

Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi - odjeća, knjiga, šalica

Čić, Ines

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:207041>

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

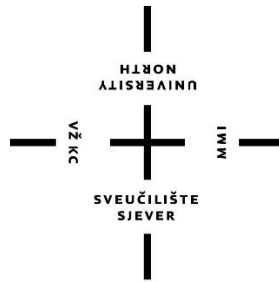
Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





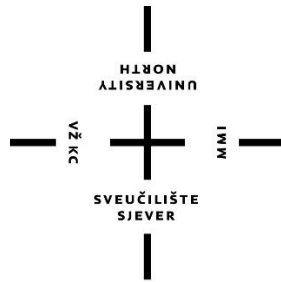
Sveučilište Sjever

Završni rad br. 61/MED/2018

Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi - odjeća, knjiga, šalica

Ines Čić, 0114/2013

Koprivnica, rujan 2018. godine



Sveučilište Sjever

Medijski dizajn

Završni rad br. 61/MED/2018

Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi - odjeća, knjiga, šalica

Student

Ines Čić, 0114/2013

Mentor

Antun Franović, Docent

Komentor

Petar Miljković, Docent

Koprivnica, rujan 2018. godine

Predgovor

Temu za završni rad „Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi - odjeća, knjiga, šalica“ odabrala sam iz ljubavi prema slikanju koje je u ovom slučaju potaknuto nadahnućem silueta koje me duže vrijeme prate kroz moje umjetničko izražavanje. Pritom je osnovna teza rada obogaćivanje medijske probojnosti ideje postupkom ilustracije. Introspektivnom analizom i iskustvom društvene percepcije u našem današnjem okuženju, spomenuti koncept je sveden na sedam osnovnih „emocionalnih područja“, te likovno elaboriran ilustracijama izvedenima u analognim i digitalnim grafičko-tiskarskim tehnikama na socijalno-komunikološki pogodnim nosiocima - majicama, knjizi i šalici. Jedinствена tematika završnog rada objedinila je stečena znanja iz različitih područja medijskog dizajna.

U grafičkoj obradi i prilagodbi za tisak presudna je za tok i kvalitetu završnog rada bila stručna pomoć i podrška Danijela Galinca, tiskarskog znalca i apsoluta Sveučilišta Sjever.

Sažetak

Ideja završnog rada stigla je sasvim spontano, izradila sam siluetu svog lica i sa svakim radom inspiracije je bilo sve više, svaka ilustracija nastala je nadahnuta nekom emocijom koja se tog trenutka pojavila u meni. Pokušavala sam na ilustrativan način prikazati emocije koje vladaju nama, ne bi li potaknula medijsko-socijalnu komunikaciju. Spomenuto me ohrabrilo jer je to bio znak da je to pravi medij. Bilo je pitanje kako ih prenijeti i kako će one komunicirati, i koja je njihova namjena. Svaka ilustracija ima svoju priču, razmišljala sam da li podijeliti priču s drugima, i na koji način pa sam odlučila podijeliti priču u ilustriranom obliku. Svatko ima svoje emocije pa ih ilustrirane može povezati sa emocijom koju smatra srodnom.

Praktični aspekt završnog rada sastojao se u isprobavanju i primjeni više konkretnih tehničko-tehnoloških i grafičko-tiskarskih postupaka, sve dok nije nađen optimalni postupak i nosilac. Za svaku pozadinu odabrala sam vodenu tehniku- akvarel jer je pogodna za izražavanje i nijansiranje duševno-emocionalnih stanja. Može stvoriti najviše kontrasta i najveći raspon. Pošto su siluete jasne, oštre i dominantne u mom radu, odlučila sam se za sitotisak koji uz to ističe i organski akvarela u definiranju nijansi koje sam željela izraziti. Nakon prvog otiska znala sam da je to ono što želim postići- tamna crna silueta na akvarelu.

Kroz proces pretakanja idejnog koncepta na majice, šalice i knjigu stvorila sam medijsko-komunikacijski koncept koji se sastoji od 7 ilustracija koje u sebi nose određenu emociju. Ilustracija je postala medij koji prenosi određenu priču i poruku.

Ključne riječi rada: ilustracija, emocije, akvarel, sitotisak, digitalni tisak, komunikacija, medij, olikovljenje

Sadržaj

1.	Uvod	1
2.	Obrada zadatka	3
2.1.	Komunikacija u društvu	3
2.2.	Vizualna komunikacija.....	4
2.3.	Ilustracija.....	4
2.4.	Povijest ilustracije	5
2.5.	Ilustratori.....	6
2.6.	Područja primjene ilustracije.....	7
3.	Praktični dio	12
3.1.	Akvarel.....	12
3.2.	Sitotisak	13
3.3.	Tisak na majice.....	15
3.4.	Tisak na šalicu	17
3.4.	Dizajn naslovne strane knjige	18
4.	Analiza rezultata	20
4.1.	Od skice do rješenja.....	20
4.2.	Analiza komunikacijsko-medijskog učinka	22
5.	Zaključak.....	25
6.	Literatura.....	26

1. Uvod

Živimo u dobu vladavine medija, gdje god se okrenemo, svuda oko nas su neki mediji koji nam šalju određenu poruku i time značajno utječu na naš život. Pod medijem kao elementom komunikacije podrazumijeva se svako sredstvo čijim se djelovanjem ostvaruje komuniciranje. Ilustracija također može biti i u većini slučajeva je medij.

Kod ovog završnog rada introspektivnom analizom i iskustvom društvene percepcije u našem današnjem okuženju spomenuti koncept je sveden na sedam osnovnih emocionalnih područja, te likovno elaboriran ilustracijom izvedenom u analognim i digitalnim grafičko tiskarskim tehnikama na socijalno-komunikološki pogodnim nosiocima- majicama, knjizi i šalici.

Na samom početku bilo se potrebno upoznati sa pojmom ilustracije i što sve ona predstavlja. Isto tako, postaviti svrhu i cilj rada. Postavljena je osnovna teza rada koja je; obogaćivanje medijske penetrabilnosti ideje postupkom ilustracije. Prikupila sam podatke o medijima i vizualnoj komunikaciji za razumijevanje i prenošenje društveno prepoznatljivih emocionalnih sfera i njihovu medijsku upotrebu. Komunikacija je osnovna funkcija medijskog sustava, ilustracija je medij kojim ilustrator šalje poruku određenoj ciljanoj skupini, a svaka poruka ima neki učinak.

Ilustriranjem emocionalnih stanja shvatila sam da svaki čovjek svaku emociju shvaća i vidi drugačije. Osjeti su odraz naše objektivne stvarnosti i imaju objektivni karakter usred nužnosti da pomoću njih pravovremeno i precizno reagiramo na objektivnu realnost koja nas uvjetuje i pomoću koje možemo opstati. Emocije i osjećaji su posjedovani našim temperamentom i tako dobivaju „subjektivan“ karakter, dakle određeni su i našom ličnošću pa tako doživljaj sebe (slika o sebi) nužno biva uvjetovan našim stavom ili odnosom.

Ilustracija po široj definiciji je slika-prikaz kreiran u svrhu štampanja u knjigama i publikacijama, a može i biti djelo samo za sebe. Pošto često prikazuje stvaran izgled nečega, njena izrada nije jednostavan umjetnički zadatak jer iziskuje detaljno poznavanje anatomije, perspektive i zavidno poznavanje likovne kulture.[1] Sadrži koncept i ideju uz određenu namjenu. U slučaju ovog rada to je komunikacijsko- medijska namjena.

Ilustriranjem sedam osnovnih emocionalnih područja, dolazimo do pitanja: “Zašto sedam?“. Simbolika broja sedam je jedan od najukorijenjenijih arhetipova ljudske vrste koji često prelazi u mistiku pošto je duboko ukorijenjena matrica po kojoj se naš mentalni život voli kretati. Uzrok tome je naša uvjetovanost objektivnom fizičkom realnošću. Temeljna matematičko-fizička matrica je pčelinje saće koje je fizički najekonomičniji vid gradnje (iskorištavanje prostora i energije) pa tako i doživljavanja- komunikacije. Krug može biti okružen sa samo šest krugova-zajedno sedam. Jedan od manifestnih oblika spomenutog je djelovanje mjeseca, mjesečni ciklus kod žena, te

indijska latica Nautilus. Imamo sedam dana u tjednu, sedam stupnjeva usavršavanja, sedam planeta, sedam je ružinih latica, a bilo je i sedam samuraja, sedam patuljaka, sedam duginih boja, sedam glavnih grijeha. U velikim civilizacijama, počevši od egipatske, sedam je bio simbol vječnog života, potpun ciklus i dinamično savršenstvo. Mjesečevo razdoblje traje sedam dana, a četiri razdoblja jednog Mjesečeva ciklusa daju 28, odnosno zatvaraju ciklus. Kod Sumerana broj 7 temelj je svete geometrije, odražava savršenstvo, ponekad i samo božanstvo.

Svaka od ovih sedam ilustracija nastala je nadahnuta nekom emocijom koja se tog trenutka pojavila u meni. Pokušavala sam na ilustrativan način prikazati emocije koje vladaju nama. Svaka ilustracija ima svoju priču koju sam odlučila podijeliti u ilustriranom obliku.

Za mene sedam temeljnih emocija koje su me potaknule u izradi određene ilustracije su; tuga, strah, razočaranje, bezbrižnost, usamljenost, sreća i praznina. Kao što sam već navela u sažetku, ne moraju te iste emocije biti i kod drugih povezane s mojim ilustracijama, jer je svatko od nas drugačiji i svatko ima svoje emocije koje drugačije vidi, zamišlja i na nešto drugačiji način osjeća, pa ih ilustrirane može povezati sa emocijom koju smatra srodnom.

Praktični aspekt završnog rada sastojao se u isprobavanju i primjeni više konkretnih tehničko-tehnoloških i grafičko-tiskarskih postupaka, sve dok nije nađen optimalni postupak i nosilac.

Stečeno znanje kroz moje školovanje bila mi je velika prednost tokom izrade praktičnog dijela, također pomoć navedenog Danijela Galinca, koji je veliki tiskarski znalac, i naravno uz to, prikupljanje određenih podataka iz knjiga i web stranica, te njihova obrada.

Tijekom provedbe ilustracija tehnikom akvarel i grafičkom tehnikom sitotiska, javila se ideja da ih apliciram na majice. Na taj sam način svoje ilustracije podvrgnula svakodnevnoj upotrebi u svrhu komunikacijsko- medijskog učinka. Također, ilustracije su aplicirane i na šalice i knjigu.

Kod tiska na majice koristila sam kombinaciju digitalnog i termo tiska, a kod tiska na šalice postupak sublimacije.

U nastavku će biti prikazane i objašnjene sve navedene tehnike korištene u izvedbi ovog završnog rada, isto tako način na koji je zadatak obrađen i opravdan olikovljen koncept uz svijest o njegovoj namjeni.

2. Obrada zadatka

Na samom početku bilo je potrebno upoznati se s komunikacijom u društvu i vizualnom komunikacijom, jer je komunikacija osnovna funkcija medijskog sustava. Ilustracija je također medij kojim ilustrator šalje poruku određenoj ciljanoj skupini, a svaka poruka ima neki učinak. Trebalo je odgovoriti na pitanje koju to poruku želim poslati i da li je šaljem na prvi način.

Prije upuštanja u stvaranje finalnih ilustracija iz skica, bilo se potrebno malo više upoznati sa onim što je sve zapravo ilustracija. Uz osnovne informacije bilo je potrebno upoznati se sa poviješću ilustracije te prvim ilustratorima i prvim nagrađivanim ilustratorima. Također je bilo potrebno napraviti istraživanje područja na kojima se primjenjuje ilustracija.

U idućim poglavljima osvrnut ću se na sve navedeno.

2.1. Komunikacija u društvu

Da bismo ostvarili komunikaciju oslanjamo se na sva osjetila: vid, njuh, sluh, dodir i okus. Ne možemo ne komunicirati s okolinom oko nas. Svaki pokret, izjava, izraz lica kod ljudi, ali i životinja predstavlja neku vrstu komunikacije. Da bi komunikacija bila ostvariva postoje niz nepisanih pravila kojih se svi pridržavamo. Ta pravila učimo od malih nogu i usađuju ih nam roditelji i osobe koji su dio našeg djetinjstva. Različite kulture imaju različita kulturna načela, pa tako i pravila ponašanja i komunikacije. Na primjer: u Japanu je pristojno srkati tijekom jela rezanaca i ostaviti u tanjuru hranu nakon jela kao znak poštovanja da je bilo ukusno. Dok u Engleskoj je nepristojno ostaviti hranu na tanjuru, već je pristojno kao znak poštovanja domaćina pojesti sve što vam je na tanjuru. Do neshvaćanja u komunikaciji, odnosno shvaćanja krive poruke najčešće dolazi kada se susretnemo sa ljudima različite vjerske, socijalne, etničke i obrazovne pozadine. Do neshvaćanja dolazi i kod komuniciranja s kolegama s fakulteta ili posla koji nisu različite vjerske, socijalne, etničke ili obrazovne pozadina naspram nas. Često se nenamjerno dovodimo u nezgodne situacije gdje krivo protumačimo dobivenu, odnosno poslanu poruku. Do tog fenomena dolazi na dnevnoj bazi u našim životima iako toga ponekad nismo ni sami svjesni. Ponekad se tako dovodimo u nezgodne situacije koje većina ljudi želi izbjeći. Često te male nesporazume ignoriramo i brzo ih rješavamo, te se ne zamaramo pamćenjem istih. [2]

2.2. Vizualna komunikacija

Vizualna komunikacija (gledanje, kontakt očima, viđenje, izrazi lica, govor tijela, itd.) je neverbalna vrsta komunikacije koja služi za priopćavanje ideja i informacija koje mogu biti pročitane, pregledane, pogledane.[3]

U današnje vrijeme jedna od najvažnijih komunikacija je upravo vizualna, jer se njome koristimo na dnevnoj bazi. Živimo u vizualnom svijetu, svaki proizvod prepoznajemo po boji i etiketi prije nego što smo vidjeli i pročitali natpis. Tijekom gledanja televizijskih reklama možemo već u prvih deset sekundi prepoznati o kojem se proizvodu radi. Ponekad se dogodi da nas proizvod iznenadi svojom inovativnošću tijekom reklamiranja na TV-u ili plakatima.

Zbog čestih višeznačnosti u verbalnoj i vizualnoj komunikaciji dolazi do krivog tumačenja poslanih i dobivenih poruka. Tad se javlja nesporazum. Nesklad između izvornog značenja primljene poruke i onog doživljenog s naše strane nazivamo nesporazum u komunikaciji. On se može riješiti sa detaljnijim objašnjavanjem primljene poruke. Saznanjem točne definicije poruke, prvotni doživljaj ne nestaje. Na nama ostaje što ćemo učiniti sa njime. Ponekad se može javiti nesklad primljene i definirane poruke u našoj mašti. Iako znamo točnu definiciju dobivene poruke dogodi se da mašta proradi i ona sama percipira određeni dio poruke, zasebno ne uzimajući u obzir ostatak poruke. Tad se javljaju nestvarne, zabavne, zanimljive, nemoguće slike u našim glavama koje trenutno mogu zbuniti primatelja poruke.[2]

Iz tog razloga odlučila sam se na ilustracije bez teksta, tako će svatko primiti poruku na drugačiji način, kod svakog djelovat će samo mašta i on sam odlučuje kako će shvatiti poruku, i po želji širiti je dalje.

2.3. Ilustracija

„Ilustracija je nezgodna riječ, ili je barem bilo tako do relativno nedavno“, piše Lawrence Zeegen u knjizi *The Fundamentals of Illustration*. „Niti potpuno prihvaćena od strane umjetničkih institucija niti od dizajnerske industrije, ilustracija se borila bez obzira na to. Ismijavana kao neozbiljna od strane akademskih umjetnika i previše umjetnička od strane dizajnera, ilustracija se našla u ničijoj zemlji između dva područja“, objašnjava Zeegen. „Jasno je da ilustracija leži negdje između umjetnosti i dizajna – no nikada se nije smatrala umjetnošću, niti joj je ikad dopušteno da postoji kao disciplina unutar dizajna“, nastavlja autor.

U suvremeno doba, ilustraciju se susreće zapravo svugdje – na internetskim portalima, društvenim mrežama, blogovima, filmskoj i glazbenoj industriji, poslovnom svijetu i promotivnom okruženju – a one koje stoje na policama u tiskanim izdanjima, poput knjiga i časopisa, svjedoče važnosti koju stavljamo, ali smo i ranije stavljali na umjetnost i umješnost ove

discipline. [4] „Ilustracija igra veliku ulogu u današnjem svijetu“, piše Alan Male u knjizi *Illustration: A Theoretical&ContextualPerspective*, „ona utječe na to kako smo informirani i educirani o onome što kupujemo, kako smo uvjereni da radimo stvari. Daje nam mišljenje i komentar. Daje nam kontekst i priča nam priče.“ [5] „U najgorem slučaju, ilustracija je samo nešto što izgleda dobro i ne daje nikakvo znanje i informacije o onome što ilustrira. U najboljem slučaju ilustracija potiče gledatelja na razmišljanje, daje dodatno značenje tekstu, odnosno pruža bolje i dublje značenje predmetu o kojem govori,“ objašnjava Zeegen. „Vrijedne ilustracije su priče i narative“, nastavlja, „one traže od gledatelja da aktivno sudjeluje kako bi u potpunosti shvatio neku poruku. (...) One su savršen spoj umještosti, vještine i kreativnog razmišljanja.“ [4]

2.4. Povijest ilustracije

Ilustracija je veoma stara umjetnička forma, i javlja se kao vjerski prizori na papirusu u Starom Egiptu. U Europi su najstarije rimske ilustracije iz 6. st., a u srednjovjekovnim kodeksima su započele kao oslikavanje početnih riječi (inicijal), a kasnije su minijature ispunjavale cijelu stranicu knjige urešeni temperom i pozlatama. Pored kršćanskih, postoje i brojni primjeri iluminiranih rukopisa u Islamu i drugim religijama, s razlikom u motivima, prikazima, ornamentici i tehnicima.

Sa sve većom sekularizacijom društva, minijature su ukrašavale i osobne molitvenike, skolastičke radove, herbarije, karte za igru i drugo. Troškovi njihove izrade su bili visoki sve do uvođenja papira koji je u Europu stigao iz Kine zahvaljujući Marku Polu. Tada su se ilustracije umnožavale postupkom ksilografije (drvorez) - urezivanjem u drvene ploče odvojeno od teksta.

Izumom tiska krajem 15. stoljeća tržište knjiga se još više proširilo, a tehnika bakropisa omogućila je finiju i detaljniju izradu ilustracija.

U današnje vrijeme, nasuprot dječjoj literaturi, ilustracije rijetko ukrašavaju knjige za odrasle, s izuzetkom njihovih korica. S jedne strane ovim su ilustratori dobili veliku slobodu pri izboru tehnika i stila pa su stvarali prava umjetnička djela. S druge strane, tržište je postalo veoma suženo, čak u i današnjem svijetu reklama. Danas se za ilustriranje puno koriste fotografija i računarska tehnologija. Interes za umjetnost knjiške ilustracije, postera i časopisa iz dana u dan sve više i više raste. Danas postoje i muzejske izložbe, časopisi i katalozi posvećeni ovoj vrsti primijenjene umjetnosti.[6]

2.5. Ilustratori

Još od 1900. godine hrvatski slikari su ilustrirali knjige i časopise, prvi ilustrator naveden u knjizi bio je Ilija Dizdar iz Arbanasa kod Zadra koji je 1929. godine u boji ilustrirao i napisao početnicu. Od 1930. godine hrvatsku ilustraciju oblikuju gotovo svi slikari, kipari i posebice grafičari a oko 1960. godine dolazi do raslojavanja među ilustratorima koji se grupiraju kao ilustratori dječjih knjiga i udžbenika, novinarski ilustratori, karikaturisti i animatori. Ilustracije se javljaju u hrvatskim dječjim knjigama s njihovim počecima: već u „Mlajssem Robinzonu“ Joachima Heinricha Campea objavljenom 1796. godine nalazimo drvorez domaćeg majstora obojen rukom.

„Kada me pitaju što je moja profesija, ja kažem da pravim knjige. Mogao bih također reći da sam slikar, kipar, publicist i da pišem priče. Mogu reći jednostavno da sam autor. Dakle, ja pravim knjige“ [7] rekao je Tomi Ungerer – dobitnik Andersenove nagrade za ilustraciju dječje knjige 1998. godine.

Prva hrvatska nagrada za tekst i ilustraciju dječje knjige „Grigor Vitez“ je utemeljena 1967. godine – u isto vrijeme kada su nastale velike inozemne nagrade. Osim što smo u šezdesetim godinama bili vrlo napredni te nimalo nismo kaskali za ostatkom Europe imali smo dva izvanredna autora. Jednog poznajemo kao crtača stripova a drugog kao litografa i tiskara. Radi se o Andriji Mauroviću i Vladimiru Kirinu.



Slika 2.1 Anka Brazilijanka / Mato Lovrak ; ilustrirao A. Maurović. 1939.



*Slika 2.2 Braća Grimm; Ilustracije: Vladimir Kirin
Izabrane bajke, 1988.*

2.6. Područja primjene ilustracije

Vizualno opisne slike su svuda oko nas i njihova se primjena, iako još uvijek zastupljena, počela kretati iz očitih i isprobanih područja primjene, kao što je to izdavaštvo, na manje očita područja kao što su oglašavanje i dizajn proizvoda. „Novo tržište je zaista veliko, ono cvijeta i gladaže za novim talentima“ prenosi ilustrator Daniel Hsieh. U knjizi *Becoming a Successful Illustrator* Darek Brazell i JoDavies govore kako u današnjem svijetu s rastućom željom za slikama, vještine ilustratora se mogu regrutirati u bezbroj svrha, a digitalno tržište premošćuje jezične, vremenske i prostorne barijere. [8] Iako je ilustraciju moguće primijeniti u brojnim područjima kao ključna stara, ali i nova tržišta Brazell i Davies ističu:

Novinarstvo- Ilustracija u novinarskim izdanjima ima dugogodišnju tradiciju, i iako industrija trenutno proživljava krizu zbog rasta digitalnih portala, vještine i rad ilustratora i dalje su prijeko potrebna u područjima kao što su to izdanja na lokalnoj, nacionalnoj ili regionalnoj razini i raznim specijaliziranim izdanjima. No primjenu ilustracije također možemo naći na digitalnim platformama i digitalnim portalima.

RACZKUJĄCY KONSUMENCI ŚWIAT DZIECI W PERSPEKTYWIE KULTURY

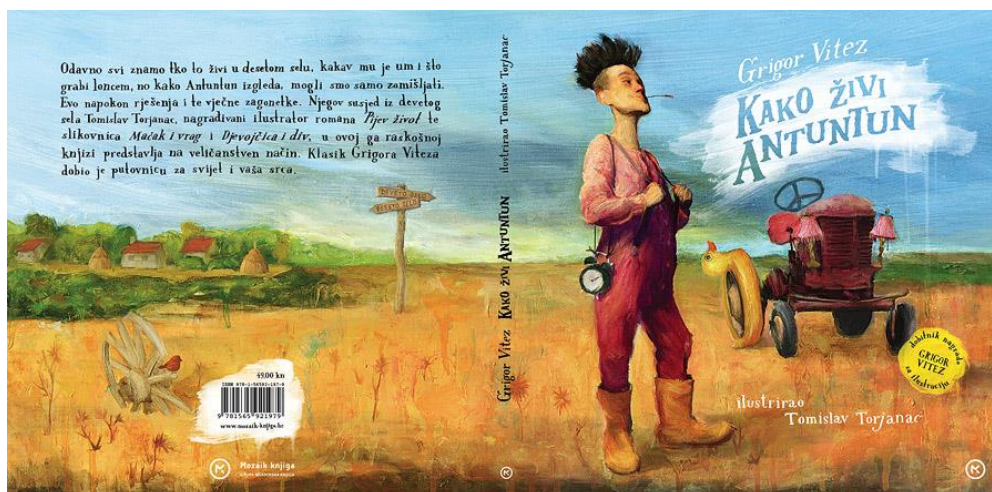
Kłosa konsumpcji...
Dzieci skłonni są do bardzo
historii segment rynku komer-
cyjnego. Nie tylko znacząco
dywersyjny, ale i niezwykle
funkcyjny. Specjaliści
od marketingu przystępują do
konkretnych strategii odpo-
wiedziowych programów
marketingowych. Tworzą kampanie
promocyjne, analizują i docie-
kają. Jak trafnie w dzisiejszym
społeczeństwie konsumpcyjnym
konkretnie postępują
procesy.



Slika 2.3 Raczkujący konsumenci. Świat dzieci w perspektywie kultury" (Żutokljunci potrošači. Svijet djece iz perspektive kulture), Kontast, veljača 2015.; ilustracija: Damian Dideńko

Ilustracije u novinama uglavnom opisuju neki novinarski tekst ili priču, a variraju od naprosto dekorativnih ilustracija do onih baziranih na određenom tekstu predstavljenom u novinarskom izdanju. Također, nailazimo i ilustracije različitih veličina – od manjih slikovnih prikaza pa sve do ilustracija na dvije stranice. Nešto rjeđe, ilustracije se nađu na naslovnica magazina, što na primjer često čini The New Yorker. Nadalje, teme novinarskih ilustracija su različite a mogu pokrivati široki spektar tema kao što su politika, financije, životni stil, putovanja, zdravlje, tehnologija i druge.

Izdavaštvo- Ilustracija svoju primjenu nalazi u izdavaštvu bilo da se radi o tiskanom ili digitalnim izdanjima, naročito knjiga i to u četiri velika područja – beletristika, publicistika, knjige namjenjene djeci/slikovnice te grafičke novele (engl. graphicnovels) i stripovi. Ilustracije se primjenjuju i kao naslovnice i kao dodatne ilustracije unutar knjige, a variraju u količini po publikaciji i veličini (od manjih prikaza pa sve do ilustracija koje ispunjuju cijelu stranicu). Knjige za djecu/slikovnice i grafičke novele, odnosno stripovi, obično sadržavaju najviše ilustracija te najčešće dolaze ispisane u boji. Kod ilustracija za ovaj tip publikacija bitno je fokusirati se na ciljanih čitača te njima prilagoditi slikovni sadržaj. Ova dva tipa nerijetko dolaze u potpunom autorstvu ilustratora, uključujući tekstualne dijelove. Što s tiče beletristike i publicistike, ovdje ilustracije susrećemo nešto rjeđe, no ne izostaju, ovdje se najčešće radi o ilustraciji naslovnica te manjim popratnim ilustracijama.



Slika 2.4 Kako živi Antuntun/ Gregor Vitez; ilustrirao Tomislav Torjanac, 2009.

Dizajn i oglašavanje- U ovoj branši između ilustratora i klijenta nalazi se posrednik, obično agencija, koja komunicira s ilustratorom kako bi ispunio želje i potrebe klijenta. Klijenti variraju od većih multinacionalnih kompanija do manjih lokalnih tvrtki, te nerijetko traže niz ilustriranih sadržaja, poput brošura, vizuala za web, postera, kalendara, promotivnih i sličnih popratnih materijala. Agencije također često traže izradu različitih ilustracija za pakiranja proizvoda, od igračaka za djecu, kozmetičkih, prehrambenih i sličnih proizvoda.

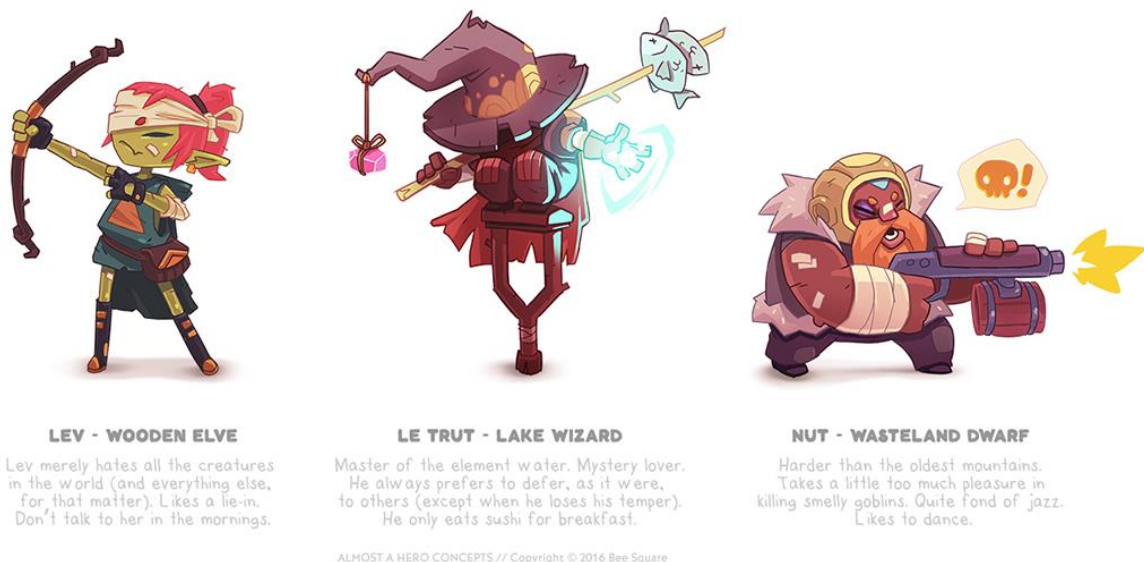
Također, ovdje je bitno spomenuti učestalost primjene ilustracije u glazbenoj industriji, koja se uglavnom koristi kao naslovnica glazbenog albuma, u dizajnu popratnih proizvoda poput majica i bedževa, postera za događanja i koncerte itd.



Slika 2.5 Ilustracija Stjepana Tadića za 28. Animafest

Ilustracija koncepta- Kod ilustracije koncepta možemo govoriti o dvije velike grane – ilustraciji konceptata za film, te ilustraciji konceptata za igre. Ilustracije konceptata za film izrađuju specijalizirani umjetnici i to u najranijim fazama razvoja filma. Ilustratori uglavnom rade u timovima sa stručnjacima iz drugih područja i to sve pod vodstvom producenta. Na ovom području radi nešto manje ilustratora zbog specifičnih zahtjeva industrije i često su izrazito specijalizirani za određeno područje pri čemu najčešće govorimo o osmišljavanju nestvarnih likova, lokacija i scena.

Ilustracije konceptata za igre uglavnom se odnose na kreiranje vizualnih elemenata ili u nekim slučajevima i cijelog korisničkog sučelja igre. Ovdje možemo govoriti, kao i kod filma, o kreiranju likova scena i lokacija te ilustraciji koja pomaže vizualizaciji i predprodukcijskoj fazi razvoja igre.



Slika 2.6 Koncept likova za video igru "Almost Hero" Bee Square Gamesstuija, ilustracija: Pablo Hernandez

Dekoratívna ilustracija- Dekorativna se ilustracija uglavnom koristi kao sastavni dio proizvoda, odnosno, krasi odjevne predmete, zidne tapete, maske za tablet i mobilne uređaje, komade namještaja i slične dekorativne proizvode. U ovoj branši često srećemo kreiranje ilustriranih uzoraka ili primjenu ilustracija na ograničenom broju proizvoda.



Slika 2.7 Tapeta Pabla Piattia za BOFFO Show House u New Yorku

Autorska ilustracija- Autorska se ilustracija, kao što samo ime i govori, odnosi na ilustraciju kreiranu iz puke autorske kreativnosti i želje za stvaranjem te nema direktnu komercijalnu vrijednost. Odnosi se na samo-inicijalizirane projekte koji služe vlastitom učenju i razvoju, a nerijetko posluže kao promotivni materijali za rad samog ilustratora – knjige skica, knjige radova, eksperimentalni radovi, rukotvorine i slično. [8]

3. Praktični dio

Kao i kod svakog kreativnog procesa i ovaj rad je nastao kao koncept koji je nakon idejne i vizualne razrade- skica trebalo olikovnuti i grafički izvesti na likovno kvalitetan i medijsko učinkovit način. Pritom je ilustracija meni poslužila u svojem ishodnom i najširem značenju „illustrare“, što na latinskom znači osvjetliti, čime sam koncept učinila vidljivim i upotrebljivim vizualnim medijem. Željela sam napraviti završni rad koji će biti zanimljiv i koji nosi određenu priču u sebi i kroz njega prikazati stečena znanja tijekom ovih 6 semestara. Prvi problem nakon razrade teme bio je koju tehniku koristiti u izradi ovog rada i zašto.

Praktični dio završnog rada sastojao se u isprobavanju i primjeni više konkretnih tehničko-tehnoloških grafičko- tiskarskih postupaka, sve dok nije nađen optimalni postupak i nosilac. Testirala sam i kombinirala grafička rješenja i tiskarske postupke optimalne za komunikacijsko-medijski učinak koji su navedeni u nastavku.

3.1. Akvarel

Akvarel (lat. aqua "voda") slikarska je tehnika koja upotrebljava vodene boje, tj. boje koje su vezane ljepilom koje se razgrađuje u vodi. Tehnikom akvarela slika se prozirno da se vidi podloga. Često se prije slikanja crta olovkom ono što se želi naslikati, pa se onda to vidi ispod prozirne (prozračne) boje.



Slika 3.1 Akvarel za ilustraciju „Bezbriznost“

Prilikom slikanja akvarelom podloga ima izuzetno važnu ulogu jer se vidi ispod prozirnog (lazurnog) tankog sloja boje, stoga se pri radu često koristi poseban akvarelni papir sa zrnatom teksturom. [9] Koristila sam 300 gramski akvarel papir za pozadine svojih ilustracija. Neke ilustracije su zbog ideje trebale više boje, a neke više vode i prozirnosti, što je bio razlog da sam odlučila raditi tehnikom akvarela.

3.2. Sitotisak

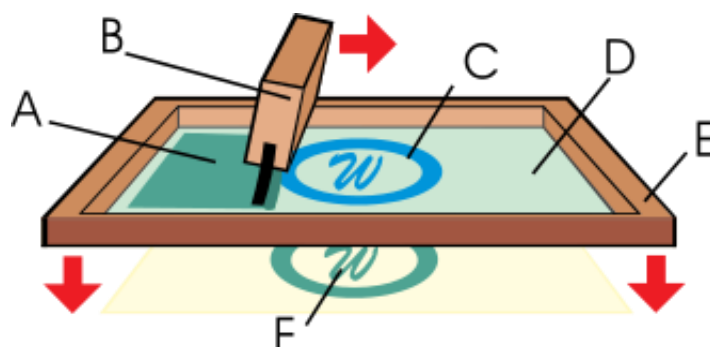
Sitotisak (serigrafija, svilotisak) spada u direktnu tehniku propusnoga tiska s mogućnošću tiska na različite materijale. Smatra se najstarijom tehnikom tiska.

Forma za tisak se priprema na način da se na svilu nanosi fotoosjetljiv sloj emulzije. Nakon sušenja emulzije, fotoosjetljivi sloj se osvjetljava preko matrice na filmu. Ispiranjem sloja emulzije koji nije osvjetljen stvara se tiskovna forma na svili (u negativu), kroz koju kasnije (u procesu tiska) prolazi bojilo. Osvjetljeni dio emulzije čini svilu nepropusnom za bojilo, i na tom dijelu svile bojilo ne prolazi na predmet koji se tiska. Uz pravilan način rada forma za tisak može biti dugotrajna.



Slika 3.2 Nanošenje fotoosjetljive emulzije na svilu

Tisak se ostvaruje na način da se bojilo (na slici iznad označeno slovom A) strugačem (rakelom) (B) potiskuje kroz tiskarsku formu (C) koja je izrađena od svile (D) koja je zategnuta na drveni ili aluminijski okvir (E).



Slika 3.3 Tehnika sitotiska

Svila može biti različite gustine, zavisno od materijala na kojem se tiska i od bojila kojim se tiska. Gustina može biti 35, 43, 55, 77, 90, 120, 145, 160 niti po kvadratnom centimetru. Ovisno o gustini niti svila propušta više (uz manje kvalitetan otisak) ili manje bojila (uz više kvalitetan otisak). Sila pritiska strugača, brzina tiska te vrsta podloge na kojoj se tiska također utječu na debljinu nanosa bojila koja iznosi od 20 - 60 μm .



Slika 3.4 Tiskanje crne siluete na akvarel pozadinu kroz sitotisak

Osim ručnog načina tiska, postoje i strojevi za sitotisak, kako jednobojni tako i višebojni, te poluautomatski i automatski. Tisak se može raditi na ravnim oblicima, a zbog fleksibilnosti tiskovne forme i na zakrivljenim oblicima, te raznim materijalima, tako da sitotisak ima široku primjenu, posebno kod gotovih proizvoda. U tekstilnoj industriji je praktično nezamjenjiva tehnika tiska na tekstilne predmete, kako direktno na tekstil tako indirektno na transfer papir s kojega se poslije otisak termo prešama prenosi na tekstil pod utjecajem visoke temperature. Ovisno o vrsti materijala na koji se tiska, koriste se bojila pogodna za taj materijal. Tako postoje bojila za umjetne materijale, metal, staklo, tekstil (tzv. plastisoli i vodena bojila), gumu, itd. Za tisak na podloge koje odlikuje svojstvo upijanja boja koriste se jednokomponentna bojila u koja se dodaje razrjeđivač čime se regulira i viskoznost bojila, a za tiskovne podloge koje su neupojne koriste se dvokomponentna bojila sa svojstvom brzog sušenja uz dodatak katalizatora.[10]

3.3. Tisak na majice

Tisak na majice rađen je kombinacijom digitalnog i termo tiska. Korišten je digitalni printer za tisak, a za transfer tiska na podlogu korištena je termo preša.

Digitalni tisak- je iznimno moderna i popularna metoda tiska koji pomoću lasera prenosi zadani motiv na papir. Putem digitalnih datoteka kao što je PDF ili pak pomoću grafičkih softvera poput Illustratora i InDesigna, fotografije i općenito materijali se šalju direktno na printer. Ova jednostavna procedura eliminira potrebu za izradom tiskarskih ploča koje se koriste u offset tisku što može uštedjeti vrijeme i novac.

Korištenjem digitalnog tiska povećala se brzina izrade tiskarskih materijala te samim time i brzina ispunjavanja zahtjeva klijenata. Prednost ove vrste tiska je i mogućnost otiska samo jednog materijala. [11]

Termotisak- Krajem 20. stoljeća na tržištu se pojavljuju prvi uređaji sposobni za izrezivanje termo folije kao što su flex i flock folije, zatim različiti glittermaterijali, fosforni luminus materijali i slični koji se izrezuju u željeni oblik i termo prešom apliciraju na majice na temperaturi od 140 do 200°C. Ovaj postupak je idealan za personalizirane majice te manje proizvodne potrebe, a otisak je relativno jeftin i postojan. Priprema otiska je isključivo vektorska te se u ovoj opciji tiska ne može tiskati iz klasičnog CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black) i RGB (Red, Green, Blue) sistema. Izrada višebojnog otiska ovom tehnikom je spora, a time i otisak postaje skuplji. Osim izrezivanja folija i apliciranja na tkaninu, na tržištu se pojavljuju i prve tehnologije printa na specijalne papirne medije, najčešće nazvani preslikači koji se laserskim i Inkjet printerima prenose

prvo na papir pa zatim termo prešom apliciraju na tkaninu. Termo transfer papir ima različite varijacije svoje izrade i sastava, pa se tako razlikuju termo transfer folija/papir za tamne i svijetle majice te termo transfer papir za laserske i Inkjet pisače. Što se tiče sastava u samom papiru/foliji, termo transfer koji je namijenjen za laserske pisače mora podržavati velike temperature da ne bi došlo do taljenja pojedinih slojeva tiskovne podloge usred tiska. Druga razlika je između termo transfer papira za bijele majice te termo transfer folije za tamne majice. Kod tiskanja motiva koji je namijenjen za svijetle majice, motiv se tiska u zrcalnom načinu te se termo transfer papir zajedno s otiskom bez ikakvih predradnji aplicira na majicu, dok se na termo transfer foliji namijenjenoj za crne majice motiv tiska bez zrcaljenja, ali je prije aplikacije na majicu potrebno odvojiti foliju na kojoj se nalazi tisak od nosača (papir). Otisak termotiskom je cjenovno prihvatljiv za personalizirane majice, boje su vrlo oštre i žive (ovise o kvaliteti pisača), a kao nedostatak ove tehnike tiska na majice ističe se postojanost otiska koja je poprilično loša na tamnim majicama. [12]



Slika 3.5 Otisak ilustracije na bijelu majicu sa termo transfer folijom

Termo transfer folije za tekstil- Na svakoj majici osim samog digitalnog prijenosa ilustracije, korištene su termo transfer folije za tekstil. Primjena i namjena ovog materijala je tisak personaliziranih jednostavnijih vektorskih grafika, natpisa, brojeva za dresove, logotipa, grbova i slično. Digitalno je prenesena ilustracija, određeni dio koji sam željela dobiti sa folijom, u većini slučajeva bilo je potrebno posebno digitalno otisnuti na papir na koji se zatim stavlja termo folija i otisne pomoću termo preše. Nakon toga se odstranjuje višak folije i kraju na ljepljivom transferu ostaje vaša grafika zrcalno izrezana i spremna za apliciranje. Ostatak

ilustracije već je otisnut na majicu i nakon toga majica se postavi na termo prešu; postavi se grafika na željeno mjesto i zatvori termo preša. Nakon apliciranja odstranite transfer foliju sa grafike i na majici ostaje Vaša grafika. Postupak se može napraviti i bez transfer folije, ručno maknuti višak folije i prenijeti grafiku na majicu.



Slika 3.6 Postupak ručnog prenošenja termo folije na tekstil

3.4. Tisak na šalice

Sublimacija je postupak pri kojem kod zagrijavanja medija, nositelja boje, na temperaturi oko 200°C boja prelazi iz krutog u plinovito stanje te sublimira sa podlogom koju tretirate. Boja se implementira u molekule poliesterskog materijala budući da je afinitet veći za poliester u odnosu na papir. Sublimacijska boja se tiska inkjet pisačima na specijalni papir ili direktno na tkaninu. Medij na koji se boja prenosi je poliesterska tkanina ili treba biti tretiran polimerima. Pogodne vrste tkanina su poliester (PES), poliamid (PA 6, PA 6.6), polyacrynil (PAN), triacetat (HAT) tkanina s 60% udjela gore navedenih tkanina. Konačni proizvod ima briljantne boje, otporan je na UV zračenja i ne iritira kožu. Proizvodnja je ekološka, ne zahtijeva solvent, te ne stvara nikakve ekološke probleme- boje su najčešće na bazi vode, a rjeđe na uljnoj bazi. U konkurenciji ink-jet tehnologija ispisa, sublimacijske boje su jače i oštrije. Nema potrebe za specijalnim premazom medija na koje se vrši tisak. Najčešća upotreba ove tehnologije je u proizvodnji zastava, tekstilnih reklama, POS programa, dresova, a u zadnje vrijeme se otvara tržište dekorativnog tiska – uređenje

interijera. Doradne mašine za ovu tehnologiju su neophodne. Za kvalitetan otisak na tkaninu, nakon tiska na papir ili direktno na medij, koristi se kalander uređaj koji stvara visoku temperaturu i pritisak potreban za sublimiranje boje u medij.[13]

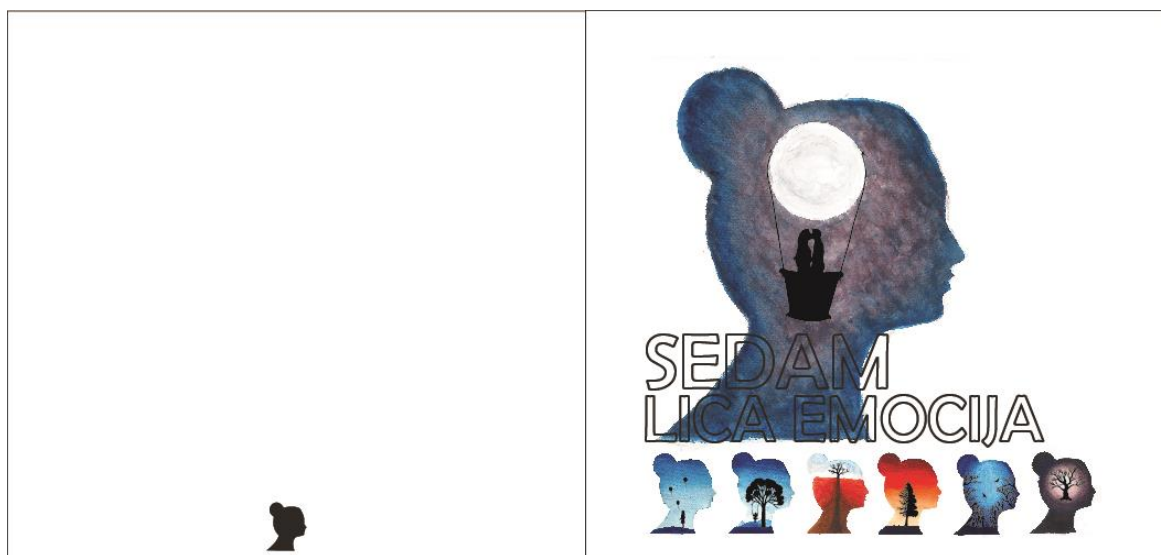
Moguć je tisak svih predmeta baziranih na poliesteru ili predmeta poput šalice koji su premazani poliesterskim slojem na koji se veže sublimacijska boja.



Slika 3.7 Stroj za tisak na šalice

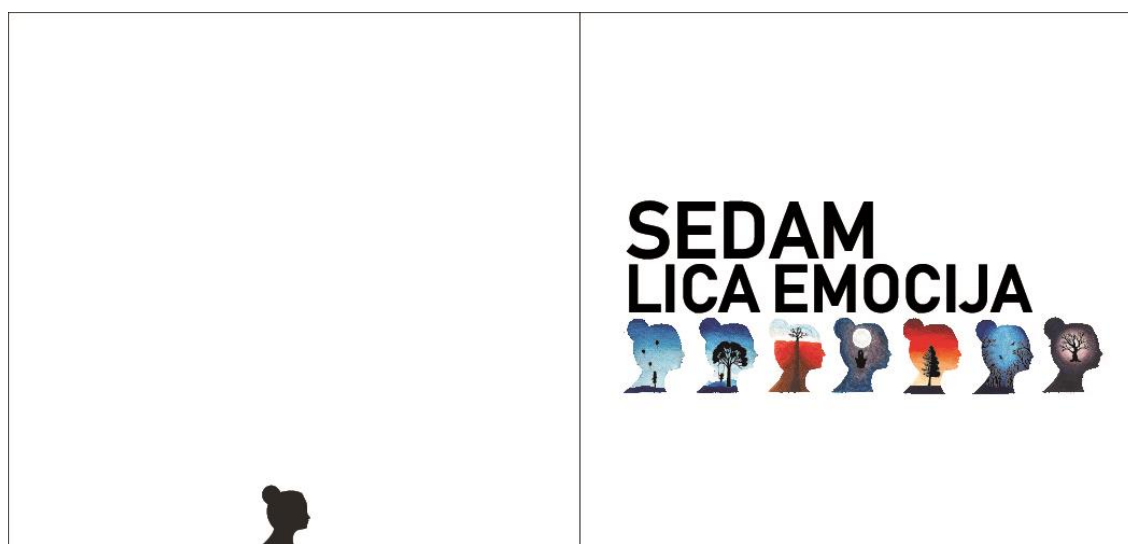
3.5. Dizajn naslovne strane knjige

Dizajn naslovnice knjige mora biti prilagođen da bi zainteresirao ciljanu skupinu. Ako se koriste ilustracije, poželjno je da su povezane sa tekstom, u ovom slučaju ja imam dizajn naslovnice kojoj može biti namijenjen neki tekst. Prvo za što sam se odlučila je format knjige, koja je 18×18 iz razloga jer to nisu tipične dimenzije za knjigu i željela sam nešto drugačiji i zanimljiviji format. Od prve ideje do konačnog dizajna puno toga se promijenilo, sam poredak ilustracija i font.



Slika 3.8 Prvi dizajn za naslovnicu knjige

Uz ilustraciju jako je bitna i tipografija, za naslove preporučaju se sans-serif fontovi. Za dizajn ove naslovnice koristila sam font Bahnschriftregular. Na prvu me se dojmio, imao je neku snagu zbog debljine slova, a opet i profinjenost koja lijepo zaokružuje cijelu ovu priču. Kod dizajna koristila sam ilustracije rađene akvarelom i tehnikom sitotiska, poredane u jedan red, sve jednake veličine, iz razloga jer nisam htjela ni jednu isticati, jer su sve emocije- ilustracije jednako bitne.



Slika 3.9 Finalni dizajn naslovnice knjige

4. Analiza rezultata

U ovom dijelu završnog rada ukratko ću opisati postupak od skice do rješenja, analizirati rezultate dobivenog naspram prvobitno zamišljenog.

4.1. Od skice do rješenja

Pronalazak likovnog stila kroz koji ću uspjeti prenijeti ono što sam zamislila bio je niz pokušaja isprobavanja različitih tehnika slikanja. Od ideje za koju je trebalo više od godinu dana, do prve skice nacrtane rukom, skicirane akvarelom, pa do prenošenja tih skica na 300 gramski papir za akvarel, otiska u sitotisku, tiska na majice, šalicu i knjigu, dug je put. Slika 3.4. prikazuje skice idejnog rješenja za završni rad „Emocije kroz ilustraciju“. Već na skicama se vidi da je to ilustracija, u kojem smjeru ide i na koji način je tretirati.

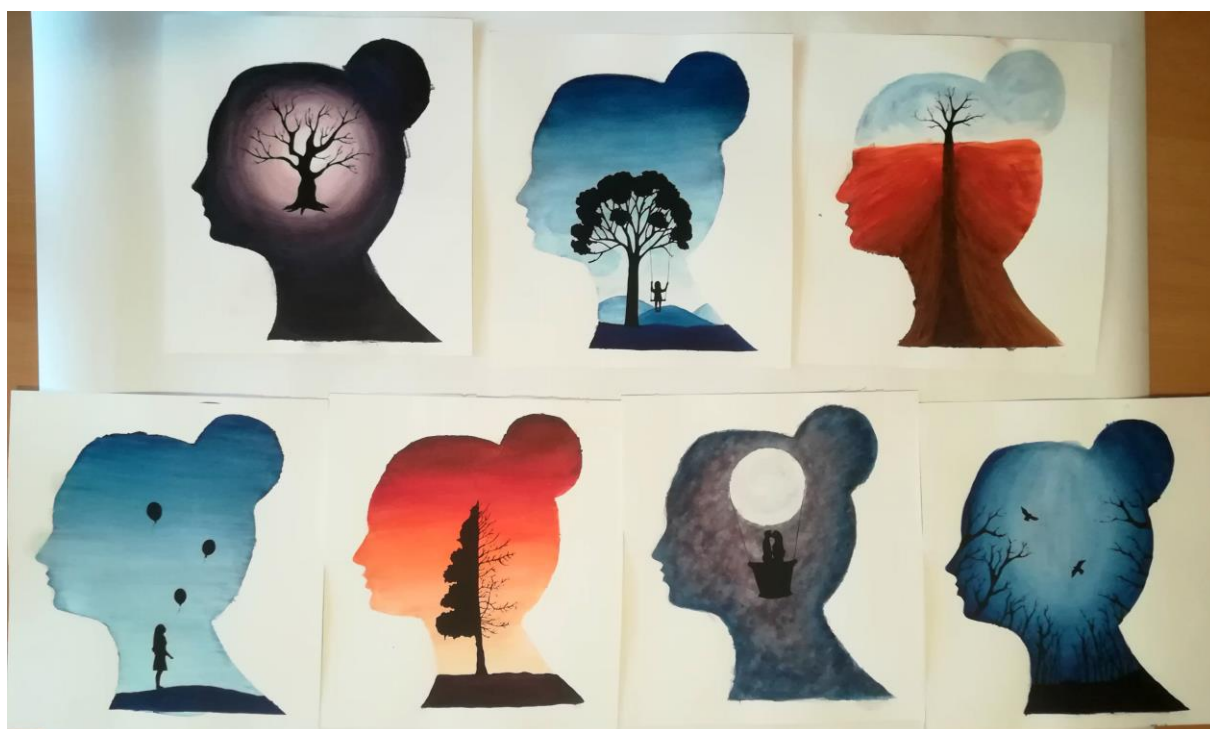


Slika 4.1 Skice ilustracija za završni rad

Kad su bile gotove sve skice krenula sam s izradom ilustracija akvarelom, napravila sam šablonu profila svog lica pomoću koje sam dobila svugdje skoro isti oblik, oblik siluete nije ispao savršeno jer se kod akvarela boja dosta razlijeva, što se može i vidjeti kod finalnih ilustracija, tako je svaki profil lica pomalo drugačiji pa na kraju to može biti bilo koja osoba, ne nužno ja.

Ja sam samo kreativac koji je svoje emocije prenio na određeni medij. Nisu sve pozadine rađene na isti način. Zbog postizanja određenog dojma, svaka je rađena na način koji joj najbolje odgovara, s kojim se najbolje prikazuje željeno i zamišljeno.

Kad je dio za koji se koristila tehnika akvarel bio gotov na to je slijedio otisak grafičkom tehnikom sitotiska. Željela sam postići duboku crnu na akvarelu u boji, kako bi dobila neki privid prostora. Kako je proces trajao nekoliko tjedana neke od ilustracija su se malo promijenile, ali je koncept ostao isti. Emocije su također ostale iste, samo sam odlučila promijeniti neke motive za koje mi se činilo da bolje odgovaraju. Kroz svih 7 ilustracija povlači se silueta mog lica i crne siluete različitih motiva.

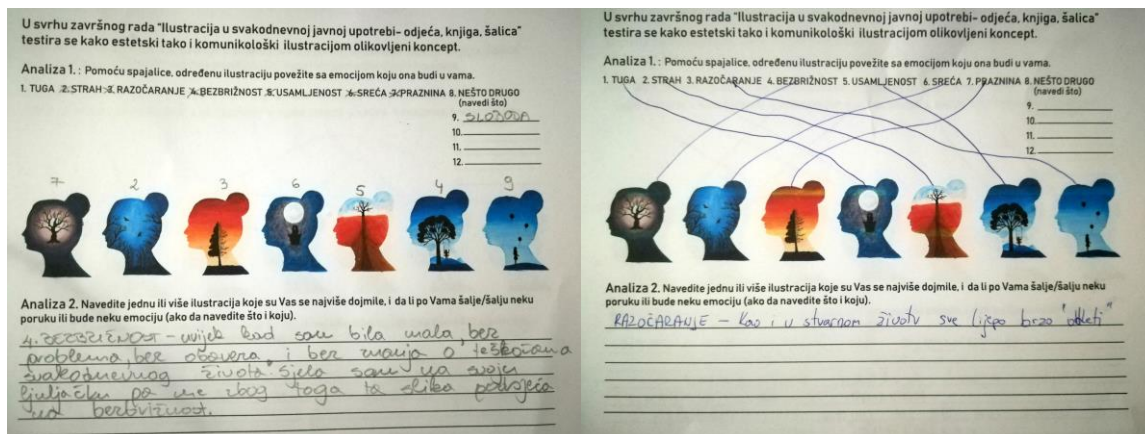


Slika 4.2 Finalne ilustracije na papiru za akvarel

Nakon toga bilo je potrebno pokušati ostvariti uvid u opravdanost olikovnjena koncepta uz svijest o namjeni. Pomoću tehnike digitalnog tiska s kombinacijom tehnike termo tiska otisnute su ilustracije na majice kojim sam željela postići medijsko-komunikacijski aspekt. Tehnikom sublimacije napravljen je otisak na šalicu, a na kraju i dizajn za knjigu.

4.2. Analiza komunikacijsko-medijskog učinka

U završnom radu se kroz uvid u proces pretakanja koncepta i ideje o namjeni u konkretno likovno rješenje pokušava ostvariti uvid u opravdanost olikovljenja koncepta uz svijest o namjeni. Iz tog razloga, provela sam analizu u kojoj sam testirala kako estetski tako i komunikološki ilustracijom olikovljeni koncept te različitost ljudske percepcije.



Slika 4.3 Analiza ljudske percepcije

Nakon testiranja desetak različitih osoba pomoću gore navedene analize Slika 4.3 prikazuje dvije različite percepcije navedenih emocija povezujući ih sa ilustracijama. Kao što je bilo i očekivano, odgovori i razmišljanja bila su poprilično različita. Svi ispitanici složili su se da ilustracije bude određenu emociju i da svaka od njih prikazuje neku emociju, ali koja ilustracija prikazuje koju emociju tu se nisu slagali. Najviše ispitanika se složilo da ilustracija broj 2. prikazuje strah.



Slika 4.4 Ilustracija za emociju „Strah“

Uz sam koncept, bitna je bila i ideja o namjeni kojom sam svoje ilustracije aplicirajući ih na majice, šalice i naslovnu stranu knjige, podvrgnula svakodnevnoj upotrebi. Kako bi ostvarila uvid u opravdanost olikovnjena koncepta uz svijest o namjeni, majice sam iskoristila za ono za što su namijenjene- za nošenje u svrhu komunikacijsko- medijskog učinka. Reakcije su bile pozitivne, a majice su ispunile svoju namjenu - pokrenule su priče, rasprave, potaknule na razmišljanje, na smijeh i svaka majica je nošenjem dobila dodatnu snagu i priču. Isto tako šalica i naslovnica knjige tiskom dobivaju smisao i daju svrhu svojoj namjeni.



Slika 4.5 Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi- majice



Slika 4.6 Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi- majice



Slika 4.7 Tisak na šalici

5. Zaključak

Tokom rada na ovom završnom radu dolazim do spoznaje koliko su emocije bitne, te koliko se tuđe emocije razlikuju od naših; koliko imaju drugačiji pogled na njih i njihovo olikovljenje. Koliko je bitna komunikacija, ne samo verbalna, već i vizualna, pomoću raznih medija kako bi do nekog i nečeg doprli i kako bi u ovom slučaju ilustracija koristila svojoj namjeni i dobila pravi smisao. Bilo je potrebno odabrati pravi medij pomoću kojeg ću opravdati postupak olikovljenja i njegovu medijsko- komunikacijsku primjenu, tako sam apliciranjem ilustracija na socijalno-komunikacijske nosioce - majice, šalicu i knjigu postigla željeni učinak- ilustracije sam povrgnula svakodnevnoj javnoj upotrebi.

U Koprivnici,

6. Literatura

- [1] <https://bs.wikipedia.org/wiki/Ilustracija> dostupno 21.08.2018.
- [2] Bilješke iz srednje Strukovne škole s predavanja prof. Tihomira Fischera, 2009.
- [3] https://hr.wikipedia.org/wiki/Vizualna_komunikacija dostupno 22.08.2018.
- [4] L. Zeegen: The Fundamentals of Illustration, Bloomsbury Publishing PLC, Lausanne, Switzerland, 2006.
- [5] A. Male: Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective, Bloomsbury Publishing PLC, London, 2017.
- [6] <https://hr.wikipedia.org/wiki/Ilustracija> dostupno 1.09.2018.
- [7] Ranka Javor, Kako razvijati kulturu čitanja, Zbornik, Zagreb, 28. travnja 1998. Knjižnice grada Zagreba, 1999.
- [8] D. Brazell, J. Davis: Becoming a Successful Illustrator (Creative Careers), Fairchild Books, London, 2013.
- [9] <https://hr.wikipedia.org/wiki/Akvarel> dostupno 21.08.2018.
- [10] <https://hr.wikipedia.org/wiki/Sitotisak> dostupno 22.08.2018.
- [11] http://www.printera.hr/proizvodi/digitalni-tisak/?gclid=EAIaIQobChMIpMf7rpGa3QIVC6oYCh17qQ8dEAAAYAiAAEgICwPD_BwE1. dostupno 1.09.2018.
- [12] <https://www.print-magazin.eu/tema-broja-sublimacija-lipanj-2015/> dostupno 27.08.2018
- [13] Frane Paro, Grafika, Zagreb 1991, str. 134.

Popis slika

Slika 2.1 Anka Barazilijanka/ Mato Lovrak; ilustrirao A. Maurović, 1939.	6
Slika 2.2 Braća Grimm; Ilustracije: Vladimir Kirin/ Izabrane bajke, 1988.....	7
Slika 2.3 Raczkującykonsumenci. Światdzieci w perspektywiekultury"(Žutokljunci potrošači. Svijet djece iz perspektive kulture), Kontast, veljača 2015.; ilustracija: DamianDideńko	8
Slika 2.4 Kako živi Antuntun/ Gregor Vitez; ilustrirao Tomislav Torjanac, 2009.	9
Slika 2.5 Ilustracija Stjepana Tadića za 28. Animafest	9
Slika 2.6 Koncept likova za video igru“AlmostHero“ Bee SquareGamesstuija, ilustracija: Pablo Hernandez	10
Slika 2.7 Tapeta PablaPiattia za BOFFO Show House u New Yorku	11
Slika 3.1 Akvarel za ilustraciju „Bezbržnost“	12
Slika 3.2 Nanošenje fotoosjetljive emulzije na svilu	13
Slika 3.3 Tehnika sitotiska	14
Slika 3.4 Tiskanje crne siluete na akvarel pozadinu kroz sitotisak	14
Slika 3.5 Otisak ilustracije na bijelu majicu sa termo transfer folijom	16
Slika 3.6 Postupak ručnog prenošenja termo folije na tekstil.....	17
Slika 3.7 Stroj za tisak na šalice.....	18
Slika 3.8 Prvi dizajn za naslovcu knjige	19
Slika 3.9 Finalni dizajn naslovcice knjige	19
Slika 4.1 Skice ilustracija za završni rad	20
Slika 4.2 Finalne ilustracije na papiru za akvarel.....	21
Slika 4.3 Analiza ljudske percepcije.....	22
Slika 4.4 Ilustracija za emociju „Strah“	22
Slika 4.5 Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi- majice.....	23
Slika 4.6 Ilustracija u svakodnevnoj javnoj upotrebi- majice.....	24
Slika 4.7 Tisak na šalici.....	24

Prilozi

Uz završni rad prilažem majice, šalicu i knjigu na koje su aplicirane ilustracije. Također prilažem i ispunjene ankete o analizi ljudske percepcije proizvoda- ilustracija.