

Grafičko rješenje za dječje bilježnice

Srpak, Maja

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:122:356430>

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

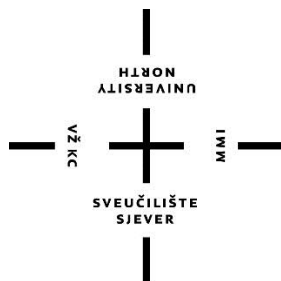
Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





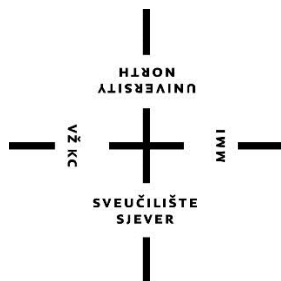
Sveučilište Sjever

Završni rad br. 05/09/2018

Grafičko rješenje za dječje bilježnice

Maja Srpak, 0301/336

Varaždin, rujan 2018. godine



Sveučilište Sjever

Multimedija, oblikovanje i primjena

Završni rad br. 05/09/2018

Grafičko rješenje za dječje bilježnice

Student

Maja Srpak, 0301/336

Mentor

Jelena Vlašić, dipl.ing.

Varaždin, rujan 2018. godine

Predgovor

Zahvaljujem mentorici, prof. Jeleni Vlašić na pomoći i usmjeravanju pri pisanju završnog rada. Zahvaljujem i svim profesorima Sveučilišta Sjever na znanju koje su mi omogućili, te na zanimljivim i kvalitetnim predavanjima. Zahvaljujem i roditeljima i prijateljima na pomoći i podršci. Također, zahvaljujem i profesorici Dubravki Novak na omogućavanju izvršavanja ankete ispitujući učenike njenog razreda.

Na ovu sam se temu odlučila iz razloga što me zanima dizajn, a pogotovo dizajn bilježnica. Na izradu ovog rada potaknuli su me i savjeti Steva Jobsa za uspjeh u poslu: „radite ono što volite (i onako kako volite)“; „ostavite trag u svemiru“; „pokrenite mozak“; „stvarajte nevjerojatno dobra iskustva“.

Sažetak

U završnom ću radu istražiti različite stilove dizajna bilježnica. Pokazat ću koliko je važan dizajn naslovnica bilježnica, pogotovo kad je riječ o prodaji istih.

S obzirom na činjenicu da ljudi biraju različiti dizajn bilježnica ovisno o dobi, provest ću anketu kojom ću dokazati da se može definirati dizajn temeljen na dobi kupaca istih. Anketu ću provesti pomoću primjera dizajna bilježnica namjenjenih kupcima ovisno o dobi. Za ovu ću anketu ispitivati djevojčice i dječake osnovne škole, te po njihovom izboru analizirati način odabira bilježnice.

Ključne riječi: dizajn, bilježnica, naslovnica bilježnice, dječja bilježnica

Summary

In final work, I will study various styles of notebooks. I will present how important design of notebook covers really is, especially when it comes to selling them.

Since the fact is that people's choice of different designs of notebooks depends on age, I will do a poll with which I will prove that design of notebook can be defined by age of buyers. I will do the poll with examples of notebooks that are made for buyers depending on their age. For this poll I will examine girls and boys of elementary school and, from their choices, I will analyze their way of choosing notebooks.

Key words: design, notebook, cover of notebook, children notebook

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu		
PRISTUPNIK	Maja Srpak	MATIČNI BROJ	0301/336
DATUM	05.09.2018.	KOLEGIJ	Grafički dizajn
NASLOV RADA	Grafičko rješenje za dječje bilježnice		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Graphic solution for children notebooks		
MENTOR	Jelena Vlašić	ZVANJE	dipl.ing.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Jelena Vlašić, dipl.ing. 2. dr.sc. Darijo Čerepinko, doc. (predsjednik povjerenstva) 3. Doc.art. Rober Geček 4. Nikolina Bolčević Horvatić (zamjenski član) 5.		

Zadatak završnog rada

BROJ	592/MM/2018
OPIS	Studentica će u sklopu izrade završnog rada: <ul style="list-style-type: none">- istražiti različite stilove dizajna bilježnica- prikazati važnost dizajna naslovnica bilježnica, naročito kad je riječ o prodaji istih- objasniti teoriju grafičkog dizajna i najvažnija pravila kod dizajna grafičkih rješenja- primijeniti pravila izrade grafičkog dizajna kod izrade grafičkih rješenja za dječje bilježnice, u svrhu istraživanja- objasniti razloge iz kojih je pojedina bilježnica dizajnirana na određeni način- provesti anketu kojom će se dokazati da se može definirati dizajn temeljen na dobi kupaca- ispitati djevojčice i dječake osnovne škole, te po njihovom izboru analizirati način odabira bilježnice- izraditi grafove te analizirati rezultate za svaku pojedinu bilježnicu- objasniti zašto je pojedina bilježnica imala više ili manje odabira od strane ispitanika, kako prema boji, tako i prema ilustraciji te tipografiji- kao zaključak definirati će se nekoliko pravila za izradu grafičkog rješenja naslovnica dječjih bilježnica temeljena na istraživanju izvršenom putem anketa

ZADATAK URUČEN

19. 9. 2018.



PODPIS MENTORA

Vlastić Jelena

Sadržaj

Predgovor.....	3
Sažetak.....	4
Sadržaj	6
1. Uvod	7
2. Kriteriji ocjenjivanja grafičkog dizajna	10
3. Grafički dizajn i računalna grafika	11
4. Orijentacija	13
5. Boja.....	14
6. Ilustracije	17
6.1. Odnos lika i pozadine	18
6.2. Objedinjavanje.....	20
6.3. Biofilijski efekt	21
7. Naglašavanje.....	22
8. Tipografska pravila.....	23
9. Odabir fonta	25
10. Simetrija.....	27
11. Istraživanje.....	28
12. Rezultati istraživanja	35
13. Zaključak	43
14. Literatura	44

1. Uvod

„Dizajn, kao isporučitelj raširene svakodnevne estetike uživa dobar glas. Lijepo oblikovane stvari raduju nas. Ali, dizajn je ambivalentan. Duboko u njemu skriva se jedan princip, princip dizajna koji nadilazi svaku estetiku i koji je postupno zahvatio sva područja života“. [1]

„Dizajn je interdisciplinarna djelatnost koja povezuje društvene, humanističke i tehničke znanosti s kreativno-umjetničkim komponentama. Dizajn (eng. Design) se u širem smislu može opisati kao djelatnost koja definira komunikaciju između korisnika i predmeta te između pojedinca i zajednice, a ujedno i kao spoznajna tehnika u odnosu korisnika i predmeta. Kod suvremenih društava koja su zasnovana na masovnoj proizvodnji i potrošnji te globalnoj razmjeni kapitala i rada dizajn bi se najlakše mogao definirati kao intelektualna i kreativna interdisciplinarna djelatnost koja funkcionira unutar društva koje ima potrebu materijalizirati mitove kako bi u sklopu kulturalnog sustava poticala posredovanje identiteta pojedinaca u zajednici, ali i identifikaciju pojedinaca sa zajednicom.

Dizajn se kao fenomen pojavljuje u zapadnoeuropskoj kulturi u drugoj polovini osamnaestog stoljeća, da bi se tijekom razvoja industrijske kulture afirmirao, posebice tijekom dvadesetog stoljeća, kao nezaobilazna metoda i tehnika generiranja novih vrijednosti u stvaranju novih proizvoda i usluga. Izraz „dizajn“ kao lokalna izvedenica iz engleskog jezika postoji u hrvatskom jeziku i kulturi od sredine šezdesetih godina kao standardni pojam. Uz dizajn u lokalnom kontekstu rabi se i pojam oblikovanje koji je afirmiran pedesetih godina da bi označio posebnu vezanost ideologijskog konteksta i prakse koju danas označava pojam dizajn. No, izraz oblikovanje više je vezan za vizualizaciju sadržaja, a izraz dizajn podrazumjeva širi komunikacijski kreativni proces.

Dizajn se danas u Hrvatskoj shvaća i prakticira kao datost, kao društvena djelatnost koja je pojmovno neupitna jer operativno funkcionira u tradicijski postavljenom „trokutu“ između naručitelja, autora/izvođača i potrošača, što znači – netko je voljan platiti za tu intelektualnu uslugu pa to pretpostavlja i određenu društvenu relevantnost. Tako se danas vrednovanje onoga što nazivamo dizajnom zasniva na mehanizmu slobodne tržišne konkurencije. Odnosno – ako u razmjeni kapitala i rada neko djelo zaživi kao dio aparture stjecanja profita, onda ga je moguće motriti kao relevantno. Ostalo pripada području „projekata“, nerealiziranih ideja ili pak prijedloga odbijenih od strane naručitelja. Pojam „dizajn“, konstruiran kao „oblikovanje“, odnosno kao

sinteza umjetnosti i industrije, počinje teorijski elaborirati već u ranim godinama „druge modernizacije“, odnosno početkom pedesetih, da bi se šezdesetih, nakon uvođenja privredne reforme i otklona prema slobodnom tržištu, počeo afirmirati i pojam „dizajn“ kao oznaka drukčije metodologije, a uz znatan utjecaj ideja teoretičara iz kruga Visoke škole za oblikovanje u Ulmu. Pojam „dizajn“, dakle, u drugoj hrvatskoj modernizaciji teorijski se konstruira kao alternativna inačica određenju istoga pojma u kontekstu kapitalizma, s vrlo jasno postavljenim društvenim i humanističkim dosegom značenjskog polja.“[2]

Postoji niz različitih vrsta dizajna. U ovom ću se radu baviti s grafičkim dizajnom. Točnije, grafičkim dizajnom bilježnica. Dizajn bilježnice je usmjeren korisnicima, te predstavlja pristup kod kojeg je cilj razumjevanje stvarnih korisnika, njihovih ciljeva, iskustava, zadaća, potreba i želja. Potrebno je u svakom koraku voditi računa o korisnicima. Iz tog ću razloga u skopu završnog rada provesti anketu kojom ću analizirati, te pokušati razumjeti korisnike na temelju njihove dobi o potrebama i željama vezanim uz dizajn bilježnice. Analiza će se temeljiti na njihovom izboru idealne naslovnice bilježnice.

Dizajnerski je proces koji u dizajnerskom ciklusu obuhvaća nekoliko koraka: istraživanje, tj. razumjevanje stvarnog okruženja, postavljanje koncepta dizajna, izradu prototipa, te evaluaciju s korisnicima. Taj se proces ponavlja sve dok se ne postigne dizajn po mjeri korisnika. Pri obrazlaganju pojma „dobar dizajn“ iz vida se ne smije izgubiti korisnik. Korisniku ne treba podilaziti, niti ga činiti glupim putem nerazumljivih ili odviše hermetičkih postupaka. Valja zadržati već dostignutu visoku razinu ambicioznog dizajna za tradicionalno zahvalne naručitelje iz sfere kulture, te novije vrijeme istraživanja u području „alternativne kulture“. „U područje dobrog dizajna spadaju korektna i samosvjesna dizajnerska rješenja koja na suvisli način prepoznaju i rješavaju projektni zadatak, te time donose boljitak i klijentu i konzumentu.“[2].

Dizajn je evoluirao kao proces, te se i dalje kontinuirano razvija. Današnji dizajneri razvijaju vlastite dizajnerske procese i traže svoj put kao uvjet opstanka i sve to s ciljem što veće konkurentnosti na tržištu dizajna. S obzirom na to da bi dizajneri trebali biti kreativniji od prosječnih ljudi, i njihov bi odnos prema rješavanju problema trebao biti kreativniji. Kreativnost i mašta kao ključni pojmovi za razvoj društva spominju se u znanstvenim i umjetničkim krugovima kroz povijest.

Jedan od najpoznatijih citata je onaj Alberta Einsteina: “Mašta je puno važnija od znanja. Znanje je ograničeno. Mašta okružuje svijet.“ No ne smije se zanemariti tehničko predznanje

dizajnera. Kako bi se današnji dizajneri mogli u potpunosti kreativno izraziti, trebaju znati dobro baratati računalnom grafikom. Postoje dvije vrste grafike koje se najčešće upotrebljavaju, a to su piksel grafika i vektorska grafika.

Piksel grafika se sastoji od piksela, dok vektorsku grafiku čine krivulje. Piksel grafika je memorijski mnogo veća, te je procesorski zahtjevnija od vektorske. Piksel grafika ovisi o rezoluciji, tj. ako se bitmap slika poveća, kvaliteta slike će se smanjiti. Ako se slika smanji postat će mutna i nejasna. „Obzirom da se vektori baziraju na matematičkim pravilima, nemaju poteškoća s podizanjem rezolucije“[12]

Modificiranje vektorske grafike prilično je jednostavno iz razloga što se forme unutar nje mogu regrupirati, te individualno uređivati. S druge strane, vektorsku je grafiku teško preoblikovati i prikazati ako nije otvorena u prilagođenom programu koji može razumjeti njen jezik za iscrtavanje. Npr. samo nekoliko programa može otvoriti i uređivati WMF datoteke. Piksel grafiku u različitim formatima može otvoriti većina programa za slikanje i obradu piksel grafike. Posljednjih se nekoliko godina za prikaz grafike najviše koristi PDF (eng. Portable Document Format).

Velika prednost PDF formata je u tome što može zapisati i informacije o pismima bez potrebe za pretvaranjem tekstualnih podataka u krivulje. Kod definiranja ciljnih skupina se posebno segmentiraju potrošači po psihografskim i demografskim značajkama. U istraživanju za završni rad posvetit ću se analizi potrošača prema demografskoj karakteristici-rodu. Pomno određivanje ciljne skupine vrlo je važan korak kod osmišljavanja vizualnog identiteta, tj. u ovom slučaju dizajna bilježnice.

2. Kriteriji ocjenjivanja grafičkog dizajna

Kod ocjenjivanja radova grafičkog dizajna bitno je definirati jasne kvalitativne kriterije. Najčešći kriteriji kod ocjenjivanja i rangiranja su estetski. Pod te kriterije spadaju: proporcija, gradacija, kontrast, ritam, ponavljanje, originalnost, maštovitost, kvaliteta tipografije, boje... Besemerov model mjerenja kreativnosti proizvoda (CPSS) razlikuje 3 glavna kriterija, a to su redom: inovativnost, prikladnost i stil, te nekoliko pomoćnih kriterija.

Prije postupka ocjenjivanja potrebno je odrediti minimalni skup kvalitativnih kriterija za ocjenu kvalitete grafičkog dizajna. Ocjena obuhvaća odnose koji su u trokutu: proizvod (brand), ciljana skupina i konkurencija. Definiran je i minimalan skup kvalitativnih kriterija vrednovanja grafičkog dizajna koji obuhvaća relevantnost, originalnost i izvedbu. „Pod kriterijem relevantnosti grafičkog dizajna podrazumjeva se ocjena u kojoj se mjeri dizajn prilagođen ciljnoj skupini, odnosno prihvatljivost teme s aspekta ciljne skupine, tj. jesu li ideje u skladu sa zadatkom (prema „brand trokutu“: proizvod- ciljna skupina-konkurencija)“ [2] Uvijek je potrebno uključiti korisnikovo razmišljanje kod svih elemenata dizajna. Za uspješan je grafički dizajn potrebno znati i razumjeti korisnicima, tj. ciljnoj skupini važne značajke dizajna. Kriterij originalnosti određuje koliko je dizajn drugačiji, neočekivan i inovativan u odnosu na postojeće dizajne na tržištu.

Različito, te originalnost omogućuju skretanje pozornosti ciljne skupine s konkurencije. „Originalnost je bitna komponenta kreativnosti“ [2] Kod ocjenjivanja kriterija originalnosti potrebno je utvrditi jesu li dizajneri uspješno odgovorili na pitanja poput: tko je izavna, a tko neizravna konkurencija; koliko je proizvod drugačiji od konkurencije; koji se element dizajna može istaknuti, a različit je od konkurencije; koji se elementi mogu iskoristiti za privlačenje ciljne skupine i sl. Kriterij izvedbe određuje kvalitetu grafičkog dizajna, tj. kvalitetu i usklađenost elemenata dizajna, poput ilustracija, fotografija, fonta, boja...

3. Grafički dizajn i računalna grafika

„Dvije su vrste računalne grafike koja se najčešće upotrebljava: piksel grafika, koja se sastoji od piksela; i vektorska grafika, koju čine krivulje. Piksel grafika upotrebljava redove individualnih piksela od kojih svaki može biti različite boje, a vektorska grafika zasniva se na matematičkim odnosima između točaka i krivulja povezujući ih tako da tvore sliku.

Piksel grafika (ili pikselska grafika, a ponekad se koristi i izraz bitmap grafika) sadržava nizove različito obojanih piksela koji zajedno čine sliku. U svom najjednostavnijem obliku jednobitne bitmape imaju samo dvije boje, svaki je piksel ili crni ili bijeli. Povećavanjem stupnja složenosti slika može sadržavati više boja, a slika fotografske kvalitete i milijune. Standardna 24-bitna slika može imati do 16,7 milijuna boja. Primjeri bitmap formata uključuju GIF, JPEG, PNG, TIFF, XBM, BMP, PCX te također bitmap (odnosno ekranske) fontove. Bitmap slike prikazane su na ekranu računala i proizvod su rada digitalnih fotoaparata, skenera i sličnih uređaja. Za manipulaciju takvim datotekama koriste se programi poput Adobe Photoshopa.“[2]

„Vektorska grafika se temelji na principu geometrije iliti vektora. Svaki vektor ima svoju početnu točku, smjer i završnu točku, duljinu, ako je zakrivljen onda sadrži i točke koje definiraju krivulju ili kuteve.“[11] „Vektorska grafika, poznata i kao objektno orjentirana grafika, sastoji se od matematičkih formula koje opisuju oblike i njihove pozicije. Umjesto redova piksela, kod vektorske grafike nalazimo forme, krivulje, linije i tekst koji zajedno tvore sliku. Bitmap slika sadržava informacije o boji i poziciji svakog piksela, a vektorska grafika upute o tome gdje smjestiti svaku komponentu. Također je moguće priključiti piksel grafiku vektorskoj, tako funkcionira hibridna vektor-piksel grafika. Nije moguće priključiti vektorsku informaciju običnoj bitmap slici (osim u posebnim slučajevima prilikom „vektorizacije“ piksel grafike). Primjeri formata vektorske grafike su AI, CDR, CNV, PICT, EPS i WMF, a vektorski definirani fontovi su PostScript i TrueType.

Vektorske datoteke mogu biti stvorene programima za manipulaciju vektorskom grafikom poput Adobe Illustratora kao i GIS i CAD aplikacijama. SVG ili skalabilna vektorska grafika (eng. Scalable Vector Graphics) format je koji opisuje vektorsku grafiku pomoću XML jezika. Pomoću XML jezika. Pomoću SVG-a omogućeno je kodiranje grafike izravno u XML dokument. I vektorska i piksel grafika imaju svojih prednosti i nedostataka. Piksel grafika je uglavnom memorijski mnogo veća i procesorski zahtjevnija od vektorske grafike. Ona umnogome ovisi o rezoluciji. Ako se bitmap slika poveća, kvaliteta će se smanjiti. Ako se slika smanji, postat će

mutna, nejasna, ponekad do neprepoznatljivosti. To se ne događa kod vektorske grafike, jer je njezin zapis tako da se može povećavati ili smanjivati bez gubitka i neovisno o rezoluciji. Modificiranje vektorske grafike vrlo je jednostavno jer se forme unutar nje mogu regrupirati i individualno uređivati.

Međutim, vektorsku je grafiku teško preoblikovati pa čak i prikazati ako nije otvorena u programu koji razumije njezin jezik za iscrtavanje. Lako je pretvarati jednu vrstu bitmap datoteke u drugu. Također je moguće pretvoriti vektorsku grafiku u piksel grafiku. No, vrlo je teško pretvoriti bitmap grafiku u vektorsku. Čak je i pretvaranje jednog formata vektorske grafike u drugi vrlo otežano. Vektorska grafika nije prikladna za složenije slike s mnogo detalja (teško je postići fotografsku kvalitetu). Piksel grafika se najviše upotrebljava za fotografije i 3D renderirane slike. Vektorska je grafika najpogodnija za prikaz teksta, linijske grafike ili ilustracija.“[2]

4. Orijentacija

Orijentacija označava položaj stranice. „Uspravna stranica fokusira pogled–što znači da se čitatelj usredotočuje na vizualno središte stranice. Položena stranica raspršuje pogled – što znači da će čitatelj gledati lijevo i desno u želji da pogledom obuhvati cijelu stranicu.“[3] Dizajn bilježnica se bazira na uspravnim stranicama.

„Vizualno središte stranice- fokus- nalazi se u visini očiju ili malo više, ne u stvarnom središtu stranice. To vrijedi podjednako za uspravne i položene stranice. Stoga se prirodna polazišna točka ispisanog materijala treba nalaziti u visini očiju ili nešto iznad. Naše oči ne mogu mirovati gledajući široku, odnosno položenu stranicu. Umjesto toga, one lutaju od margine do margine kako bi obuhvatile cijelo područje.“[3]

Ukoliko je cilj usredotočiti gledateljevu pažnju na samo jedan objekt ili usku zonu, preporučljivo je upotrijebiti uspravnu stranicu.

5. Boja

„Boja je osjećaj koji u oku izaziva svjetlost emitirana od nekog izvora ili reflektirana od površine nekog tijela. No isto se tako pojmom boje određuje i pojam bojila i pigmenta. Osjećaj ili doživljaj boje je ovisan o tri čimbenika: spektralnom sastavu svjetla koje pada na promatrani predmet, molekularnoj strukturi materijala od kojeg se svjetlo odbija ili tvari koje ga propušta, o našim osjetima na boje, kroz oči i um.“[2]

„Bijelo svjetlo sadrži sve vidljive boje koje formiraju beskonačni spektar koji se uvijek prikazuje redosljedom od ljubičaste do crvene, kakav možete vidjeti u dugi“[3] „Kružni spektar ima dvanaest boja. Prve su tri primarne boje – plava, žuta i crvena. Kombiniranjem primarnih boja dobivamo sekundarne boje, a njihovim kombiniranjem dobivamo tercijarne boje. Primarne boje su „roditeljske“; to su jedine boje koje ne možemo dobiti od drugih boja. Nalaze se na trećinama opsega kruga.

Sekundarne boje nalaze se između primarnih. Svaka se sastoji od jednakih količina susjednih primarnih boja. Tercijarne boje popunjavaju preostali prostor. Sastoje se od jednakih količina susjednih primarnih i sekundarnih boja.“[3]

Svaka je boja srodna boji do sebe. Zajedničke su boje osnova međuodnosa boja. „Plava je zajednička za ovih sedam boja koje udaljavanjem postaju sve manje plave. Zelena i ljubičasta su sekundarne boje koje sadrže plavu. Žuta je zajednička ovih sedam boja koje udaljavanjem postaju sve manje žute. Zelena i narančasta su sekundarne boje koje sadrže žutu. Crvena je zajednička za ovih sedam boja koje udaljavanjem postaju sve manje crvene. Narančasta i ljubičasta su sekundarne boje koje sadrže crvenu. Boja također može biti tamnija ili svijetlija, što znači da ima vrijednost.

Da bi prikazao vrijednost, kružni spektar podijeljen je u prstenje: dva velika prstena za tamne nijanse (shades) i dva mala za svijetle (tints). Tamna nijansa dobiva se dodavanjem crne, a svijetla dodavanjem bijele“.[3]

Primarne se boje uglavnom kombiniraju ako je riječ o dizajnu namjenjenom djeci. „Primarne ćemo boje rijetko vidjeti zajedno osim u proizvodima za djecu. Međutim, crvena i žuta popularne su u američkoj kulturi u rasponu od brze hrane do benzina. Crvena i plava uobičajene su ali atraktivne samo ako su razdvojene slobodnim prostorom. Sekundarne boje imaju zajedničke osobine-dvije dijele plavu, dvije žutu, a dvije crvenu-tako da daju harmoniju. U

tercentu su nježne, izazovne i bogate, a imaju ugodnu dubinu i dimenzionalnost kakvu je teško postići na drugi način.

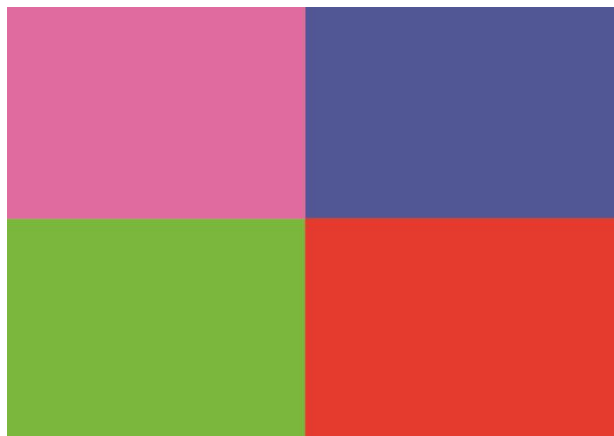
„U dizajnu se boja koristi za privlačenje pozornosti, grupiranje elemenata, prenošenje značenja i unaprjeđenje estetskog dojma“[4]. „U rasponu razlika boja, u orkestraciji zvučnosti kvaliteta boja mogućnost usklađivanja je vrlo različita i široka. Koliko god to stvaranje sklada podliježe osobnom iskustvu i darovitosti autora, toliko se ono temelji na nekim zakonitostima, iskustvima i pravilima utvrđenim kroz rezultate likovnih ostvarenja.“[5]

Boja može utjecati na dizajn, te ga učiniti vizualno zanimljivijim, drugačijim i ljepšim. Boja može poboljšati organizaciju, te produbiti značenje elemenata u dizajnu. Ukoliko se boje ne primjene ispravno, mogu poremetiti funkciju i formu samog dizajna. Kod dizajna, poželjno je ograničiti broj boja na onoliko koliko se može obraditi jednim pogledom. Ovisno o složenosti dizajna, preporuča se koristiti približno 5 boja.

Estetski privlačne boje dobivaju se korištenjem susjednih boja u kotaču, tj. analognih; oprečnih, tj. komplementarnih, te boja na kutevima simetričnog mnogokuta opisanim kotačem boja, ili pak upotrebom kombinacija boja pronađenih u prirodi. Zasićene nijanse boja se koriste kada je primarni cilj dizajna privlačenje pažnje, te se percipiraju kao uzbuđljive i dinamične. Kod kombiniranja zasićenih boja potrebno je paziti na to da se boje međusobno ne ometaju, jer time izazivaju zamor očiju.

Nezasićene se pak boje koriste kada su u prvom planu rad i učinkovitost. Svijetle i nezasićene boje se percipiraju kao profesionalne i ugodne, dok se za postizanje ozbiljnosti i profesionalnosti koriste tamnije nezasićene boje. Kod izrade dizajna bilježnica namjenjenih djeci, najčešće se koriste zasićene boje, koje potiču razigranost, te pastelne boje u kombinaciji s nekom ilustracijom. „Bijela površina znak je odaha, stanke i mira.

Na njoj se učvršćuje svaka sitnica. Prema tome bijela površina, bilo da se pojavljuje u obrubnom dijelu ili u kompletnoj kompozicionoj formi, oterećuje kompletnu simbiozu ostalih masa. Siva i crna boja znak su kompletnog kontrasta bijelog i tamnog. Siva boja stvara spajanje elemenata, a crna ih naglašuje, pocrtava i izbija u prvi plan. Ona modelira sve ostale elemente kompozicije i svojom prodornošću i jačinom stvara protutežu prema svim ostalim čestim likovnog zahvata.“[5]



Slika 1: Boje

Na temelju istraživanja došla sam do zaključka kako se djeci najviše sviđaju bilježnice zasićenih, jarkih boja koje djeluju zaigrano i veselo. Također im se sviđaju boje koje se nalaze u prirodi, dok su najčešće boju ipak birali prema svojoj najdražoj boji. Od 27 ispitanih, 12 ih je odabralo bilježnicu sa plavom pozadinom. Za tu su se boju podjednako odlučile i djevojčice i dječaci.



Slika 2: Bilježnica

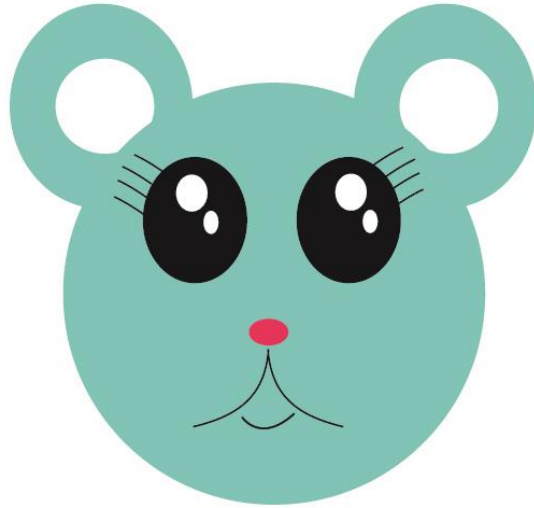
6. Ilustracije

„Ilustracija (latinski) je crtež ili slika koja tumači, dopunjuje ili urešava neki tekst; odražava stil i ukus vremena te manire autora. Dokumentarističkoj ilustraciji je cilj što vjernije prikazati neki predmet ili događaj, a veliko je značenje imala prije izuma fotografije. U dječjoj knjizi ilustracija može prevladavati nad tekstom ili ga potpuno zamijeniti (slikovnice). U kataložnom opisu, ilustracija je zajednički naziv za crteže, note, slike i sve druge grafičke radove ako se javljaju zajedno. „Ilustracijom oživljavamo i likovno predočujemo neki tekst. Ona ne podliježe nikakvim klasičnim propisima, ona prevodi tekst u novu formu optičkog doživljaja. U ilustraciji je prisutan doživljaj ugođaja sredine, karakteristika likova i osnovna poruka događaja. Ilustracija je stoga po svom obliku slobodna i u načinu predočavanja i u temi likovne obrade. U tehničkom pogledu ilustracija ovisi o izvedbenoj tiskarskoj tehnici reprodukcije, o kvaliteti papira i o veličini likovne prezentacije.“[5]

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 i u današnjem svijetu reklama. Danas se za ilustracije uvelike koriste fotografija i računarska tehnologija. Interes za umjetnost knjiške ilustracije, postera i časopisa iz dana u dan sve više raste. Danas postoje i muzejske izložbe, časopisi i katalozi posvećeni ovoj vrsti primjenjene umjetnosti.“

Kao ilustracije u bilježnicama najčešće se koriste neki zanimljivi uzorci ili kombinacije geometrijskih likova, često u skladu s fibonaccijevim nizom, često u kombinaciji sa zlatnim rezom.

Kao ilustracije u dječjim bilježnicama se često koriste likovi iz crtića, zanimljivi prizori iz prirode, stripovi ili pak zanimljivi geometrijski likovi u zanimljivoj kombinaciji boja. Kod ilustracija životinja, djece ili pak likova iz crtanih filmova u dječjim bilježnicama gotovo uvijek se koristi djetinji izgled (slika 2). Likovima se daju karakteristike poput zaobljenih crta lica, velikih očiju, malih noseva, visokih čela, kraćih brada, relativno svjetlije kože.



Slika 3: Djetinji izgled

Na temelju istraživanja može se zaključiti kako djeca više vole ilustracije s velikim očima. Također ih privlače likovi koji se smiju, te veseli i vedri crteži. Na anketama su najviše glasali za bilježnicu s ilustracijom na kojoj se posebno ističu velike oči i nasmješena usta što asocira na emociju sreće, te je na taj način prenosi na promatrača.



Slika 4: bilježnica

6.1. Odnos lika i pozadine

„Geštalt je njemačka riječ koja se doslovno prevodi kao oblik ili forma. Pojam geštalt označava jedinstvenu cjelinu, koja ima karakteristike koje su drugačije od njezinih sastavnih dijelova i koja se ne može svesti na jednostavan zbroj elemenata ili dijelova od kojih je

sastavljena.“[8] Jedno od Geštalt načela percepcije je odnos lik-pozadina. Gestalt načelo percepcije govori da ljudska percepcija razdvaja podražaje u elemente likova, te elemente pozadine. Elementi likova su predmeti fokusiranja, dok elementi pozadine stvaraju jednoličnu pozadinu (slika 3). Odnos je stabilan kada su likovi i pozadina kompozicije jasno razdvojeni. U tom slučaju elementi likova dobivaju više pažnje, te se bolje pamte od pozadine. Odnos je u nestabilnim odnosima lik-pozadina dvosmislen, te se može tumačiti na razne načine, a interpretacija elemenata se dvoumi oko likova i pozadine.

Jasno razgraničeni likovi i pozadina pomažu usredotočiti pažnju gledatelja, te svode mogućnost perceptivne zabune na najmanju mjeru. Pogotovo kod dizajna dječjih bilježnica, dizajn treba imati stabilan odnos lik-pozadina. „Sklad površine može se postići upotrebom jakih (primarnih) sastava boja. U toj kombinaciji jedna od njih (crvena, žuta, plava) pokriva čitavu podlogu, ona je temelj na kojoj će se rasplesti likovni doživljaj. Ona dominira površinom i stvara dojam određene cjelovitosti površine.

Budući da je to optički udar intenziteta boje, svi ostali sustavi boja moraju se temeljiti na neutralnoj pratnji (bijelo, crno i sivo) uz mali dodatak ostalih određenih boja. U tom slučaju temeljna se živost razblažuje, a mali nanosi boja izvire iz podloge i kontrastiraju boju podloge. Takva orkestracija boja djeluje skladno, živo i veselo. Na crnoj površini moguć je svaki sastav boje uz manju količinu nanosa i pratnju sive boje. Sive su podloge uvijek podesene za svaku intervenciju sastava boja. Na takvoj neutralnoj podlozi svaka boja dobiva na svojoj živosti i optičkoj akciji. Ona se intenzivira, dobiva svoju zvučnost i ljepotu. Ipak u takvim kompozicijama količina primarnih boja ima svoju granicu. One ne smiju prelaziti mjeru u kojoj bi se izgubila osnova sive podloge. Isto tako intenzitet mora biti vezan uz tamnije boje kako bi se naglasila njezina kontrastnost.“[5]



Slika 5: Odnos lika i pozadine

6.2. Objedinjavanje

„Načelo objedinavanja je jedno od Gestalt načela percepcije. Ono tvrdi kako osobe, kad god je to moguće, imaju sklonost percipiranja skupa individualnih elemenata kao jednoga prepoznatljivoga uzorka, umjesto više zasebnih elemenata. Ta tendencija je toliko jaka da će osobe same ubaciti potrebne informacije kako bi upotpunile uzorak.

Primjerice, kad se pojedinačne crte formiraju u krug, prvo ih se percipira kao krug, a tek onda kao više pojedinačnih elemenata. Sklonost takvoj percepciji informacija je automatska i podsvjesna. Vjerojatno je to funkcija urođene prednosti koja se daje jednostavnosti pred složenosti i uzorcima pred nasumičnim redanjem. Objedinjavanje je najjače kad elementi formiraju jednostavne, prepoznatljive uzorke, kao što su geometrijski oblici, te kad su blizu. Ako se jednostavni, prepoznatljivi uzorci ne mogu lako uočiti, dizajneri mogu kreirati objedinjene putem prijelaznih elemenata (npr. suptilne vizualne smjernice koje oku pomažu u pronalaženju uzorka).

Općenito govoreći, ako je energija potrebna za uočavanje uzoraka veća od energije potrebne za uočavanje elemenata, neće doći do objedinjavanja. Načelo objedinjavanja dizajnerima omogućuje smanjivanje složenosti korištenjem manjeg broja elemenata za organizaciju i predočavanje informacija. Primjerice, logotip koji je sastavljen od prepoznatljivih elemenata ne mora upotpuniti mnoge linije jer će konture ionako biti jasne i upečatljive. Smanjivanje broja linija u logotipu smanjuje njegovu složenost i također čini logotipvizualno zanimljivim jer osobe podsvjesno sudjeluju u dopunjavanju dizajna.

Mnogi oblici u pripovjedanju koriste objedinjavanje na sličan način. Primjerice, u stripovima ilustrator prezentira pojedinačne scene, a čitatelj dopunjuje što se zbilo u međuvremenu. Priča je jedinstvena kombinacija informacija koje je unio pripovjedač i onih koje je unio čitatelj. Objedinjavanje koristite kako biste smanjili složenost, a povećali zanimljivost dizajna.

Ako se dizajn sastoji od jednostavnih i prepoznatljivih uzoraka, razmislite o uklanjanju ili minimaliziranju elemenata dizajna koje sami gledatelji mogu dopuniti. Kad se dizajn sastoji od složenih uzoraka, razmislite o upotrebi prijelaznih elemenata kako biste gledateljima pomogli u pronalaženju i oblikovanju uzorka.

6.3. Biofilijski efekt

„Pjesnici i filozofi odavno su smatrali kako izloženost prirodi djeluje obnavljajuće. U proteklih nekoliko desetljeća ta je tvrdnja testirana i empirijski i doista je utvrđeno da izloženost prirodi donosi emotivne, kognitivne i fizičke koristi.

Primjerice, u longitudinalnoj studiji u kojoj su praćene selidbe djece u dobi od sedam do dvanaest godina, otkriveno je da su ona djeca koja su doživjela najveće povećanje u pogledu na prirodu sa svog prozora, ostvarila najbolje rezultate u testovima pažnje (kontrolirane su i druge potencijalne varijable kao što je razlika u kvaliteti doma). Usporediv učinak primjećen je i kod sveučilišnih studenata na temelju pogleda na prirodu s prozora njihovih soba u studentskim domovima.

Ispitivanja su proučavala učinke vrtlarstva, putovanja s naprtnjačom i izloženosti slikama prirode nasuprot slikama urbanih sredina da bi potvrdili taj učinak. Zanimljivo je otkriće da za taj učinak naizgled nisu potrebne prave biljke u okolišu, nego su i sami prizori – pogledi s prozora, plakati na zidovima, itd. Bili dovoljni. Iako neki neprirodni okoliši mogu polučiti sličan učinak, prizori prirode čine se najpouzdanijim i najdosljednijim izvorom za opću populaciju. Zašto bi prizori prirode bolje djelovali na regeneraciju i pažnju nego, primjerice, prizori urbanih sredina? Vjeruje se da je taj učinak rezultat toga što prefrontalni korteks na različit način obrađuje prizore prirode od prizora urbanih sredina.

No, s obzirom na to da su fotografije prirode nasuprot onih urbanih okruženja dovoljne da potaknu taj učinak, biofilijski efekt vjerojatno je još dublje ukorijenjen u mozak nego u prefrontalni korteks – možda se urođena naklonost zelenilu razvila u prvim ljudima jer je govorila o selektivnoj prednosti, što je pristranost koja je vjerojatno povezana s hipotezom o savani.“[4]

7. Naglašavanje

Učinkovita tehnika svraćanja pozornosti na elemente dizajna je naglašavanje (slika 4). No, ukoliko je naglašavanje neispravno primjenjeno, može biti neučinkovito, te čak i smanjiti učinak na područjima koja su se željela naglasiti. Naglašavanje valja koristiti na najviše 10% dizajna iz razloga što efekti isticanja slabe povećanjem postotka. Potrebno je koristiti što manji broj tehnika isticanja, te ih dosljedno primjenjivati kroz cijeli dizajn.

Kod naglašavanja se najviše koristi podebljavanje jer stvara minimalne smetnje u dizajnu, dok jasno ističe željene elemente. Boja je također učinkovita tehnika naglašavanja, no treba je upotrebljavati štedljivo, te u zajedništvu s ostalim tehnikama naglašavanja. Stavljanje elemenata u negativ dobro funkcionira s tekstom, no ne i u kombinaciji s ikonama/oblicima. Negativ je pogodan za privlačenje pažnje, no zbog toga što dodaje značajne smetnje dizajnu potrebno ga je štedljivo koristiti.



Slika 6: naglašavanje

8. Tipografska pravila

„Tipografija je pojam koji predstavlja znanost o slovima, vještinu izrade i slaganja nekog slova kako bi bil funkcionalno, ali i umjetnost“ [9] „Najbitniji elemenat sveukupnog tiska jest slovo ili blok slova. Slovo je u svom razitku prošlo dulji period do današnjih pismenih formi. Od egipatskih hijeroglifa preko asirskog klinastog ureza do feničkih znakova. U Grčkoj je pismo dobilo svoju grafičku karakteristiku, a u rimskom imperiju svoju arhitektonsku ljepotu, sklad i optičku izražajnost. Pismo koje poznajemo pod nazivom kapitala po svojoj uzornoj formi, po odnosima veličina bilo je temelj svih oblika suvremenog pisma.“[5]

Za ugodno čitanje nekog grafičkog proizvoda izrazito je važan parametar veličine sloga i smještaja sloga na stranici. Mnogi se proizvodi tiskaju tako da tekst dolazi vrlo blizu ruba papira, ponegdje i do nekoliko milimetara. Takvim dizajnom stranice narušava se čitljivost, te dizajn postaje nasilan, te se time narušavaju pravila struke. Za kvalitetno je tehničko uređivanje, od presudne važnosti odrediti odnos veličine sloga na stranici koji će zadovoljiti tipografska pravila, ali i položaj teksta na stranici, kako bi se moglo omogućiti ugodno čitanje.

U većini je slučajeva smještaj sloga je takav da je slog smješten u sredinu stranice u odnosu lijevo-desno, te ponekad gore-dolje. U tim se slučajevima margina (bjelina) pojavljuje u sredini, npr. naslovnice. U takvim slučajevima margina nije optički ujednačena, te daje osjećaj da je prevelika ili premala.

Smještaj sloga na stranici potrebno je raditi prema pravilima zlatnog reza. Po tom bi pravilu odnos manje stranice prema većoj trebao biti isti kao odnos veće stranice prema zbroju manje i veće stranice, što se može prikazati formulom: $m : M = M : (m + M)$

Kako bi grafički proizvod bio čitliv, odnosno napravljen po pravilima zlatnog reza, slog koji se nalazi na stranici mora biti točno određene veličine, te mora imati definiran položaj na stranici.

„Veličina znaka u točkama nema puno veze s veličinom samog znaka. Veličina u točkama je zapravo visina nevidljivog okvira u kojemu se nalazi slovo. Za okvir od 24 točke pomisliti ćemo da sadrži slovo veličine 24 točke, ali ono može biti bilo koje manje veličine. To je zaostatak iz vremena kad su se slova dobivala lijevanjem olova u kalupe. Obično je ostavljen mali prostor iznad ulaznih i ispod silaznih poteza tako da se ne dodiruju pri slaganju. Zato je udaljenost od uzlaznog do silaznog poteza bila manja od veličine u točkama. Koliko je manje moglo biti manje – ostavljeno je umjetničkoj slobodi. Pismo s kratkim silaznim potezima bilo je znatno manje,

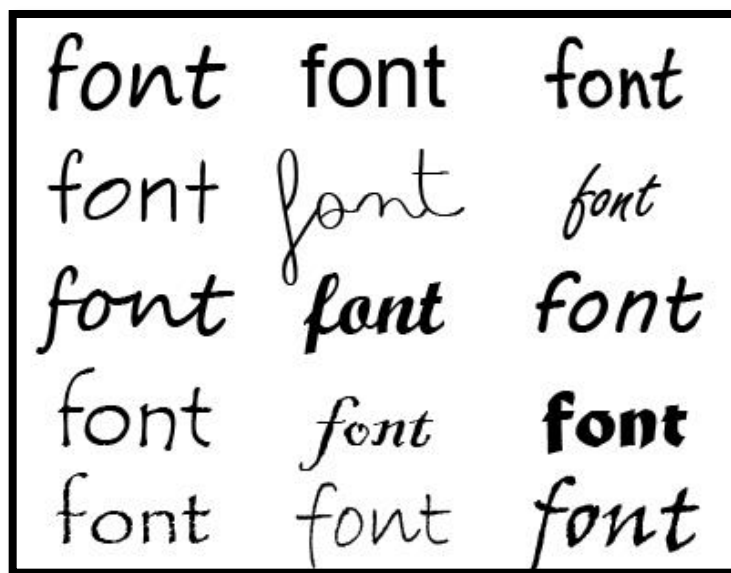
recimo nekih 30%. Rukopisni stilovi kao što je Regency često imaju tanka kurzivna tijela s dugim uvijenim repovima tako da se čine manjima premda im je mjera velika. Stil velike x-visine može biti mali u točkama, a izgledati velik, i tako dalje.“[3]

9. Odabir fonta

Kod odabira fonta potrebno je paziti na niz faktora koji mogu imati utjecaja na krajnji rezultat grafičkog rješenja (slika 5). Potrebno je odrediti obraća li se pažnja na čitljivost ili čitkost. Potrebno je procijeniti koliko će se taj odabir odraziti na cjelokupan dizajn, te koja je ciljna skupina.

Ciljna publika, namjera i krajnji efekt koji grafika treba izazvati su elementi na koje je potrebno obraćati pažnju od početka do kraja izrade grafičkog rješenja.

Čitkost (eng. Legibility) podrazumijeva dizajn stila slova, tj. glifove, serife... Ukoliko je svrha teksta dekorativna, čitkost je vrlo važna. Čitljivost (eng. Readability) se vodi komunikativnim principom. [7] Čitljivost je važna kod izbora fonta za veći tekst za koji je potrebno više vremena kako bi se pročitao. Izgled slova ne bi smio stavirati zamor očiju za vrijeme čitanja.

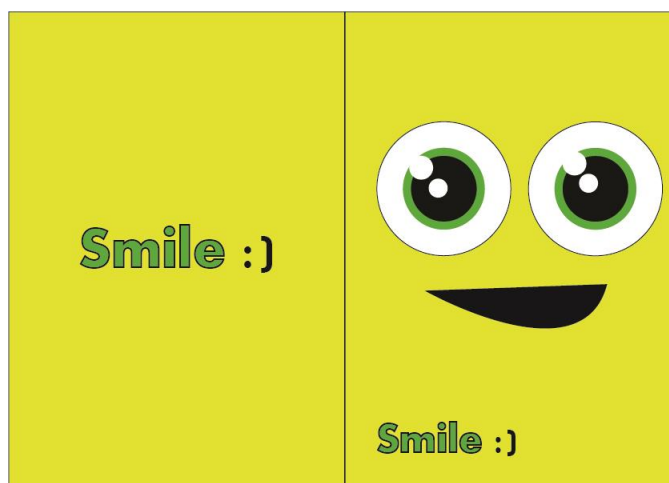


Slika 7: fontovi

Font bi trebao biti usklađen s dizajnom. Suptilne bi razlike mogle utjecati na procjenu grafičkog rješenja kao dobro ili loše. Iz tog je razloga potrebno imati na umu: font bi trebao biti jedinstven; font se mora prilagoditi veličini, u ovom slučaju dimenzijama papira na koji će se tiskati; font mora biti u skladu sa željama i potrebama ciljane skupine.

Tipografija je svojevrsna umjetnost, te su sve odluke o istoj pri izradi grafičkog rješenja subjektivne. Kod dizajna dječjih bilježnica najčešće se koriste fontovi kod kojih je bitniji vizualni dojam od čitljivosti. Na naslovnim stranicama dječjih bilježnica najčešće se nalaze 1-2 riječi kojima je primarni zadatak nadopuniti izgled dizajna grafičkog rješenja bilježnice, te zabaviti ciljnu publiku više nego informirati. [7]

Na temelju istraživanja sam zaključila kako djeca više vole efektne i kreativne fontove u odnosu na klasične, iako se upotrebom zanimljivih kombinacija boja mogu odlučiti i za „klasičan“ font. Od prezentiranih bilježnica najviše su birali font u kombinaciji zelene i crne boje. Iako se oblikom čini „običnim“ boje mu daju dodatan efekt zanimljivosti.



Slika 8: bilježnica

Za font ove bilježnice, uglavnom su se opredjelili dječaci navodeći za razlog „dobru“ kombinaciju u odnosu na pozadinu, dok su djevojčice preferirale rukopisni font, s naglaskom podcrtavanja. Također su za razlog odabira tog fonta navodile kako ih podsjeća na trag krede.

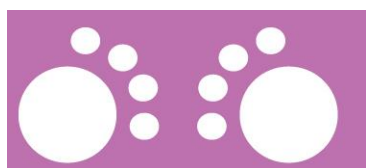
10. Simetrija

Simetrija se još odavno povezuje s ljepotom, a pronalazi se u gotovo svim prirodnim oblicima. Prisutna je u ljudskom tijelu, kao i kod biljaka i životinja. „Postoje tri osnovne vrste simetrije: zrcalna, rotacijska i translacijska“[4]. Zrcalna je simetrija zrcaljenje ekvivalentnog elementa oko središnje osi ili zrcalne linije.

Zrcalna se simetrija može pojaviti u bilo kojoj orijentaciji dokle god je element isti s obje strane središnje osi (slika 6). Rotacijska je simetrija rotacija ekvivalentnih elemenata oko zajedničkog središta (slika 7). Može se pojaviti pod svakim kutem ili frekvencijom ukoliko elementi imaju zajedničko središte. Translacijska se simetrija odnosi na lokaciju ekvivalentnih elemenata u različitim područjima nekog prostora (slika 8). Moguća je u svim smjerovima i pozicijama, te udaljenosti, dok je jedini uvjet osnovna orijentacija elementa.

Simetrični oblici, osim estetskih svojstava, imaju i druge kvalitete koje se mogu iskoristiti u dizajnu. Npr. simetrični se oblici mogu doživljavati kao likovi, a ne pozadina, zbog čega plijene više pažnje, te se bolje pamte od ostalih elemenata. Simetrični su oblici jednostavniji od asimetričnih, što im daje prednost kod prepoznavanja i prisjećanja. Simetrija se u dizajnu koristi kao sredstvo izražavanja ravnoteže, harmonije i stabilnosti.

Kod dizajna dječjih bilježnica najbolje je koristiti složenije kombinacije različitih vrsta simetrije, iz razloga što se time postiže estetika i zanimljivost.



Slika 9: zrcalna simetrija



Slika 10: rotacijska simetrija



Slika 11: translacijska simetrija

11. Istraživanje

Za istraživanje sam koristila isprintane bilježnice čija sam grafička rješenja izradila u Adobe Illustratoru. Neke sam dizajnom prilagodila djevojčicama, a neke dječacima. Neke sam dizajnirala na neutralan način, tj. djelomično ih prilagodila djevojčicama i dječacima kako bih otkrila da li je opće mišljenje o podjeli „muških“ i „ženskih“ bilježnica istinito ili ne.



Slika 12: lista bilježnica



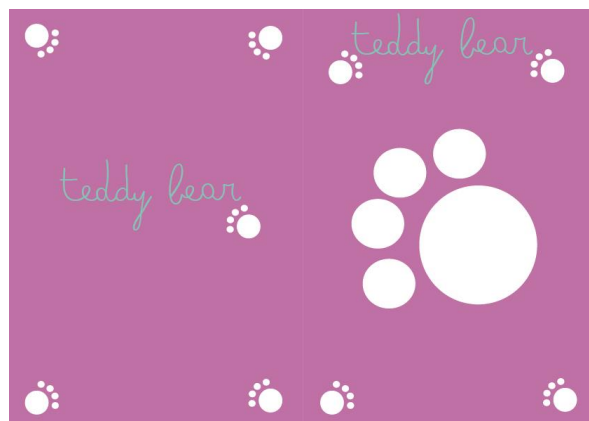
Slika 13: bilježnica

Ovu sam bilježnicu dizajnom namjenila djevojčicama. S obzirom na općeprihvaćeno mišljenje o tome kako je roza boja za djevojčice, pokušavala sam otkriti da li je istina kako će djevojčice izabrati ovu bilježnicu radi boje, te hoće li je koji od dječaka izabrati. Tu sam priču nadopunila i ilustracijama cvijeća i srdaca s obzirom da su i ti simboli smatrani više „ženskim“. Također, ovaj sam font izabrala iz razloga što podsjeća na pisanje perom, čime sam zaključila kako se dobro uklapa u već izrađeni dizajn.



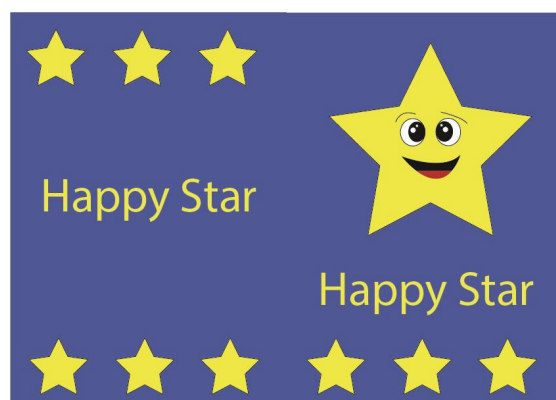
Slika 14: bilježnica

Poput predhodne, i ovu sam bilježnicu namjenila djevojčicama. Za razliku od prošle, za ovu sam odabrala motiv medvjedića s velikim očima, kako bih ustanovila ima li utjecaj, prikaz nekog lika, veći ili manji od klasičnog cvijeta. Također, oči su velike iz razloga što se smatra kako djeca više vole likove s većim očima. Plavu boju za medvjedića i tekst sam odabrala kako bi ih istaknula.



Slika 15: bilježnica

Ovu sam bilježnicu izradila kao varijaciju prethodne, kako bih ustanovila da li je zaista bitan lik s velikim očima ili je pak dovoljna asocijacija simbolima poput šapica.



Slika 16: bilježnica

Ovu sam bilježnicu dizajnom namjenila dječacima. Plavu sam odabrala kao prevladavajuću boju s obzirom na činjenicu kako se plava boja smatra bojom za dječake. Za ilustraciju sam odabrala zvjezdiču sa šaljivim izrazom lica, što sam smatrala da bi moglo biti zanimljivo osnovnoškolskoj djeci. Font sam odabrala zbog jednostavnosti, te također kako bih usporedila ima li oblik slova utjecaja na odabir određene bilježnice.



Slika 17: bilježnica

Ovim sam dizajnom htjela naglasiti velike oči kako bih po istraživanju mogla jednostavnije zaključiti imaju li velike oči veliki utjecaj na odabir, ili je možda ipak važniji sam lik na slici. S obzirom na činjenicu da na slici zapravo ni nema lika, već samo izražene oči i osmjeh. Također, boje sam odabrala jer djeluju veselo i razigrano, te se i općenito koriste kod grafičkog dizajna namjenjenog djeci. Također, font koji sam odabrala djeluje klasično, no bojama i obrubom sam ga učinila malo istaknutijim i drugačijim kako bih po istraživanju došla do zaključka ima li to utjecaja na odabir bilježnice.



Slika 18: bilježnica

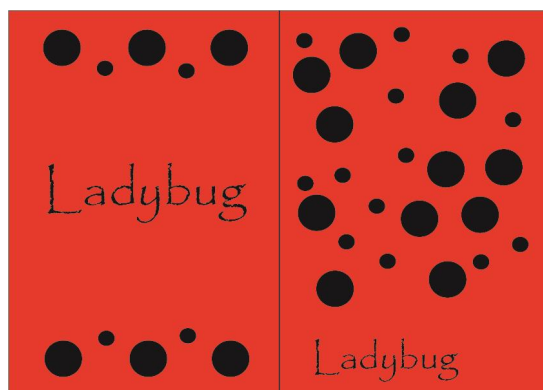
Ovu sam bilježnicu izradila kao neutralnu, kako bih došla do zaključka hoće li biti odabrana bez obzira na to što nije namijenjena ni jednoj rodnoj skupini. Također, za boje sam

odabrala prirodne tonove, s elementima listva i cvijeća što asocira na prirodu. Također, ovaj sam font odabrala iz razloga što izgleda prirodno i uklapa se u ilustraciju.



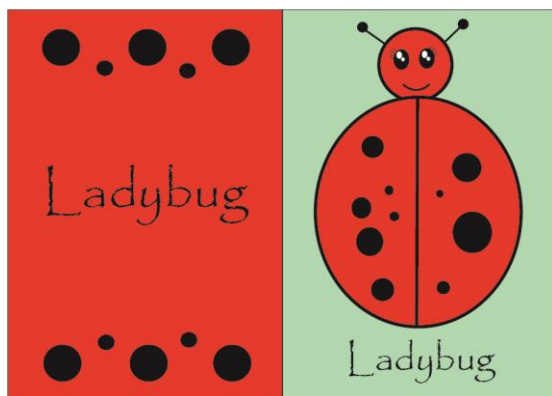
Slika 19: bilježnica

Ovaj sam dizajn izradila kao varijaciju prethodnog, kako bih došla do zaključka ima li veći utjecaj više neutralnijih oblika, ili pak 1 naglašeni motiv.



Slika 20: bilježnica

Ovu sam bilježnicu dizajnirala kao neutralnu. Sam dizajn i tipografija su prilično jednostavni, no asociraju na bubamaru. Dizajn je izrađen na ovaj način kako bih pomoću istraživanja došla do zaključka o tome kako djeca možda preferiraju i jednostavan dizajn bez mnogo šarenila. Da li je potreban lik ili je dovoljna i asocijacija. S obzirom na jednostavnost ilustracija, odabrala sam izraženiju crvenu kao podlogu kako bih ipak, na neki način istaknula bilježnicu.



Slika 21: bilježnica

Ovu sam bilježnicu dizajnirala kao varijaciju prethodne, kako bih istraživanjem došla do zaključka privlači li pažnju i zanimaciju kod djece bilježnica s elementima koji asociraju na određeni motiv, ili pak sam motiv prikazan na dizajnu.

Anketa koju sam koristila pri istraživanju je izgledala ovako:

1. **Godine** ____
2. **Rod** M Ž
3. **Koja ti se bilježnica/pisanka najviše svidjela (broj)?** ____
4. **Zašto ti se baš ta bilježnica/pisanka najviše dopala?**
5. **Što si prvo primjetio/la na toj bilježnici/pisanki (boju, crtež, slova, oči)?** _____
6. **Bilježnice/pisanke po redu od najljepše do najmanje lijepe (brojevi) :**
7. **Misliš li da je koja od bilježnica/pisanka ružna? Zašto?**

8. **Koja bilježnica/pisanka ti je najljepša po boji (broj) , zašto?**

9. **Koja bilježnica/pisanka ti je najljepša po ilustraciji (broj) , zašto?**

10. **Koja bilježnica/pisanka ti je najljepša po slovima (broj) , zašto?**

Hvala na suradnji

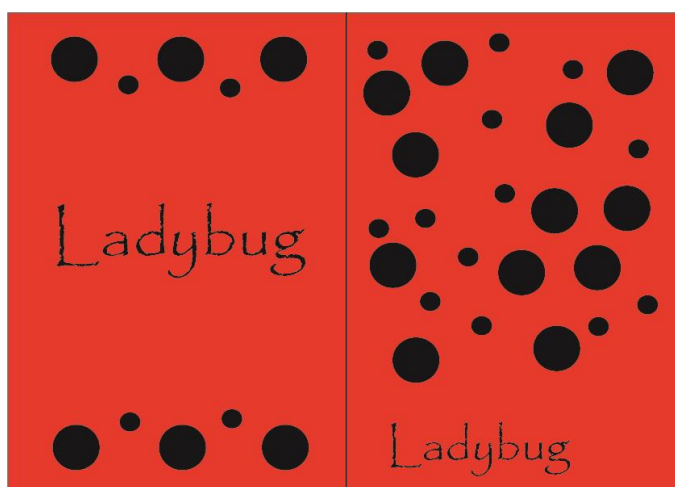
12. Rezultati istraživanja

Kao najljepšu bilježnicu učenici su najviše birali žutu bilježnicu s ilustracijom očiju i osmjeha uz objašnjenje kako djeluje veselo i razigrano.



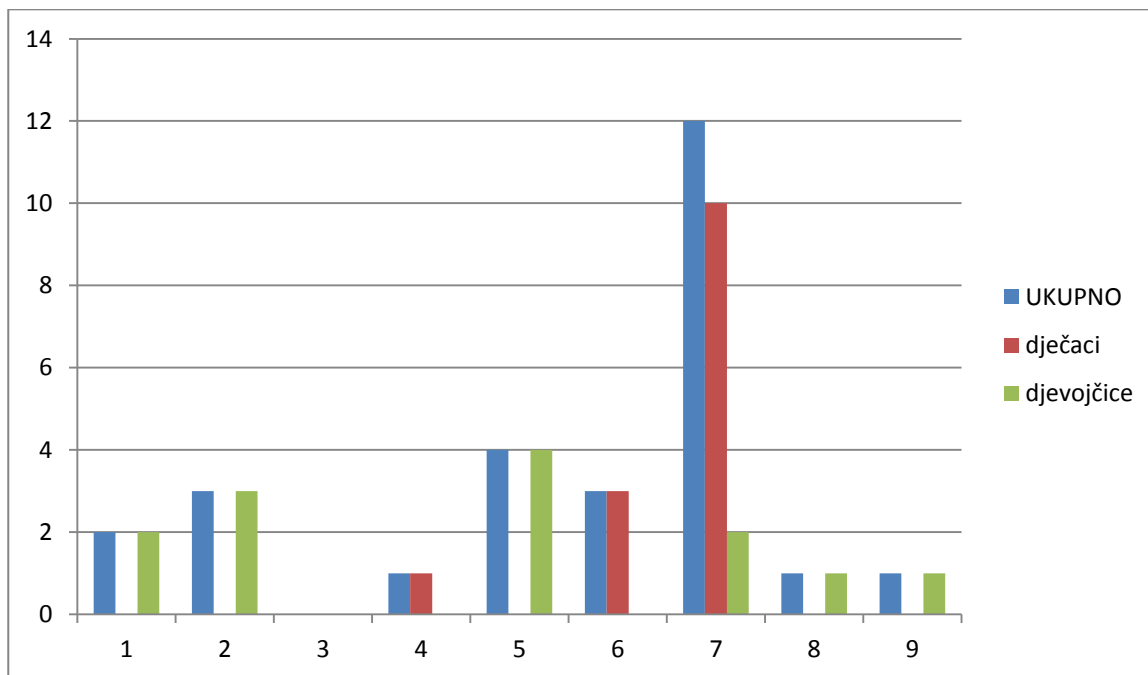
Slika 17: bilježnica

Tu su bilježnicu većinom birali dječaci, dok su se djevojčice opredjelile za bilježnicu crvene pozadine s ilustracijom krugova, dok su za razlog navele činjenicu kako ih podsjeća na bubamare.



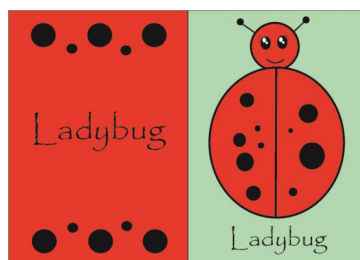
Slika 20: bilježnica

GRAF ODABIRA BILJEŽNICA PO IZGLEDU



Graf 1: po izgledu

Kod anketiranja, svaka je bilježnica bila označena brojem. Na grafu je prikazano koliko je ukupno djece glasalo za određenu bilježnicu (plavo), te koliko je od toga bilo djevojčica (zeleno), a koliko dječaka (crveno). Za neke od bilježnica su glasale samo djevojčice, za neke dječaci, dok neke uopće nisu imale glasova. Vodoravni brojevi označavaju redni broj bilježnice za koju su se brojali glasovi, dok okomiti brojevi određuju broj glasova za bilježnice.



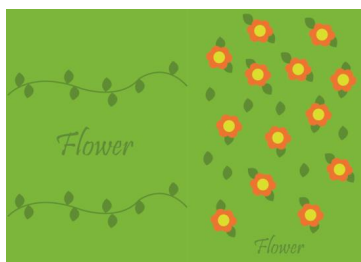
Slika 21: bilježnica

Ovu su bilježnicu birale jedino djevojčice. Mislim da je razlog taj što bubamara na ilustraciji ima trepavice, što asocira na ženski lik.



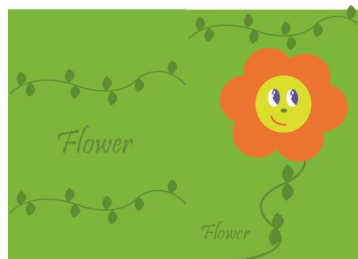
Slika 14: bilježnica

Ovu su bilježnicu također birale jedino djevojčice. Mislim da su rezultati istraživanja takvi iz razloga što je pozadina u ružičastim tonovima, a medvjedić izgleda kao da je dizajniran za djevojčice.



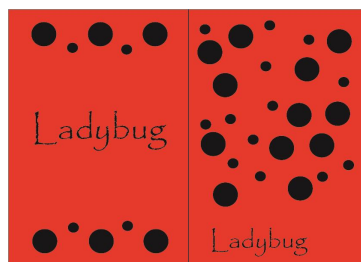
Slika 18: bilježnica

Mislim da ova bilježnica nije imala glasova iz razloga što je prilično jednostavna, te nema istaknutih elemenata.



Slika 19: bilježnica

Smatram kako su ovu bilježnicu podjednako birale i djevojčice i dječaci iz razloga što je dizajnom neutralna, tj. po bojama i elementima nije prilagođena ni djevojčicama ni dječacima, već djeci općenito.



Slika 20: bilježnica

Mislim da su ovu bilježnicu birale djevojčice iz razloga što djevojčice više vole motive vezane uz bubamare.



Slika 16: bilježnica

Ovu su bilježnicu birali jedino dječaci. Mislim da je razlog tome činjenica da uglavnom dječaci više vole plavu boju. Također smatram kako se dječacima više sviđaju šaljive ilustracije nego djevojčicama, kao što je slučaj sa ilustracijom zvijezde na naslovnoj stranici.



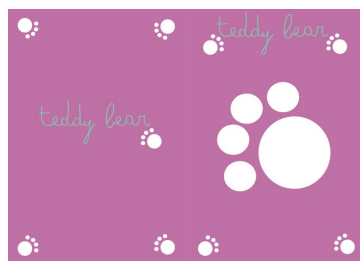
Slika 17: bilježnica

Smatram da su ovu bilježnicu birale i djevojčice i dječaci iz razloga što je dizajnom neutralna, tj. nije prilagođena ni djevojčicama ni dječacima. Također, mislim da ima najviše ukupnih glasova zbog toga što se sastoji od veselih i zazigranih boja. Također, veliki utjecaj imale su i velike oči koje se nalaze na naslovnoj strani, što je djeci općenito zanimljivo. Veliki osmjech je također imao velik utjecaj, jer je dodao efekt veselja i zanimljivosti ukupnom dizajnu. Također smatram kako je poruka „smile“ imala dodatan pozitivan efekt.



Slika 13: bilježnica

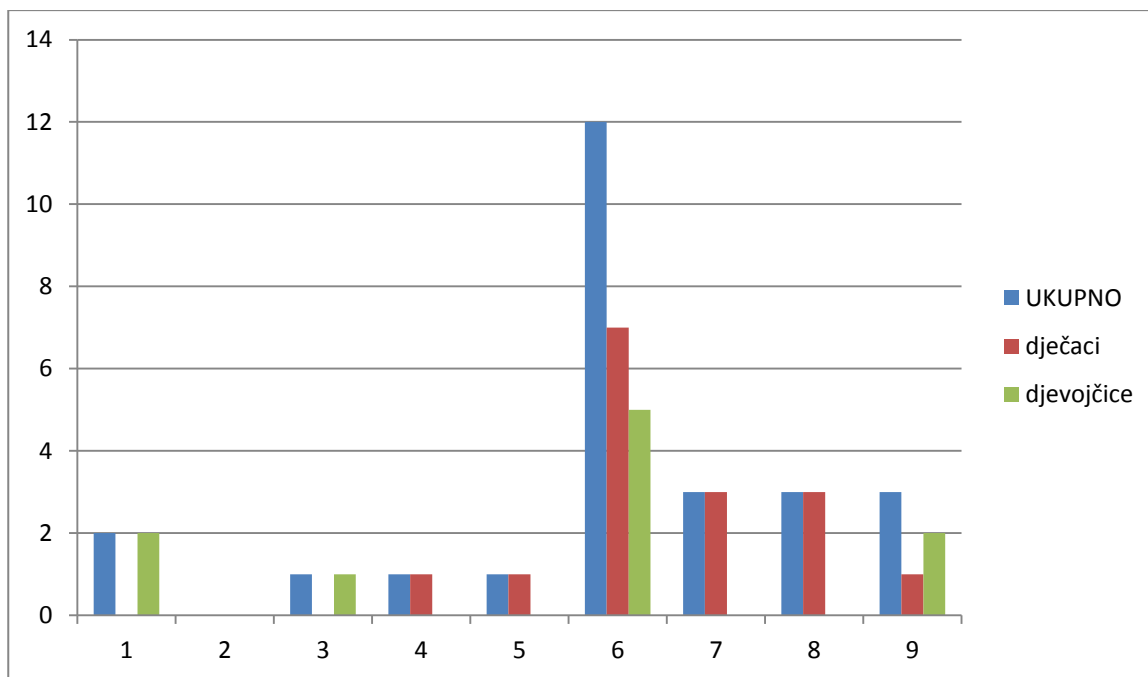
Mislim da su ovu bilježnicu birale jedino djevojčice zbog roze pozadine, te elemenata poput cvijeta i srdaca, te općenito dizajna koji izgleda kao da je namijenjen za djevojčice.



Slika 15: bilježnica

Smatram kako su ovu bilježnicu birale jedino djevojčice iz razloga što je dizajnom i bojom zanimljivija djevojčicama. No glavni razlog ipak je boja, pošto djevojčice više vole tonove ljubičaste koje su sličnije rozoj boji.

GRAF ODABIRA BILJEŽNICA PO BOJI



Graf 2: po boji

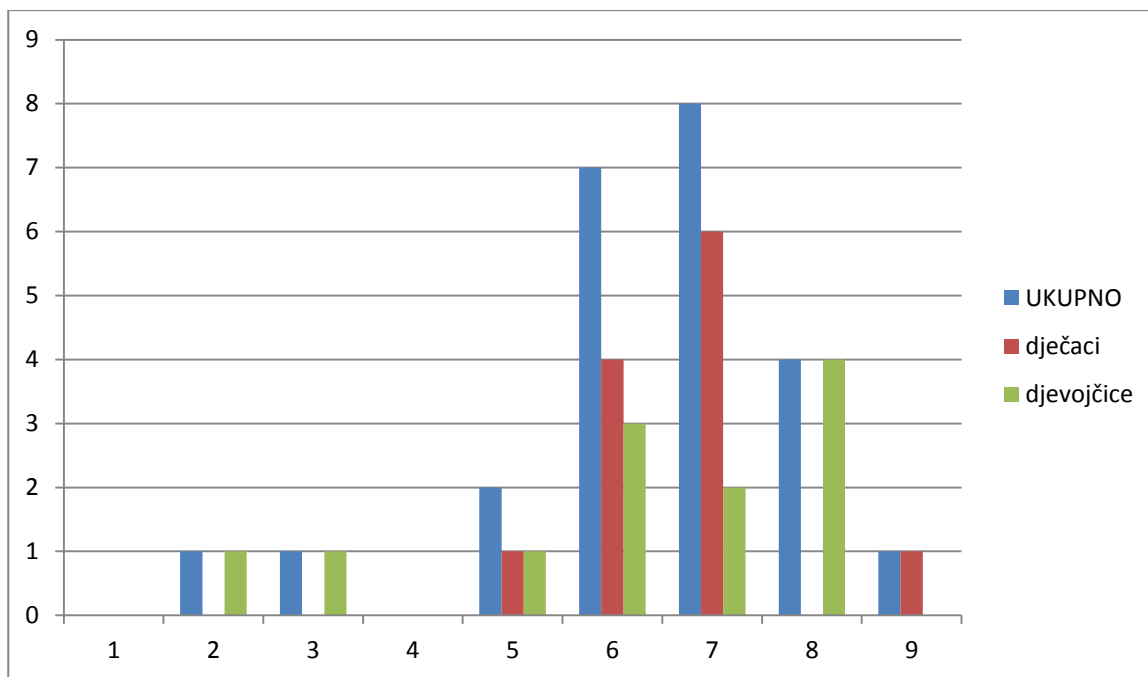
Kod anketiranja, svaka je bilježnica bila označena brojem. Na grafu je prikazano koliko je ukupno djece glasalo za određenu bilježnicu (plavo), te koliko je od toga bilo djevojčica (zeleno), a koliko dječaka (crveno). Za neke od bilježnica su glasale samo djevojčice, za neke dječaci, dok neke uopće nisu imale glasova. Vodoravni brojevi označavaju redni broj bilježnice za koju su se brojali glasovi, dok okomiti brojevi određuju broj glasova za bilježnice.



Slika 16: bilježnica

Kod odabira bilježnice po boji, najviše je glasova imala bilježnica pod rednim brojem 6. Smatram kako je ta bilježnica dobila najviše glasova u toj kategoriji iz razloga što je korištena nijansa plave boje koja podsjeća na prirodnu boju neba, te se svidjela i djevojčicama i dječacima.

GRAF ODABIRA BILJEŽNICA PO FONTU



Graf 3: po fontu

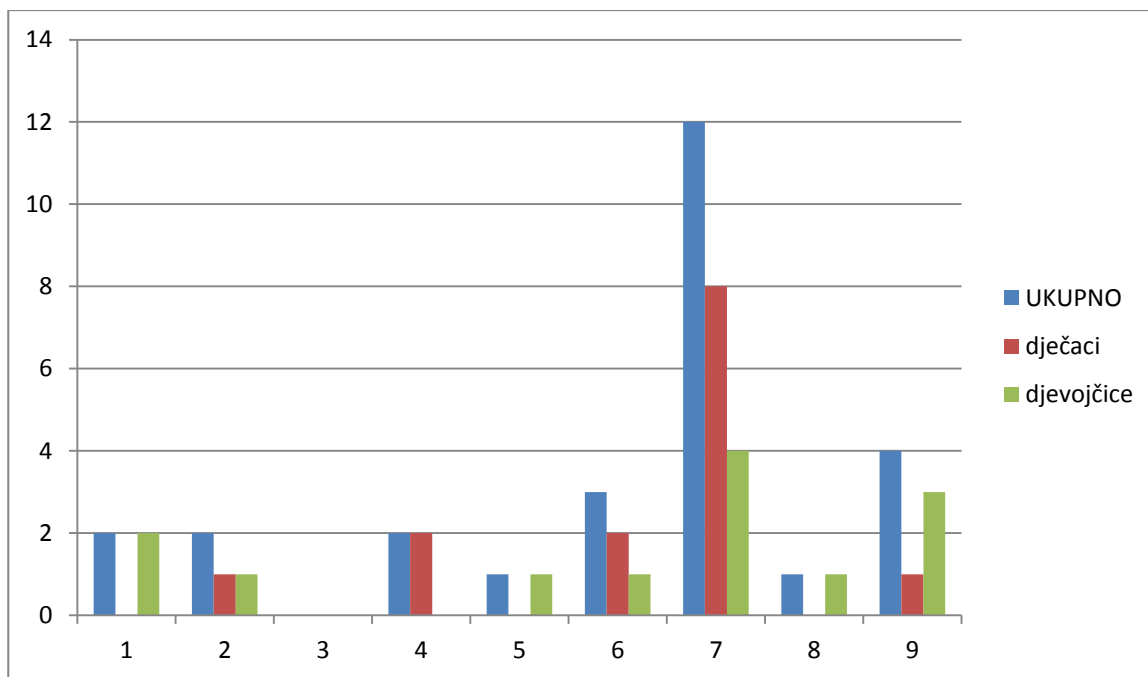
Kod anketiranja, svaka je bilježnica bila označena brojem. Na grafu je prikazano koliko je ukupno djece glasalo za određenu bilježnicu (plavo), te koliko je od toga bilo djevojčica (zeleno), a koliko dječaka (crveno). Za neke od bilježnica su glasale samo djevojčice, za neke dječaci, dok neke uopće nisu imale glasova. Vodoravni brojevi označavaju redni broj bilježnice za koju su se brojali glasovi, dok okomiti brojevi određuju broj glasova za bilježnice.



Slika 17: bilježnica

Kod odabira bilježnice po fontu, najviše je glasova imala bilježnica pod rednim brojem 7. Smatram da je ta bilježnica imala najviše glasova u toj kategoriji iz razloga što je riječ o jednostavnom fontu sa zanimljivim efektom obruba.

GRAF ODABIRA BILJEŽNICA PO ILUSTRACIJI



Graf 4: po ilustraciji

Kod anketiranja, svaka je bilježnica bila označena brojem. Na grafu je prikazano koliko je ukupno djece glasalo za određenu bilježnicu (plavo), te koliko je od toga bilo djevojčica (zeleno), a koliko dječaka (crveno). Za neke od bilježnica su glasale samo djevojčice, za neke dječaci, dok neke uopće nisu imale glasova. Vodoravni brojevi označavaju redni broj bilježnice za koju su se brojali glasovi, dok okomiti brojevi određuju broj glasova za bilježnice.



Slika 17: bilježnica

Kod odabira bilježnice po ilustraciji, najviše je glasova imala bilježnica pod rednim brojem 7. Smatram da je ta bilježnica imala najviše glasova u toj kategoriji iz razloga što je ilustracija jednostavna. Glavni motiv su velike oči, što je djeci općenito zanimljivo. Također, ilustracija šalje pozitivnu poruku, što je dodatno utjecalo na broj glasova.

13. Zaključak

Djeci se najviše sviđaju bilježnice na kojima se nalaze ilustracije likova s velikim očima i osmjehom. Također kombinacije veselih, prirodnih i žarkih boja koje su međusobno komplementarne ili kontrastne. Također boje većinom biraju prema svom izboru najdraže boje općenito. Na tipografiju ne obraćaju previše pažnje iako više vole vidjeti zanimljiva slova, tj. u zanimljivim kombinacijama boja ili pak zanimljivog fonta s raznim efektima.

S obzirom na rezultate istraživanja, može se zaključiti kako sva djeca vole likove velikih očiju. Također, rozu i ljubičastu boju će prije odabrati djevojčice, dok će plave nijanse birati dječaci. Kod dizajna je potrebno obratiti pažnju na boje.

Kod dizajna bilježnica potrebno je odrediti koja je ciljana skupina kojeg dizajna bilježnice (djevojčice, dječaci ili pak oboje). Ukoliko su ciljana skupina djevojčice, najbolje je koristiti boje ružičastih, ljubičastih i eventualno svjetlo plavih tonova. Također se za ilustracije preferiraju elementi poput srca, cvjetova, slatkih životinjica velikih očiju i trepavica.

Ukoliko su ciljana skupina dječaci, najbolje je koristiti tonove plave ili zelene boje. Također se preporuča, na temelju istraživanja koristiti šaljive i zanimljive ilustracije poput zvijezda. Također je dobro koristiti velike oči, no bez trepavica, jer to automatski podsjeća na dizajn namjenjen djevojčicama.

Ukoliko je dizajn bilježnice namijenjen obje grupe, tj. djevojčicama i dječacima, najbolje je koristiti vesele i razigrane boje, poput žute, narančaste, zelene, crvene. Također, prije će odabrati bilježnicu s likovima velikih očiju ili onu koja sadrži zanimljivu ilustraciju koja šalje pozitivnu poruku.

U svakom slučaju, o kojem god da je dizajnu riječ, tj. bez obzira da li je namijenjen djevojčicama i dječacima, bitno je da se barem jedan element dizajna ističe na neki način, te da je riječ o zanimljivim, razigranim elementima koji šalju pozitivnu poruku. „Čist i jednostavan grafički dizajn daje jednu notu bezvremenosti. Uvijek pokušajte pojednostaviti vizual ostavljajući samo ključne elemente prilikom izrade grafičkih rješenja“[10]

„Biti dobar dizajner ne znači samo znati iskoristiti pravi softver. Trebate vidjeti kao dizajner, razmišljati kao dizajner.“[3]



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, MAJA SROBAC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom GRAFIČKO RJEŠENJE ZA DVE BUEVANCE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Maja Srobac
(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, MAJA SROBAC (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom GRAFIČKO RJEŠENJE ZA DVE BUEVANCE (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Maja Srobac
(vlastoručni potpis)

14. Literatura

- [1] H. van den Boom: Zašto živimo u eri dizajna, Breza, Zagreb, 2014.
- [2] M. Tomiša, M. Milković: Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište, Varaždin, 2014.
- [3] J. McWade – Vodič za cool dizajniranje, Miš, Zagreb, 2010.
- [4] W. Lidwell, K. Holden, J. Butler: Univerzalna načela dizajna, Mate, Zagreb, 2006.
- [5] J. Restek: Osnove grafičkog dizajna, Viša grafička škola, Zagreb, 1980.
- [6] <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27123>, dostupno 01.09.2018.
- [7] www.popwebdesign.net/popart_blog/2015/12/kako-odabrati-pravi-font-za-vas-projekat/, dostupno 10.09.2018.
- [8] www.psiholoskicentar-razvoj.hr/?p=40, dostupno 25.06.2018.
- [9] www.ss-graditeljska-ck.skole.hr/dokumenti?dm_document_id=105&dm_dnl=1, dostupno 04.07.2018
- [10] <http://wgoptimizacija.com/blog/10-pravila-grafickog-dizajna/>, dostupno 01.08.2018.
- [11] <http://hudu.hr/razlika-izmedu-rasterirane-i-vektorske-grafike/929>, dostupno 15.08.2018
- [12] <https://machina.hr/razlika-izmedu-rasterske-vektorske-grafike/>, dostupno 01.09.2018