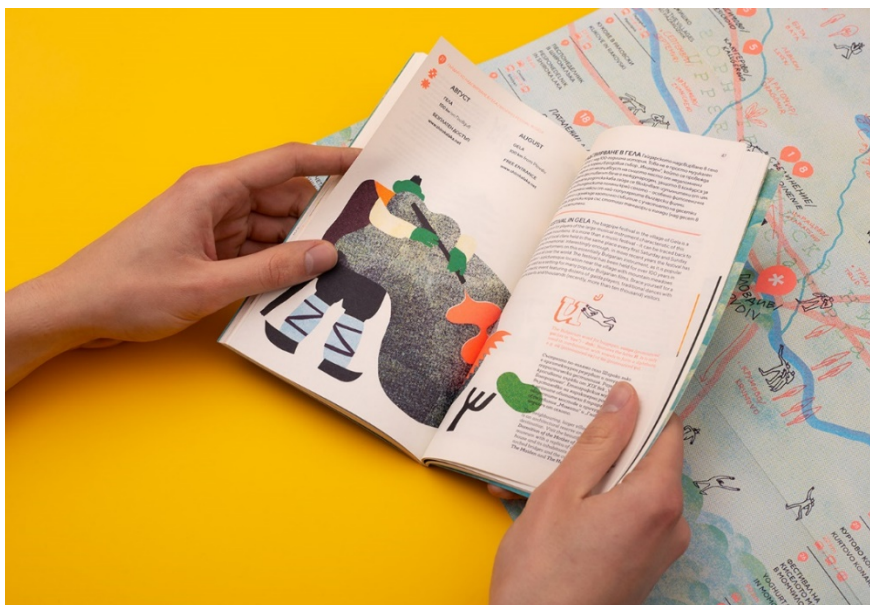
S pojavom masovnog turizma u 1960-im i 70-im godinama, izrada vodiča se znatno povećala. Mega-brendovi nastali su kako bi pružili potrebne informacije novoj generaciji turista.

U današnje vrijeme egzistencijalnu prijetnju vodičima čine masovni i komercijalni turizam (all inclusive), blogovi na Internetu, web stranice za rezervacije i u novije vrijeme, pandemija COVID-om. Ipak, postoji nešto temeljno u vodičima što još uvijek ima odjeka. Izdržavši test vremena, djeluju kao dirljivi podsjetnici na naša putovanja, a svaki od njih priča jedinstvenu i duboko osobnu priču [4].

4. Alternativni turistički vodiči

Kao što i samo ime kaže, alternativni vodiči nude nešto neuobičajeno i neočekivano u odnosu na standardne vodiče. Alternativni vodiči najčešće se fokusiraju na specifične teme. Neki od primjera mogu biti: Vodič za volontiranje, učenje jezika u inozemstvu, eko i održivi turizam, sport, avanturistički turizam i drugo. Moguće teme su i alternativni i neobični hoteli, dobra hrana u gradu, lokacije grafita ili „street arta“ ili pak zanimljivih dućana. Putnici odabiru ovakve vodiče jer ne žele ići utabanim stazama ili žele izbjeći gužve.

Vodič „Regionale“ (slika 4.1.) je bugarski kulturni vodič koji predstavlja odabrane godišnje festivale i tradicionalne bugarske praznike koji se održavaju u regiji oko grada Plovdiva. Izdanje poziva čitatelja, bilo da je domaći ili strani turist, na jedinstven doživljaj kulture i načina života regije. Brošura upućuje i na prirodne ljepote regije i uključuje kartu za lakše snalaženje[5].



Slika 4.1.: Alternativni vodič „Regionale“

Japanski alternativni turistički vodič (slika 4.2.) „Fokusirajte se na nepoznato“, „Focus on the Unknown“, je zbirka od četiri vodiča koji omogućuje otkrivanje Japanske kulture u gradovima bez potrebe da se čovjek nađe u gomili turista. Ovi vrhunski vodiči potiču čitaoce da svoje putovanje organiziraju na drugačiji način, ističu detalje tradicijske kulture na koju se turisti obično ne usredotoče, i bude znatiželju i interes za istraživanje Japana [6].



Slika 4.2.: Japanski alternativni vodič „Focus on the Unknown“

Vodič za siromašnije putnike u Malmö (slika 4.4.) napravljen je za putnike s ograničenim budžetom u posjeti Malmö. Ovaj vodič uključuje besplatne toalete, jeftinu hranu, besplatna mjesta koja se mogu posjetiti i drugo [8].

[7].



Slika 4.3.: Alternativni vodič o Lisabonu

Vodič za siromašnije putnike u Malmö (slika 4.4.) napravljen je za putnike s ograničenim budžetom u posjeti Malmö. Ovaj vodič uključuje besplatne toalete, jeftinu hranu, besplatna mjesta koja se mogu posjetiti i drugo [8].



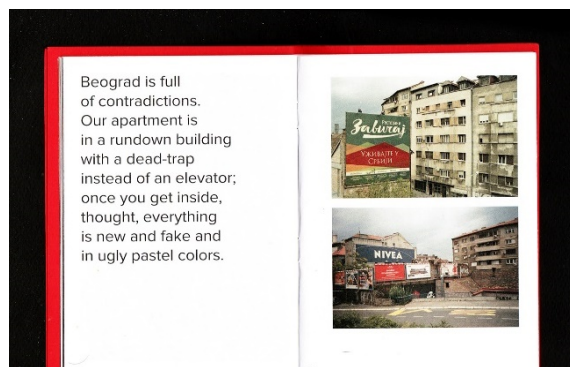
Slika 4.4.: Vodič za siromašnije putnike u Malmö

Ilustrirana karta mjesta subjektivno dobrih ručkova u Barceloni i nekih kulturnih mjesta [9].



Slika 4.5.: Vodič „Barcelona za ručak“

Turistički vodič „Jugoslavija“ (slika 4.6.), proizlazi iz desetodnevno intenzivnog putovanja bivšom Jugoslavijom. Njegova svrha nije sustavan prikaz putovanja, već je to zbirka dojmova i razmišljanja temeljem posjete gradova bivše Jugoslavije, koji su potpuno različiti jedan od drugog i vrlo ih je teško sasvim razumjeti [10].



Slika 4.6.: Turistički vodič „Jugoslavia“

5. Turizam u Barceloni

Barcelona je drugi po veličini grad u Španjolskoj. Jedan od turističkih odredišta koje toliko odiše poviješću, a opet je tako smiono moderno. Glavni je grad autonomne regije Katalonije. Na turističkoj razini, najpopularniji grad među španjolskim turističkim gradovima uključuje skupinu palača, zgrada, arheoloških i znanstvenih muzeja, popularnih tržnica, povijesnih katedrala i konačno plaža, vrtova i obiteljskih zabavnih parkova.

Geografski gledano, Barcelona se nalazi na sjeveroistoku španjolskog Pirenejskog poluotoka na obali Sredozemnog mora i između ušća rijeka Bézios i Llobregat, 160 km od Pireneja.

Suočen s političkim preokretima i pod utjecajem rastuće moći turizma i napetosti koje se stvaraju u kontaktu s lokalnim stanovništvom, grad i dalje nepokolebljivo uživa u snažnoj turističkoj ponudi. Španjolskoj je, uz izrazito aktivnu turističku politiku, dobro došao i sve manji interes za pojedine zemlje i metropole koje su pogođene terorizmom.

Turizam u Barceloni ostaje jedan od glavnih pokretača gospodarstva, generirajući gotovo 14% gradskog bogatstva i 65 000 radnih mjesta.

Na mjestima kao što su Passeig de Gràcia, Plaça de Catalunya, Portal de l'Àngel i oko Portaferisse, 61% prihoda od prodaje odgovara kupnji koju su ostvarili turisti. Prema studiji Global Bluea, gotovo 27% turističke kupovine u zemlji koncentrirano je na području Passeig de Gràcia!

Hotelski sektor je vrlo uspješan i razvijen. Barcelona je i dalje najvažniji turistički grad u cijeloj Španjolskoj. Uspon hotelskog smještaja u zadnjih dvadesetak godina bio je vrlo visok. Danas grad ima oko 466 hotela (u usporedbi sa 187 u 2000.) koji mogu primiti sve turiste željne čarolija Barcelone [11], [12].

6. Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone

Posljednjih godina moderna, glamurozna Barcelona stekla je reputaciju jednog od najboljih europskih gradova za kupovinu, od vrhunskih svjetskih dizajnerskih robnih marki do skrivenih lokalnih butika u sporednim ulicama. Međutim, kada ste samo u kratkom posjetu, može biti pomalo zbunjujuće saznati gdje pronaći dobra mjesta za pravu i autentičnu kupnju. Uostalom, Barcelona je također popularna turistička destinacija, a pronaći kvalitetne trgovine među pretrpanim štandovima sa suvenirima može biti vrlo teško.

Ovim vodičem željela sam istaknuti nekolicinu meni zanimljivih dućana na koje sam naišla tijekom boravku u Barceloni.

Ovaj vodič stvoren je kako bi pružio čitatelju i posjetitelju vizualnu inspiraciju i vlastiti umjetnički doživljaj dućana. Vodič potiče čitatelja da pažljivo i savjesno promotri mjesta gdje se kreće. Projekt nije tradicionalan turistički vodič, već dnevnik dućana koje sam obilazila u Barceloni.

6.1. Ilustracije

Odabir najboljeg formata uglavnom se svodi na to koji je cilj dizajna. U gotovo svakoj situaciji grafičkog dizajna, ključni razlog za stvaranje dizajna je kako on utječe na ljude. U mom slučaju, kako utjecati na kupce i posjetitelje Barcelone. Biti dobar dizajner znači biti u stanju fokusirati se na okidače koji tjeraju ljude na reakciju u odnosu na ono što vide.

Korištenje ilustracije u projektu bio je dobro promišljena odluka. Cijeli projekt se zasniva na vlastitom doživljaju Barcelone i njezinih dućana, stoga sam i tu subjektivnost željela prenijeti i u vizualni dio. U ilustracijama se vidi karakter pojedinog dućana, ističu se različiti detalji. Pomoću fotografije to ne bi bio isti doživljaj. Fotografija bi dala čitatelju previše informacija, dok je moj cilj bio prikazati jasne i fokusirane detalje.

Koristila sam boje, samo na određenim mjestima, veličinu, debljinu poteza, simetričnost i asimetričnost, prostoručne linije, sve kako bi utjecala na gledatelja. Takvim crtežom i tehnikom crtanja navodi se gledatelja da svrati pozornost i razmišlja o onome što vidi. Cilj mi je bio intrigirati gledatelja, proizvesti u njemu želju da posjeti dućan i sazna više o njemu [13].

Ilustracije sam napravila digitalno, uz pomoć grafičkog tableta. Crtanje na tabletu je vrlo slično kao i na papiru. Stil ilustracija je skicozan, imitira crtanje olovkom i bojicama na papiru. Skica se odnosi na brz, neformalan crtež. Nije dizajnirana kao detaljan crtež u kojem je svaki detalj savršen. Umjesto toga, bilježi bit subjekta - cjelokupni oblik i perspektivu, osjećaj volumena, pokreta i

osjećaja. Skica također može uključivati prijedlog svjetla i sjene, ili u mojem slučaju boje. Cilj mi je bio prenijeti osjećaj, ambijent mjesta, uhvatiti trenutak te u isto vrijeme, isporučiti točnu mjeru i proporcije objekata.

Stil brošure, koji mi je tematski najviše odgovarao je poput sketchbook-a ili putnog dnevnika. S lijeve strane je ilustriran ulaz i izlog dućana a s lijeve pojedini predmeti iz dućana koji su me dojmili. Osim figurativnih crteža, na stranicama se nalaze apstraktne linije i točkice. One se nalaze zbog dodatne asocijacije sketchbook-a..

6.2. Trgovine

Trgovine koje sam izabrala rezultat su mojeg traganja gradom u potrazi za inspiracijom. Svaki dućan me očarao na svoj način. Posebice činjenicom, da svaki od njih predstavlja lokalnu proizvodnju, te se time uporno suprotstavlja masovnoj proizvodnji i konzumerizmu današnjice. Kupovinom u tim dućanima podržavamo male proizvođače i pridonosimo očuvanju okoliša.

Poduzeća u lokalnom vlasništvu često kupuju više lokalnih proizvoda za svoje proizvode, zahtijevajući manje prijevoza i vanjskih poslova. Obično troše manje resursa, nalaze se bliže stanovništvu i stvaraju manje prometa i onečišćenja zraka. Sve to dovodi do manje gužve, manjeg razaranja bioraznolikosti i manjeg negativnog utjecaja na okoliš.

Komercijalni svijet pun je tvrtki koje sve nude u osnovi identične opcije. Teško je više pronaći nešto što je potpuno jedinstveno. Međutim, kada skrenete sa svakodnevnog puta i pogledate lokalne opcije, vidjet ćete da ste u mogućnosti pronaći proizvod koji kao da je napravljen baš za vas.

Kada je riječ o kupnji prehrambenih proizvoda, lokalni distributeri hrane često su zdraviji izbor. Kao primjer bi uzela lokalni katalonski grah koji se tradicionalno prodaje, u malim dućanima, na više mjesta u Barceloni.

6.3. Proces rada

Proces rada započeo je razgledavanjem pojedinih dućana. Nakon odabira najzanimljivijih izloga napravila sam skice olovkom na papiru. Time sam si željela predočiti stil i izgled budućih ilustracija. Isto tako, fotografirala sam dućane u više navrata kako bi mi kasnije te fotografije pomogle oko izrade finalnih ilustracija (slike 6.3.1, 6.3.2 i 6.3.3). Za svaki dućan napravljena je fotografija izloga i interijera. Unutar dućana fotografirani su zanimljivi proizvodi i detalji kako bi se kasnije podsjetila na atmosferu pojedinog dućana. Važno je napomenuti da sam zbog zaštite autorskih prava tražila dopuštenje fotografiranja u svakom dućanu. Neki su sofisticirani i moderni, dok su drugi ekspresivni i dinamični. Fotografije sam potom koristila kao predložak za ilustracije. Svaki dućan imao je nešto specifično, što je bilo bitno prepoznati i prikazati ilustracijom.



Slika 6.3.1.: Fotografije „Ziggy Vintage“ i „Fantastik“ dućana

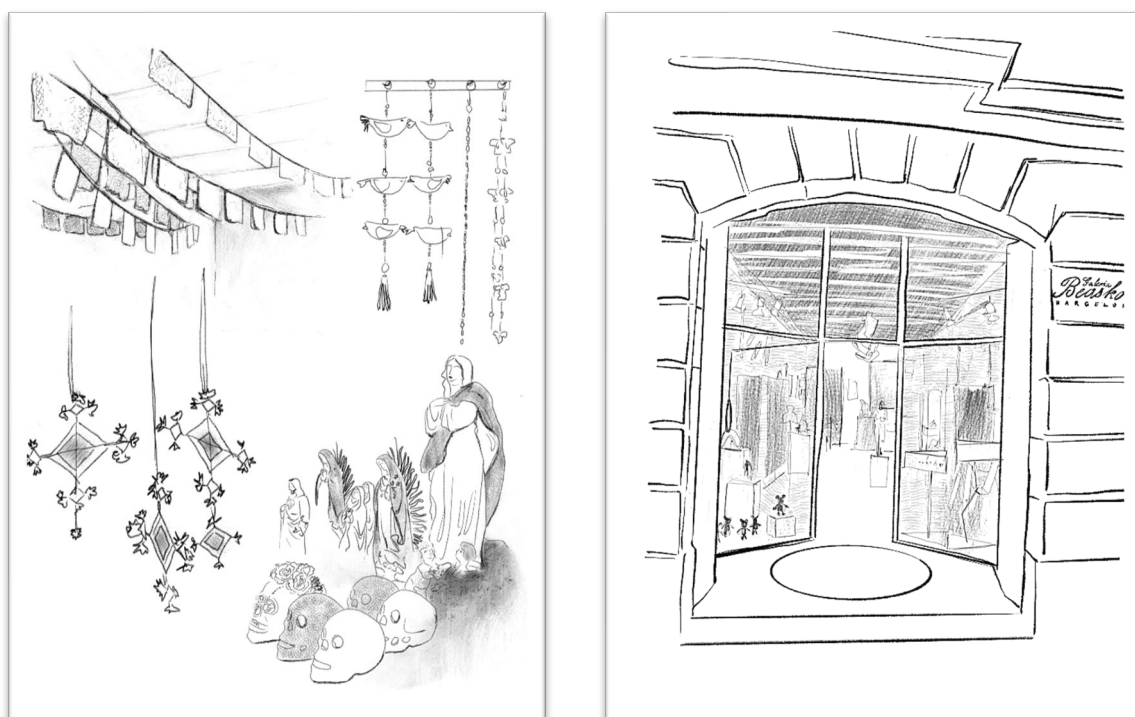


Slika 6.3.2.: Fotografija „El Rei de la Magia“ dućana



Slika 6.3.3.: Fotografija „Flor de Barcelona“ dućana

Sama ilustracija se usavršavala budući da se moja ideja razvijala s vremenom. Moja prvotna ideja bila je crno bijela brošura kako bi se istaknula sama tehnika crtanja olovkom i dojam skice (slika 6.3.4.).



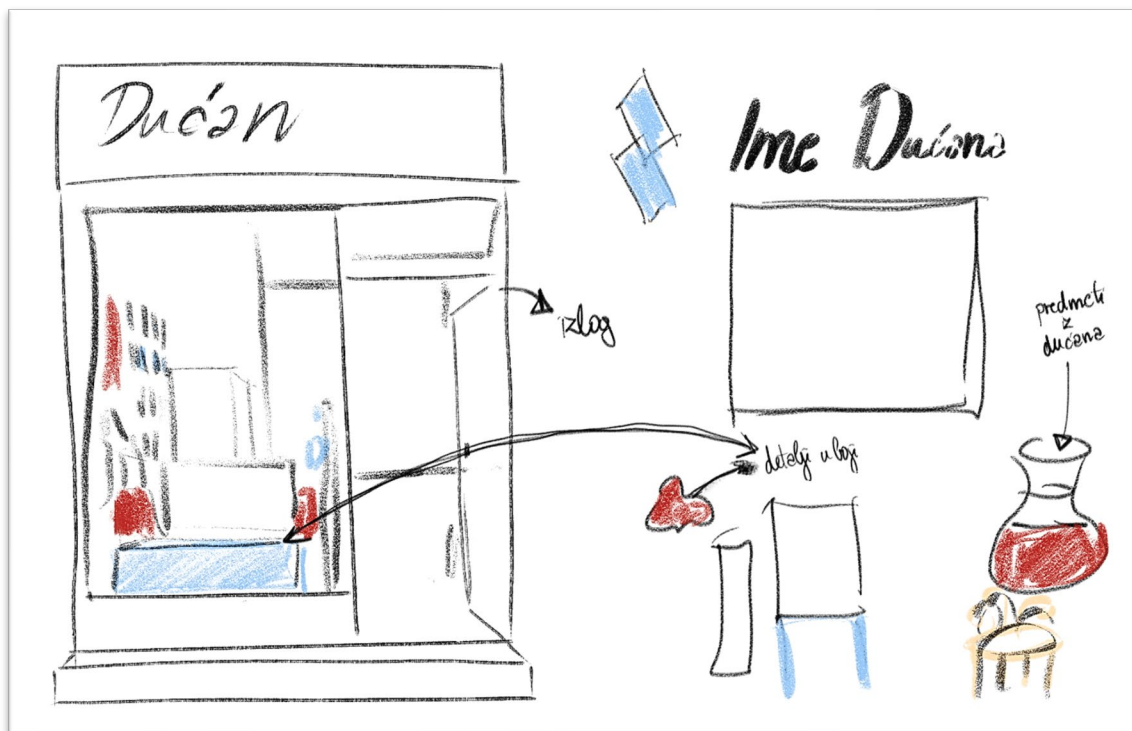
Slika 6.3.4.: Početna crno-bijela skica „Fantastik“ i „Galeria Beasko“

Nakon izrade crno bijelih crteža dućana uvidjela sam da bi dodavanje boje slikama pridonijelo boljoj uočljivosti i isticanju detalja (slika 6.3.5.). Isto tako, oduzimanjem boje crtežima umanjuje se doživljaj dućana koji su prepuni boja kao i sama Barcelona.



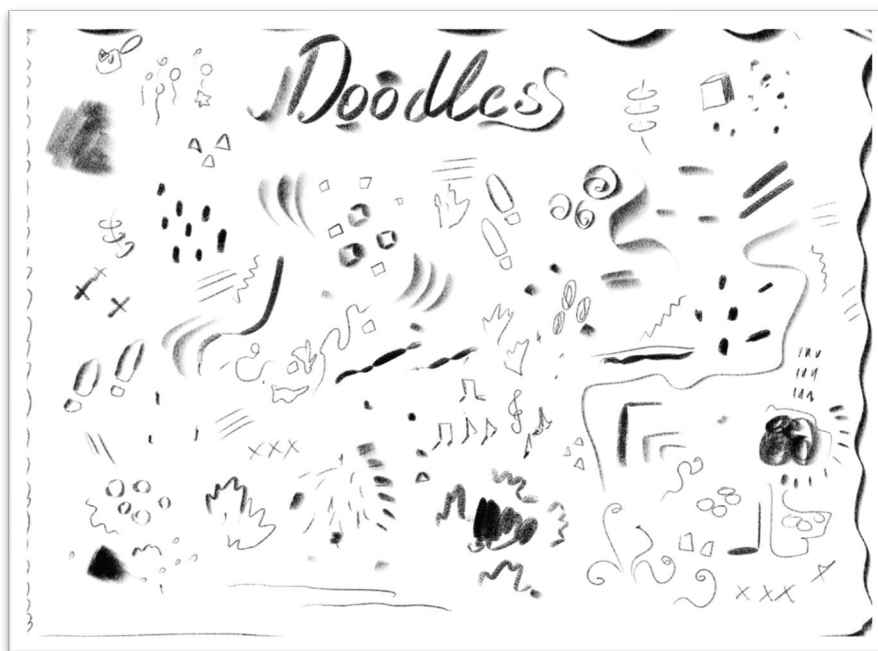
Slika 6.3.5.: Skica u boji „Fantastik“ i „Galeria Beaskoa“

Odabrala sam da vodič bude u praktičnom formatu brošure veličine stranice A5. Prijelom „spread“-a sastoji se od ilustracije izloga s lijeve strane preko cijelog formata stranice. Na crtežu izloga vidi se naziv dućana, odnosno logotip te unutrašnjost dućana. Uz sam izlog vidljivi su i lijepi kameni blokovi ulica Barcelone. S desne strane vlastoručnim rukopisom napisan je naziv dućana. Ispod njega nalazi se tekst o dućanu i okolo teksta su raspoređene zanimljive ilustracije proizvoda koje bi dodatno zainteresirale čitaoca. Čovjek prirodno gleda s lijeva na desno, stoga sam strukturirala stranicu tako da na lijevoj strani uvijek stoji glavni crtež koji odmah upućuje o kojem se dućanu radi. Nakon toga pogled skreće na gornju desnu stranu gdje se susreće s velikim naslovom i imenom dućana, a potom na ilustracije detalja. Na kraju čitatelj primjećuje tekst (slika 6.3.6.).



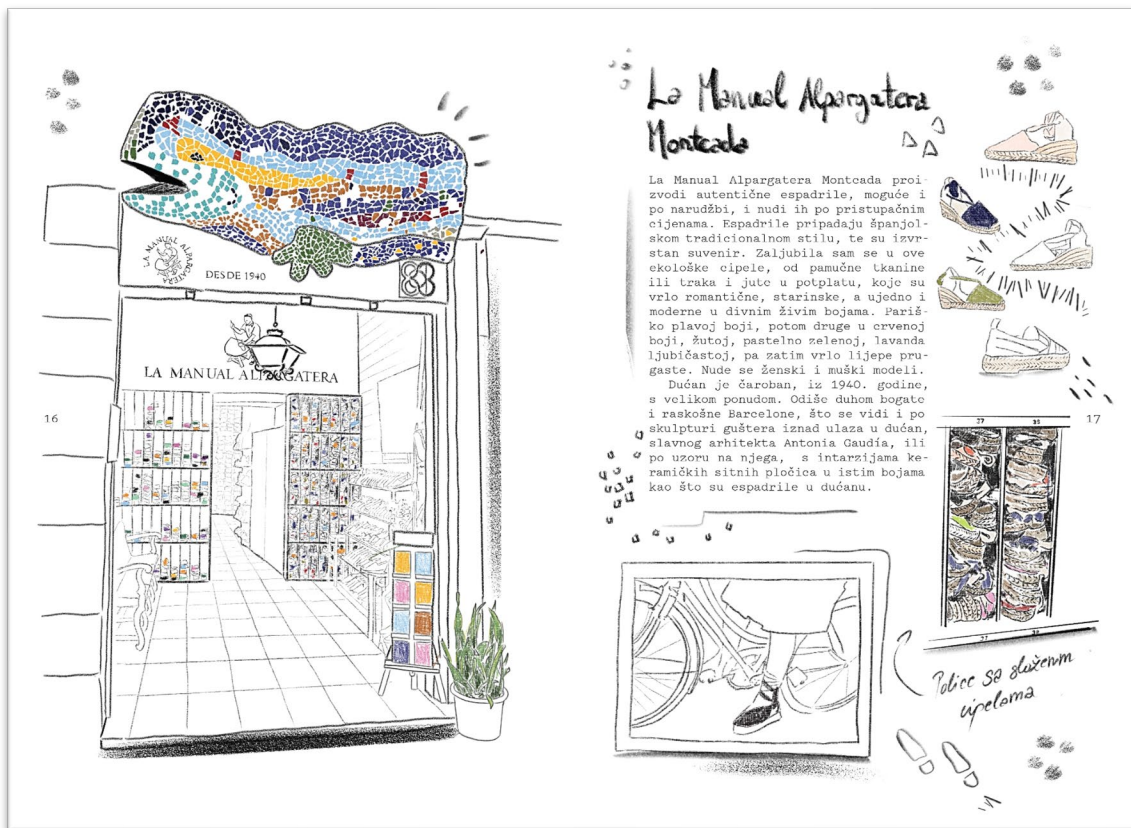
Slika 6.3.6.: Skica rasporeda elemenata na „spread“-u

Svaku stranicu dodatno krasi „doodles“-i u obliku točkica, linija, apstraktnih oblika i mrlja. Oni evociraju na bezbrižno šaranje po papiru, u dnevnik ili „sketchbook“ koji je i sam stil ilustracija (slika 6.3.7).



Slika 6.3.7.: Primjeri doodles“-a

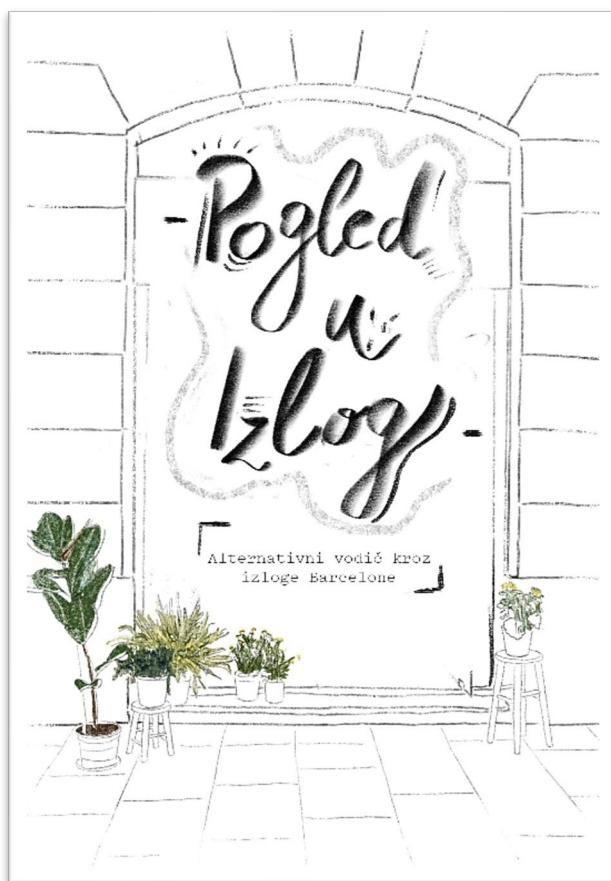
Brošura nema stroge margine i čiste površine. Ilustracije nemaju svoje stalno mjesto nego se svaka stranica razlikuje od prethodne po smještaju ilustracija i mrljica. Jedino tekst i paginacija imaju svoj konstantan položaj. Naslovi također imaju istu poziciju ali variraju u veličini „Doodles“-i imaju svrhu da istovremeno popunjavaju prostor i daju opušten i razigran izgled stranica, poput dnevnika išaranog osobnim komentarima i skicama (slika 6.3.8.).



Slika 6.3.8.: Finalni izgled unutarnje stranice

Tekst opisa i ugođaja dućana temelji se isključivo na mojem osobnom viđenju i stečenoj impresiji. U tekstu se nalaze opisi dućana i neke zanimljive informacije koje sam tamo saznala razgovarajući s djelatnicima.

Naslovnica je napravljena u istom stilu kao i cijela brošura. Naslov se sastoji od „umjetničkog“ dijela pisanog rukom: „Pogled u izlog“ i opisnog dijela koji je pisan manjim fontom. Opisni dio pisan manjim fontom nije istaknut u usporedbi s velikim naslovom čime sam željela naglasiti da se ne radi o konvencionalnom turističkom vodiču (slika 6.3.9.).



Slika 6.3.9.: Finalni izgled naslovne stranice

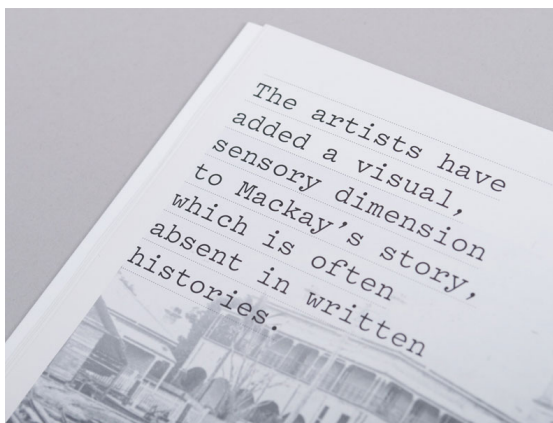
Za tekstualne opise koristila sam font imena Pitch (slika 6.3.10.).

Ovo pismo je monospaced pločasto serifno pismo koje je dizajnirao Kris Sowersby i objavio Klim Type Foundry 2012. Sowersby opisuje Pitch kao "ljubavno pismo pisaćem stroju" [14]. Veća debljina fonta počinje manje izgledati kao slova pisaćeg stroja, a više kao „wood type slabs“ kao što je pismo Clarendon. Pitch je dostupan u pet težina s odgovarajućim kurzivom.

Koristila sam Pitch light veličine 9 i proreda 11 točaka. Tanki rez koristila sam kako font ne bi prevladavao i odvlačio pažnju od ilustracija [15].

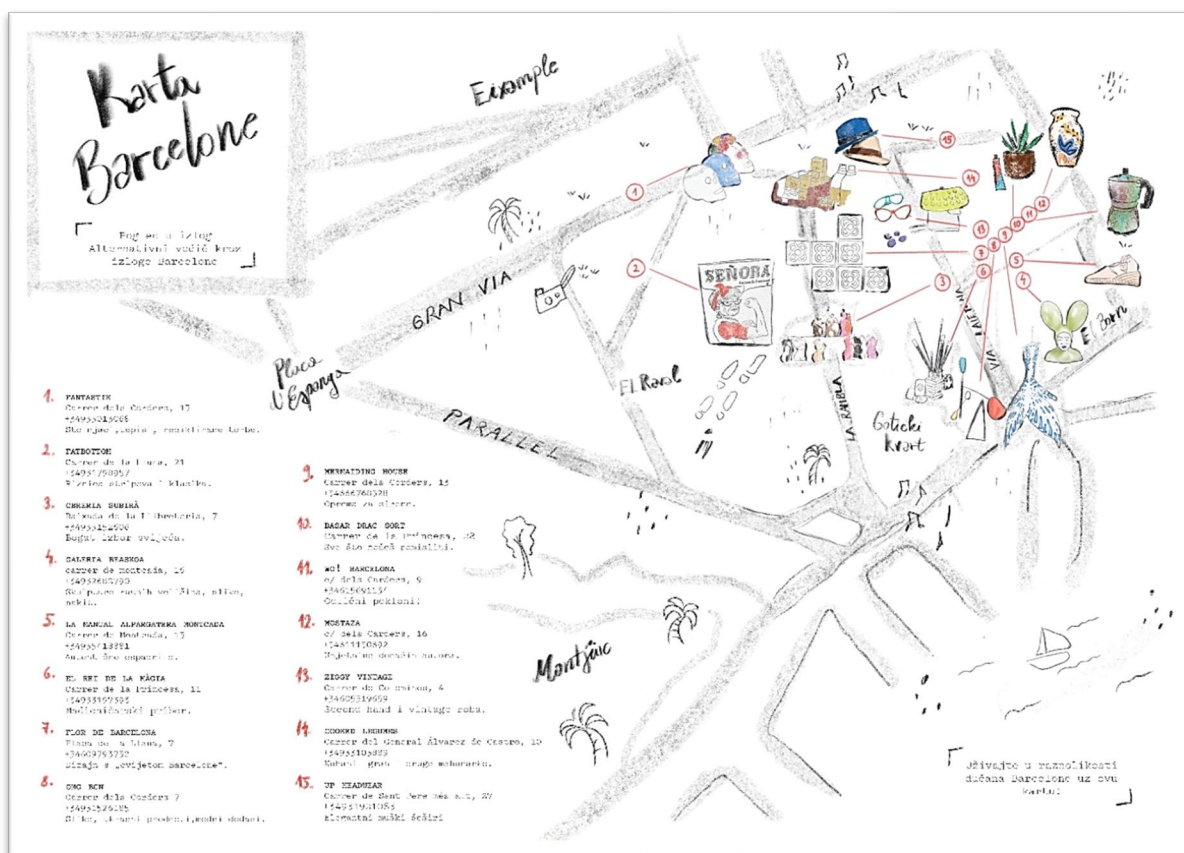
Izborom ovog pisma željela sam postići sintezu digitalnog i analognog osjećaja. Pitch kao „typewriter“ pismo, daje starinski šarm ali istovremeno, s klinastim zagradama, loptastim

terminalima daje moderni izgled. Željela sam suprotstaviti rukopisne naslove i razbacane ilustracije s mehaničkim i strogo definiranim pismom, koje ih centrira.



Slika 6.3.10.: Pismo Pitch, dizajnirao Kris Sowersby i objavio Klim Type Foundry

Dodatak vodiču je ilustrirana karta slična karti koja se nalazi unutar vodiča (Slika 6.3.11.). Ova karta je veća (A3 format) i ima lokaciju, telefonski broj i kratki opis svakog dućana. Osmišljena je da se može koristiti odvojeno od vodiča jer sadrži sve najbitnije informacije. Upravo zbog toga nalazi se u posebnom džepu na unutrašnjoj strani korica. Presavijena je na dimenziju 99 x 105 mm s 4 horizontalna i 3 vertikalna pregiba.



Slika 6.3.11.: Karta A3 formata kao dodatak brošuri

6.4. Korišteni alati

Za prve skice koristila sam papir i olovku. Finalne ilustracije crtala sam na iPadu koristeći program Precreate. Program uz pomoć grafičke olovke omogućuje crtanje poput crtanja na papiru. Nakon izrade crteža format spremanja crteža bio je u psd formatu 300dpi-a zbog kasnijih korekcija u rasporedu i obradi psd zapisa te eksportiranje u png format. Prijelom brošure izradila sam u Adobe Indesign programu, gdje sam spojila crteže i tekst. Naslovi i „doodles“-i izrađeni su zasebno jedno od drugog u programu Procreate te u eksportirani u png format i nadodani u Adobe Indesign u svrhu lakšeg pozicioniranja na stranici. Fotografije su rađene fotografskim aparatom Nikon D3300 i mobilnim telefonom.

6.5. Završeni izgled brošure



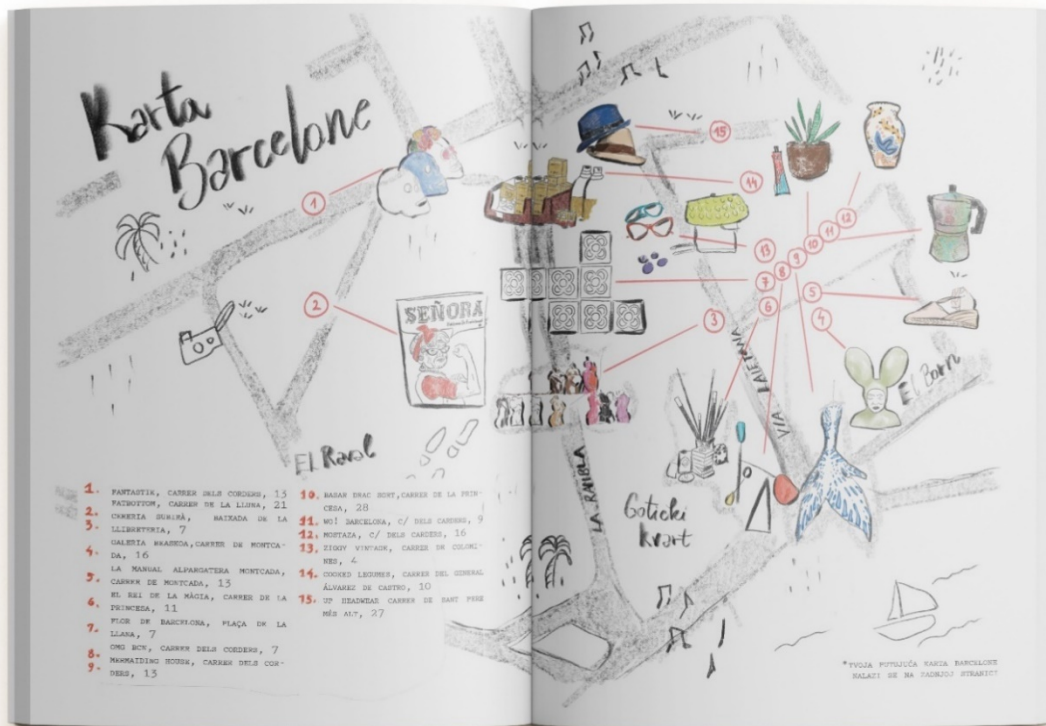
Slika 6.5.1.: Vanjske korice



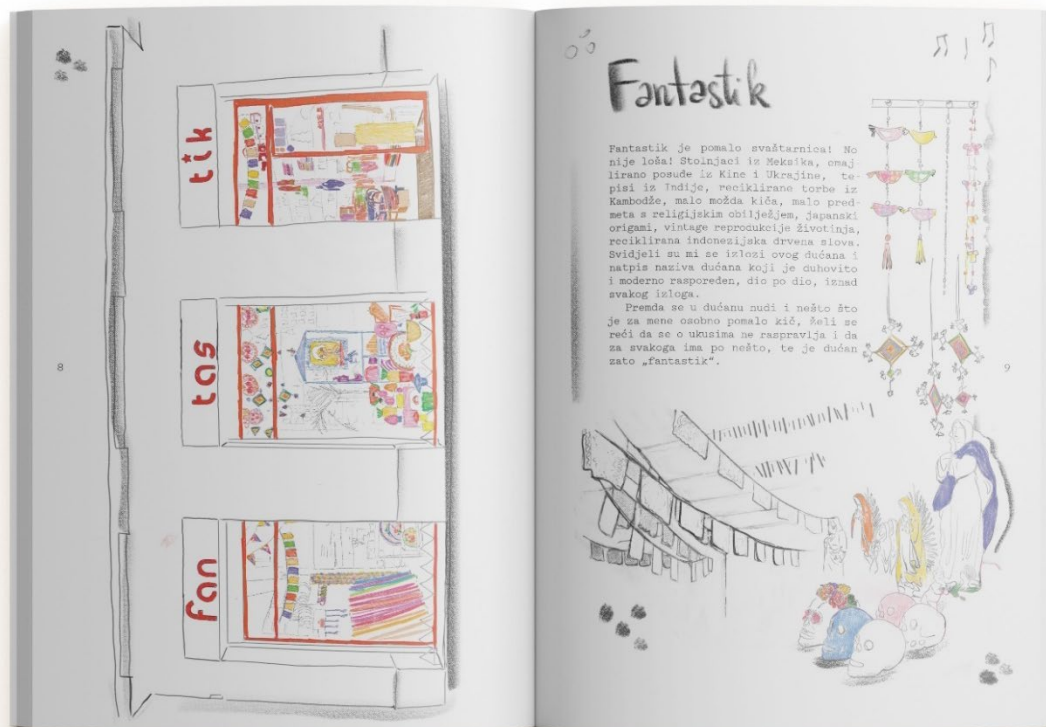
Slika 6.5.2.: Uvod



Slika 6.5.3.: Sadržaj



Slika 6.5.4.: Uvodna karta



Slika 6.5.5.: Dućan



Slika 6.5.6.: Dućan



Slika 6.5.7.: Dućan



Slika 6.5.8.: Dućan



Slika 6.5.9.: Dućan



Slika 6.5.10.: Dućan



Slika 6.5.11.: Dućan



Slika 6.5.12.: Dućan



Slika 6.5.13.: Dućan



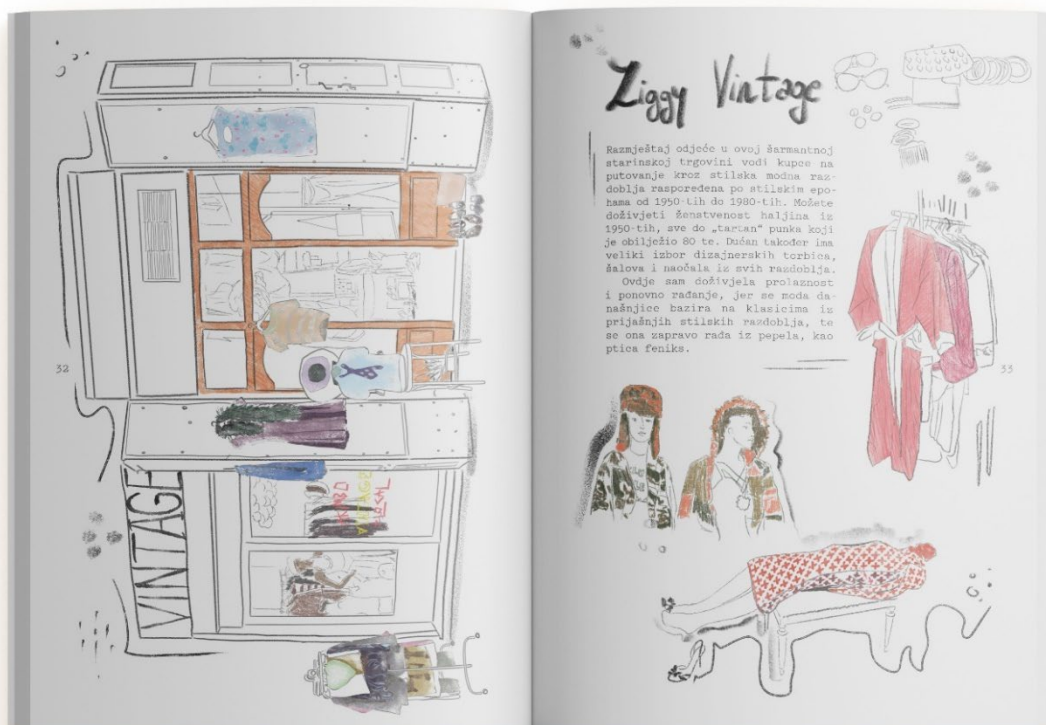
Slika 6.5.14.: Dućan



Slika 6.5.15.: Dućan



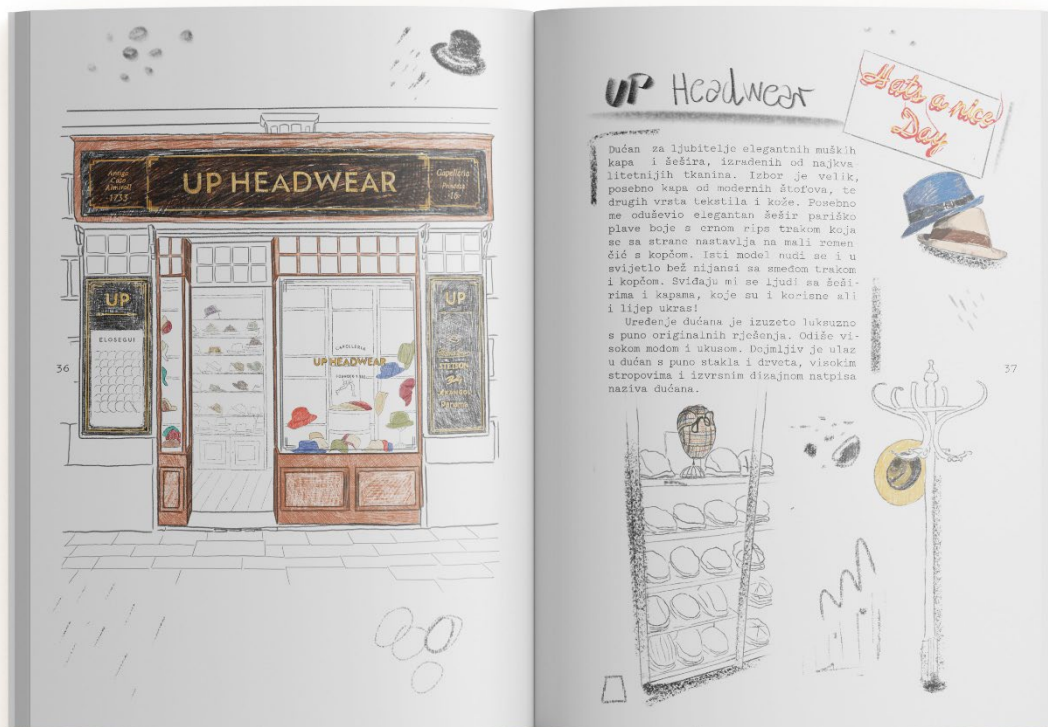
Slika 6.5.16.: Dućan



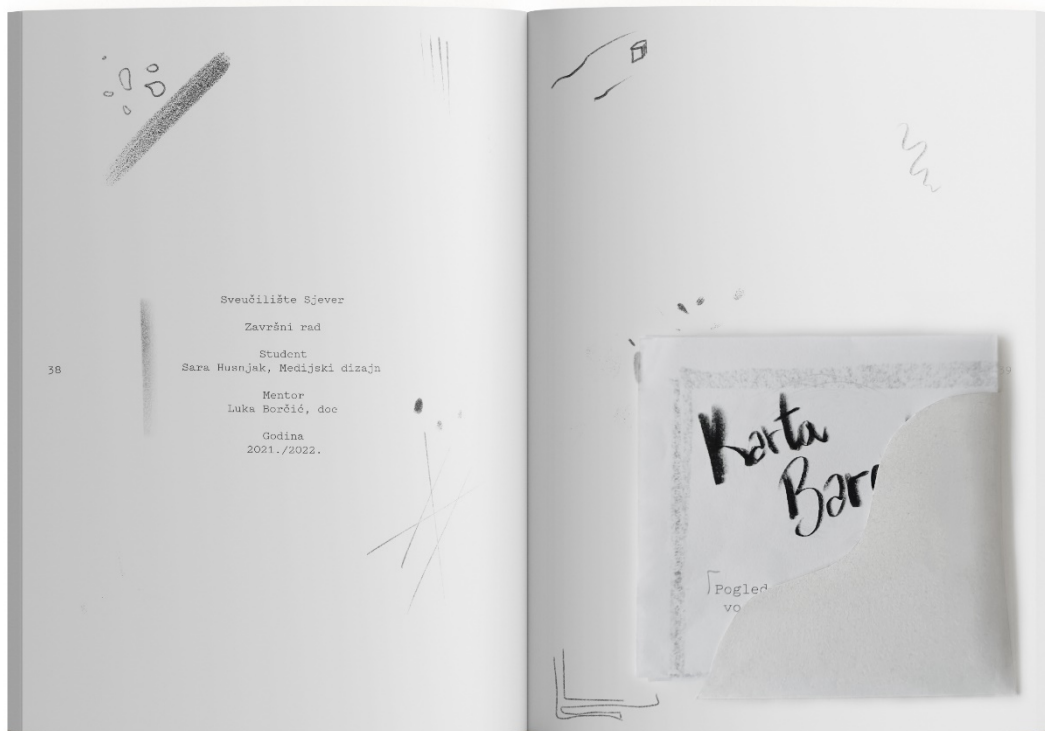
Slika 6.5.17.: Dućan



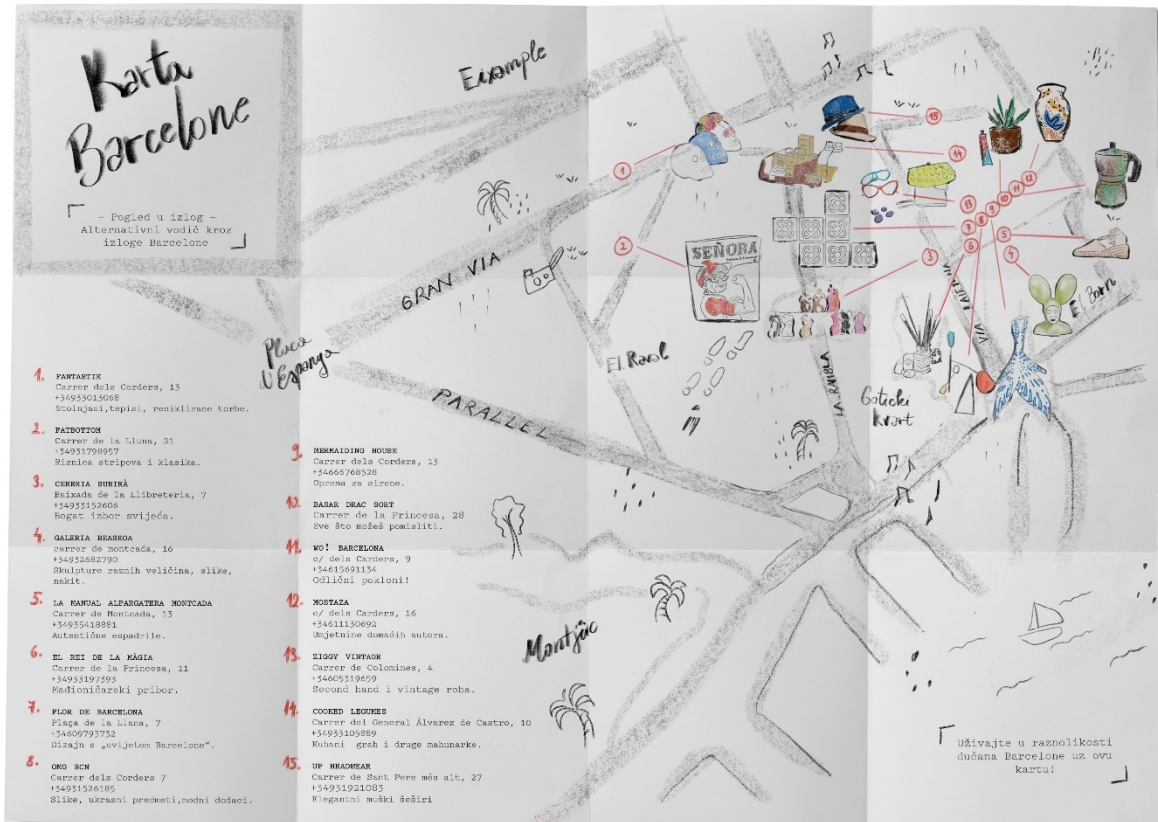
Slika 6.5.18.: Dućan



Slika 6.5.19.: Dućan



Slika 6.5.20.: Vanjske korice



Slika 6.5.21.: A3 karta

7. Zaključak

Nakon godine dana studija u Barceloni, odlučila sam se za izradu završnog rada „Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Barcelone“, koji predstavlja alternativni turistički vodič mog osobnog doživljaja Barcelone i njenih petnaest vrlo različitih dućana i galerija. U procesu rada istraživala sam svoje ilustrativne sposobnosti i osvijestila koliko je osobni doživljaj određenog mjesta važan za dobru ilustraciju. Turizam u Barceloni jedan je od glavnih pokretača gospodarstva Barcelone. U velikoj ponudi turističkih vodiča svoje mjesto imaju i alternativni vodiči, koji nude nešto posebno i drugačije. Moj vodič daje prednost kupovini tradicionalnih proizvoda malih obrtnika i umjetnika.

Iako danas egzistencija vodiča dolazi u pitanje zbog sve veće prisutnosti i interesa ljudi za blogove na Internetu, postoji nešto temeljno u tiskanim vodičima, kao i u tiskanim knjigama. Smatram da će ilustracije koje sam izradila u vodiču pružiti osjećaj intime i ugone kod budućih posjetitelja Barcelone, te da će ih inspirirati i moj opis dućana i poruka navedena uz svaki dućan. Želja mi je da moj osobni pristup i ljubav prema malim dućanima osjete i budući posjetitelji koji će moj vodič s kartom Barcelone, imati u rukama.



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Sara Husnjak (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Boicelone (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Sara Husnjak
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Sara Husnjak (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Pogled u izlog - alternativni vodič kroz izloge Boicelone (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Sara Husnjak
(vlastoručni potpis)

8. Literatura

- [1] L. Vinca Masini, Antoni Gaudí, Majstori dvadesetog stoljeća, Naprijed, Zagreb, Državna založba Slovenije, Ljubljana, 1969.
- [2] I. Peklić, Marko Polo – Svjetski putnik, Metodčki ogledi 17, 2010.
- [3] <https://www.lonelyplanet.com/articles/history-of-travel-guidebooks>, dostupno 06.09.2022.
- [4] <https://balkans.aljazeera.net teme/2017/8/12/unistava-li-masovni-turizam-hrvatske-ljepote>, dostupno 06.09.2022.
- [5] https://www.behance.net/gallery/94250003/Regionale-Bulgaria-Book-Concept-Design?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno 06.09.2022.
- [6] https://www.behance.net/gallery/132923963/Japan-travel-guides-Focus-on-the-Unknown?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno 06.09.2022.
- [7] https://www.behance.net/gallery/13188243/Lisbon-Graphic-Experience?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno 06.09.2022.
- [8] https://www.behance.net/gallery/112855589/The-poor-travelers-guide-to-Malmoe?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide%20ALTERNATIVE, dostupno 06.09.2022.
- [9] <https://www.behance.net/gallery/62298801/Barcelona-for-lunch>, dostupno 06.09.2022.
- [10] <https://www.behance.net/gallery/83551263/Travel-Book>, dostupno 06.09.2022.
- [11] <https://chilterntnt.com/tourism-in-barcelona/>, dostupno 06.09.2022
- [12] https://www.statista.com/topics/4156/tourism-in-barcelona/#topicHeader__wrapper, dostupno 06.09.2022
- [13] <https://ecommerce-platforms.com/articles/which-works-better-illustrations-or-photographs>, dostupno 06.09.2022
- [14] <https://klim.co.nz/blog/pitch-design-information/>, dostupno 06.09.2022
- [15] <https://www.typewolf.com/pitch>, dostupno 06.09.2022

9. Popis slika

- Slika 3.1.: Putopis Marka Pola smatra se pretečom modernog turističkog vodiča, Izvor:
<https://www.lonelyplanet.com/articles/history-of-travel-guidebooks>, dostupno
06.09.2022.3
- Slika 3.1.1.: Mariana Starke: Prvi turistički vodič, Izvor:
<https://archive.org/details/travelsinitalybe02stariala/page/n7/mode/2up?view=theater>
dostupno 06.09.2022.4
- Slika 3.2.1.: Murrayev "Priručnik za putnike na kontinentu" vodio je putnike diljem Europe, uključujući zaustavljanja u dvorcu Heidelberg u Njemačkoj, Izvor:
<https://www.lonelyplanet.com/articles/history-of-travel-guidebooks>, dostupno
06.09.2022.5
- Slika 4.1.: Alternativni vodič „Regionale, Izvor:
https://www.behance.net/gallery/94250003/Regionale-Bulgaria-Book-Concept-Design?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno
06.09.2022.7
- Slika 4.2.: Japanski alternativni vodič „Focus on the Unknown, Izvor:
https://www.behance.net/gallery/132923963/Japan-travel-guides-Focus-on-the-Unknown?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno
06.09.2022.8
- Slika 4.3.: Alternativni vodič o Lisabonu, Izvor:
https://www.behance.net/gallery/132923963/Japan-travel-guides-Focus-on-the-Unknown?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide, dostupno
06.09.2022.8
- Slika 4.4.: Vodič za siromašnije putnike u Malmöu, Izvor:
https://www.behance.net/gallery/112855589/The-poor-travelers-guide-to-Malmoe?tracking_source=search_projects%7Ctravel%20guide%20ALTERNATIVE, dostupno
06.09.2022.9
- Slika 4.5.: Vodič „Barcelona za ručak“ , Izvor:
<https://www.behance.net/gallery/62298801/Barcelona-for-lunch>, dostupno
06.09.20229

<u>Slika 4.6.: Turistički vodič „Jugoslavia“ , Izvor:</u>	
https://www.behance.net/gallery/83551263/Travel-Book , dostupno 06.09.2022....	10
Slika 6.3.1.: Fotografije „Ziggy Vintage“ i „Fantastik“ dućana, Izvor: vlastita izrada.....	14
Slika 6.3.2.: Fotografija „El Rei de la Magia“ dućana, Izvor: vlastita izrada	14
Slika 6.3.3.: Fotografija „Flor de Barcelona“ dućana, Izvor: vlastita izrada.....	15
Slika 6.3.4.: Početna crno-bijela skica „Fantastik“ i „Galeria Beaskoa“ , Izvor: vlastita izrada...	15
Slika 6.3.5.: Skica u boji „Fantastik“ i „Galeria Beaskoa“ , Izvor: vlastita izrada.....	16
Slika 6.3.6.: Skica rasporeda elemenata na „spread“-u, Izvor: vlastita izrada	17
Slika 6.3.7.: Primjeri doodles“-a, Izvor: vlastita izrada.....	17
Slika 6.3.8.: Finalni izgled unutarnje stranice, Izvor: vlastita izrada	18
Slika 6.3.9.: Finalni izgled naslovne stranice, Izvor: vlastita izrada	19
<u>Slika 6.3.10: Pismo Pitch, dizajnirao Kris Sowersby i objavio Klim Type Foundry,</u>	
<u>Izvor:</u> https://klim.co.nz/blog/pitch-design-information/ ,	
dostupno 06.09.2022	20
Slika 6.5.1.: Vanjske korice, Izvor: vlastita izrada.....	21
Slika 6.5.3.: Sadržaj, Izvor: vlastita izrada	22
Slika 6.5.2.: Uvod, Izvor: vlastita izrada	22
Slika 6.5.5.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	23
Slika 6.5.4.: Uvodna karta, Izvor: vlastita izrada	23
Slika 6.5.6.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	24
Slika 6.5.7.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	24
Slika 6.5.8.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	25
Slika 6.5.9.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	25
Slika 6.5.10.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	26
Slika 6.5.11.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	26
Slika 6.5.13.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	27

Slika 6.5.12.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	27
Slika 6.5.14.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	28
Slika 6.5.15.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	28
Slika 6.5.16.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	29
Slika 6.5.17.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	29
Slika 6.5.18.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	30
Slika 6.5.19.: Dućan, Izvor: vlastita izrada.....	30
Slika 6.5.20.: Vanjske korice, Izvor: vlastita izrada.....	31
Slika 6.5.21.: A3 karta, Izvor: vlastita izrada	32

Prilozi

Tiskana brošura vodiča: „Pogled u izlog-Alternativni vodič kroz izloge Barcelone“ s priloženom kartom