

# Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca

---

Hegedušić, Izabela

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:350440>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-02**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI



# Sveučilište Sjever

**Završni rad br. 701/MM/2020**

## **Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca**

*Izabela Hegedušić, 2210/336*





# Sveučilište Sjever

**Multimedija, oblikovanje i primjena**

**Završni rad br. 701/MM/2020**

## **Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca**

**Student**

Izabela Hegedušić, 2210/336

**Mentor**

Doc. art. Robert Geček

Koprivnica, rujan 2020. godine



# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	prediplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena		
PRISTUPNIK	Izabela Hegedušić	MATIČNI BROJ	2210/336
DATUM	16. rujan 2020.	KOLEGIJ	Grafički dizajn
NASLOV RADA	Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Production of educational - interactive picture books for the Association Šinterice dobra srca		
MENTOR	Robert Geček	ZVANJE	doc.art.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Snježana Ivančić Valenko, pred. - predsjednik		
	2. doc. dr.sc. Andrija Bernik - član		
	3. doc.art. Robert Geček - mentor		
	4. Nikolina Bolčević Horvatić, pred. - zamjenski član		
	5. _____		

## Zadatak završnog rada

BROJ	701/MM/2020
OPIS	Cilj ovog završnog rada je prikazivanje koraka izrade edukativno – informativnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca, u alatu Adobe Illustrator. U radu će se opisati proces smišljanja dizajna, razrada likova i određivanje ciljane publike, te će biti objašnjeni pojmovi, alati i postupci. U praktičnom dijelu rada bit će objašnjen cjelokupni proces odabira boja, tipografije i oblika.
	U radu je potrebno:
	Opisati alat Adobe Illustrator.
	Nabrojati tijek razrade materijala prije samog stvaranja slikovnice.
	Objasniti korake stvaranja dizajna, te korištenu tipografiju i boje.
	Prikazati krajnji rezultat dizajna slikovnica.
ZADATAK URUČEN	17.09.2020.



## **Predgovor**

Ovim putem se zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima na iskazanom povjerenju tijekom studiranja na Sveučilištu Sjever te potpori koju mi bezuvjetno daju kako bih ostvarila svoje snove i ciljeve.

Neizmjerne hvala mojoj predsjednici udruge Nini Verčević na aktivnom sudjelovanju u nastanku ovih slikovnica, te svim djevojkama iz Udruge Šinterice dobra srca koje marljivo rade, pomažu i spašavaju napuštene i odbačene životinjice.

Na kraju, zahvaljujem doc. art. Robertu Gečeku na mentorstvu, te ostalim profesorima koji su pomagali savladati praktična znanja na području multimedije, te svojim predavanjima poticali sve studente Multimedije, primjene i oblikovanja na kreativnost i inovativnost.

## Sažetak

Što je zapravo grafički dizajn? Postavljeno je jedno vrlo teško pitanje, koje nema jednostavan odgovor. Nekima je grafički dizajn umjetnost i vještina, a drugima brojke i simetrija. S jedne strane imamo grafiku, koju sačinjavaju ekspresije, mašta, a ista se sastoji od vizualnih elemenata, koje su čvrst temelj za dobar dizajn. Linije, boje, teksture, prazni prostori, tipografija, oblici, sve to sačinjava grafički dizajn. S druge strane imamo dizajn, koji se sastoji od razmišljanja i kombiniranja funkcionalnosti i izgleda. O dizajnu ovisi što će biti koliko praktično, hoće li klijent i publika shvatiti o čemu se radi na prvu ili uz dozu promišljanja. Glavna načela dizajna su hijerarhija, kontrast, poravnanje, udaljenost, jednostavnost, funkcionalnost, ponavljanje i ravnoteža. Kada uredno spojimo vizualne elemente i odgovarajuća načela dizajna, dobijemo odličan grafički dizajn.

Grafički dizajn nije crtanje ili uljepšavanje starog logotipa, već dobro promišljena organizacija i prezentacija informacija. Prikazivanje ideje ili priče kroz vizualan projekt.

Ideja dizajniranja ove slikovnice proizašla je iz razgovora članica udruge kako bi trebalo dijeliti znanje djeci predškolske i osnovnoškolske dobi. Stoga, dizajn sam prilagodila djeci 4 – 15 godina. Boje za navedeni uzrast moraju biti jarke, vesele i dinamične. Ilustracije im moraju odvlačiti pažnju, dok onim najmlađim roditelj čita zanimljive zgode Mačka Rome iz slikovnice.

Ključne riječi: grafički dizajn, slikovnica, edukacija, djeca, životinje, udomljavanje, udruga ...



## Summary

What exactly is graphic design? One very difficult question has been asked, which has no simple answer. For some, graphic design is art and skill, and for others, number is symmetry. On the one hand, we have graphics, which consist of expressions, imagination, and it consists of visual elements, which are a solid foundation for good design. Lines, colors, textures, spaces, typography, shapes, all make up graphic design. On the other hand, we have a design, which consists of thinking and combining functionality and appearance. About a design addiction that will be practical as far as clients and the audience will understand what it is about at first or with a dose of reflection. The main design principles are hierarchy, contrast, alignment, distance, simplicity, functionality, repetition, and balance. When we neatly combine the visual elements and the appropriate design principles, we get a great graphic design.

Graphic design is not drawing or embellishing an old logo, but a well thought out organization and presentation of information. Presenting ideas or stories through a visual project.

The idea of designing this picture book came from a conversation between a member of the association about how knowledge should be shared with preschool and elementary school children. Therefore, I adapted the design to the children

4 - 15 years. Colors for the specified age must be bright, cheerful and dynamic. The illustrations must be a distraction, while the youngest parents read interesting stories of the Roma Cat from the picture book.

Keywords: graphic design, picture book, education, children, animals, foster care, association...

# **Popis korištenih kratica**

**AI – Adobe Illustrator**

# Sadržaj

<b>1. Uvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Razrada .....</b>	<b>2</b>
2.1. <i>Ideja</i> .....	2
2.2. <i>Ciljana publika</i> .....	3
2.2.1. Što je ciljana publika? .....	3
2.2.2. Kako dijelimo ciljanu publiku? .....	3
2.3. <i>Oblik</i> .....	4
2.4. <i>Alati za grafički dizajn</i> .....	5
2.4.1. Adobe Illustrator CC 2017 .....	5
2.4.2. Corel Draw .....	7
<b>3. Izrada slikovnica .....</b>	<b>8</b>
3.1. <i>Izrada skica</i> .....	8
3.1.1. Izrada skice naslovnice.....	8
3.1.2. Izrada skice posljednje stranice .....	10
3.2. <i>Oblik i tipografija</i> .....	11
3.2.1. Što su serifi?.....	11
3.2.2. Kako dijelimo fontove? .....	11
3.2.3. Oblik tipografije na naslovnici slikovnice .....	13
3.3. <i>Boje</i> .....	14
3.3.1. Podjele boje .....	15
3.3.2. Nijanse i tonovi .....	16
3.4. <i>Likovi</i> .....	20
<b>4. Slikovnica .....</b>	<b>24</b>
4.1. <i>Krajnji rezultat</i> .....	25
<b>4. Zaključak</b> .....	<b>27</b>
<b>5. Literatura</b> .....	<b>29</b>
<b>6. Popis slika</b> .....	<b>31</b>

## 1. Uvod

Udruga Šinterice dobra srca postoji nešto više od godinu dana na papiru, a u obliku inicijative aktivno smo sudjelovali u spašavanju napuštenih i bolesnih životinja oko 5 godina.

Udruga koristi društvene mreže u svrhu promocije, no bilo je potrebno podići doseg ljudi i na one koji se ne koriste internetom, najmlađe i najstarije. Najmlađe je izuzetno važno informirati na vrijeme što znači udomljavanje, a stariji su planirano pokazali interes u nabavljanju svih nastavaka (5) slikovnica, kako bi njihova djeca i unučad aktivno sudjelovala u svijetu životinja.

Jedini dio vizualnog identiteta kojim se koristi udruga je logotipom, koji je odlično napravljen, te prepoznatljiv okolini.

Svrha ovog projekta bila je izraditi dizajn slikovnica za djecu, te pomoću njih olakšati komunikaciju i edukaciju djece. Slikovnice su osmišljene tako da djeca čitajući i gledajući u likove i njihove priče nauče nešto o životinjama i odgovornosti o istima, a pritom daju mašti na volju i crtaju ili pišu po interaktivnom djelu slikovnice.

Teorijski dio sastoji se od razrade same ideje i oblika slikovnice, preko odabira programa u kojem će se izraditi, do razrade ciljane publike.

Praktični dio će približiti razradu slikovnice, objasniti razloge tipografije, boja i likova, te prikazati krajnji rezultat.

## 2. Razrada

Prvo poglavlje govori o ideji, smišljanju teksta zajedno sa predsjednicom udruge, koja je ujedno i autor teksta. Dijeljenje slikovnica na 5 nastavaka, od kojih su 2 usko povezana. Analiza smještanja teksta, oblik slikovnica, gdje će biti interaktivni dio, u kojem omjeru, što će se ponavljati.

### 2.1. Ideja

Na sastanku sa članicama Udruge Šinterice dobra srca, čija sam i sama članica, radilo se na idejama kako najmlađe educirati o prednostima udomljavanja životinja, ali i pravilnom ophođenju prema istima. Ideja oko koje su se sve članice složile bila je izrada serije slikovnica, te se odredilo da će predsjednica Udruge pisati tekst, a ja ću raditi ilustraciju. Izabrale smo tiskane slikovnice iako one za Udrugu zbog cijene tiska nisu najjeftiniji oblik edukacije, smatramo kako su animacije i ostali digitalni oblici edukacije namijenjeni za djecu školskih uzrasta kojima treba sadržaj koji će brzo konzumirati, no nažalost isto tako brzo i zaboraviti. Tiskane slikovnice su pak namijenjene najmlađim uzrastima jer će one i nakon prvog listanja biti „tu negdje“ te će ih djeca lako moći ponovno prelistati više puta.

Romine pustolovine je serijal od pet slikovnica namijenjenih djeci u dobi od pet do devet godina. U svakoj knjižnici naš glavni junak mačak Roma upada u nevolju te pomoću pasa Maše i Tile izvlači pouku.

Kroz Romine pustolovine djeca uče o kvalitetnoj brizi za kućne ljubimce, uče o važnosti odlaska veterinaru, prevenciji bolesti, kvalitetnoj prehrani za životinje, važnosti igre, uče o pomaganju i dijeljenju te upoznaju termine - napuštene životinje i udomljavanje.

Pozitivno se utječe na emotivni razvoj djeteta, indirektno se povećava broj volontera u budućnosti (djeca razvijaju empatiju prema životinjama).

Glavni lik slikovnice nema jednu nogu, a može funkcionirati isto kao i ostali, pa se time ujedno bori protiv diskriminacije životinja i osoba sa invaliditetom.

## **2.2. Ciljana publika**

Ciljana skupina su djeca od 5 do 9 godina jer je to razdoblje u kojemu se formiraju temeljne životne vrijednosti te je to najbolje doba za usaditi ljubav i suosjećanje prema životinjama.

### **2.2.1. Što je ciljana publika?**

Ciljna skupina definira se kao skupina ljudi koju oglašivač ili tvrtka sa svojim marketinškim aktivnostima mogu koristiti za prodaju proizvoda ili usluga.

Ciljna publika je zapravo skupina potrošača koju karakterizira ponašanje i specifični demografski podaci, na primjer ekstremne sportašice u dobi od 18 do 25 godina. Te sportašice će ciljati dućani sa sportskom opremom, spravama za vježbanje kod kuće, proizvođači sportskih napitaka, a u isto vrijeme neće biti zanimljive proizvođačima vrtnog alata, ribičkog pribora i tvrtkama za otkup sekundarnih sirovina.

### **2.2.2. Kako dijelimo ciljanu publiku?**

Osobnost glavnog kupca je reprezentativni pregled idealnog kupca tvrtke, izvučen iz podataka koji čine ciljanu publiku. Neka od ovih demografskih područja i područja ponašanja su:

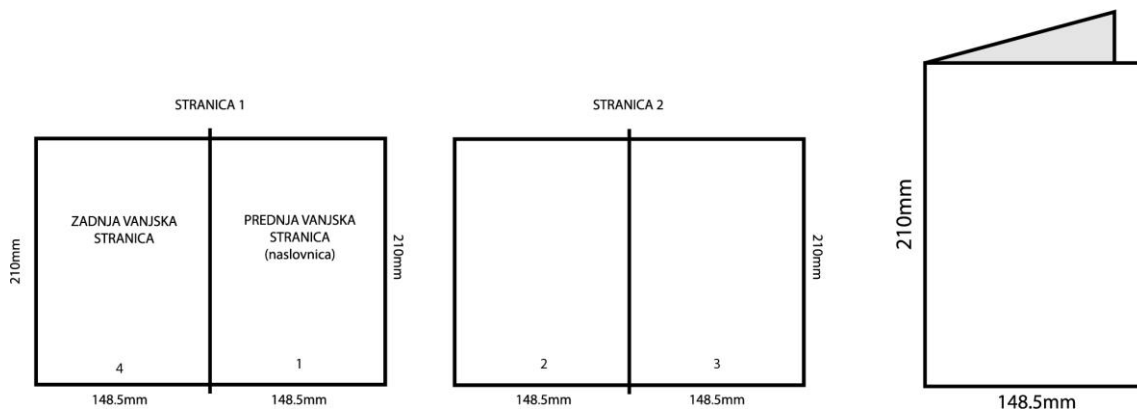
Mjesto, dob, spol, zapošljavanje, prihod.

Ove informacije su veoma korisne za razumijevanje kupca i načina na koji donosi odluke o kupnji. Ciljanje određene publike također će pomoći da marketinške kampanje dosegnu baš one ljude na koje će se proizvodi i poruke vaše tvrtke odnositi.

Kada govorimo o ciljanoj publici, korisno je razlikovati pojam ne miješajući ga s pojmom ciljano tržište. Iako su riječi veoma slične, razlika je ključna za trgovce. Ciljano tržište je određena skupina potrošača kojima su usmjereni proizvodi tvrtke, a ciljna publika definira tu grupu pomoću demografskih podataka, interesa i povijesti kupnje. [1]

## 2.3. Oblik

Slikovnica se sastoji od 5 nastavaka, a upotrijebljen je A5 format. Ako ga prepolvite, stvorit ćete dva A6 lista papira. Komad papira A5 stane u oмотnicu C5. Kad se prepolovi, stane u oмотnicu C6.

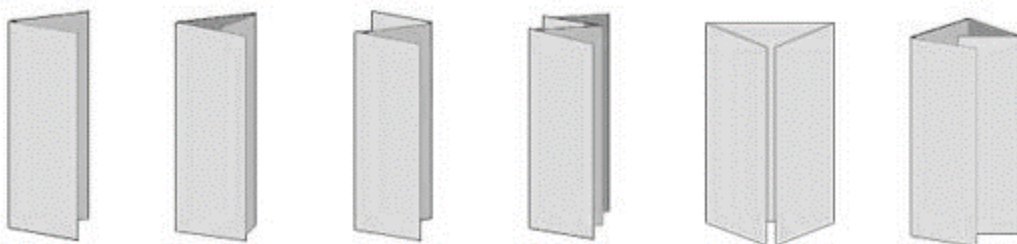


1 Slika 2.1. Prikaz formata slikovnice

Preklopljeni leci dolaze u mnogim varijantama, od jednokratnih čestitki A4 do A6. Postoji niz mogućnosti preklapanja, ovisno o veličini ili broju nabora. Svaka vrsta bit će bolje prilagođena različitim svrhama i informacijama koje želite da papir sadržava.

Bi-fold način preklapanja se pokazao kao najadekvatniji, a A4 format papira se još može razlomiti na sljedeće načine:

- Bi – fold
- Tri – fold
- Z – fold
- Accordion fold
- Gate fold
- Double gate [2]

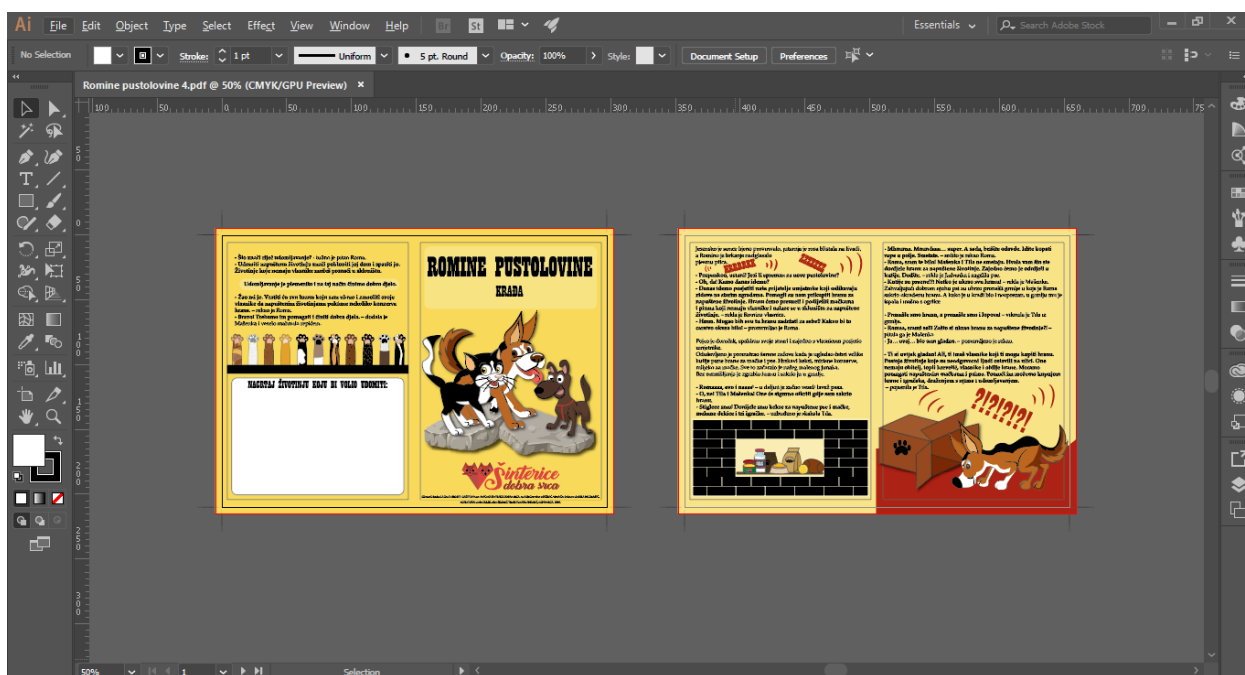


2 Slika 2.2. Načini preklapanja papira

## 2.4. Alati za grafički dizajn

### 2.4.1. Adobe Illustrator CC 2017

Adobe Illustrator (u daljnjem tekstu AI) je alat namijenjen izričito za grafički dizajn jer se bazira na vektorskoj grafici. U današnje vrijeme AI je postao industrijski standard čitave svjetske dizajnerske branše zahvaljujući svojim visokim mogućnostima, ali i kompatibilnošću sa čitavim nizom alata tvrtke Adobe, počevši od rasterskog Photoshopa, preko alata za montažu video sadržaja (Premiere Pro cc) sve do After Effects-a za animaciju ili Dimensiona za aplikaciju grafika na razne tipove 3D modela ambalaža za prikaz konačnog proizvoda prije same fizičke izrade.



3 Slika 2.3. Prikaz sučelja Illustratora

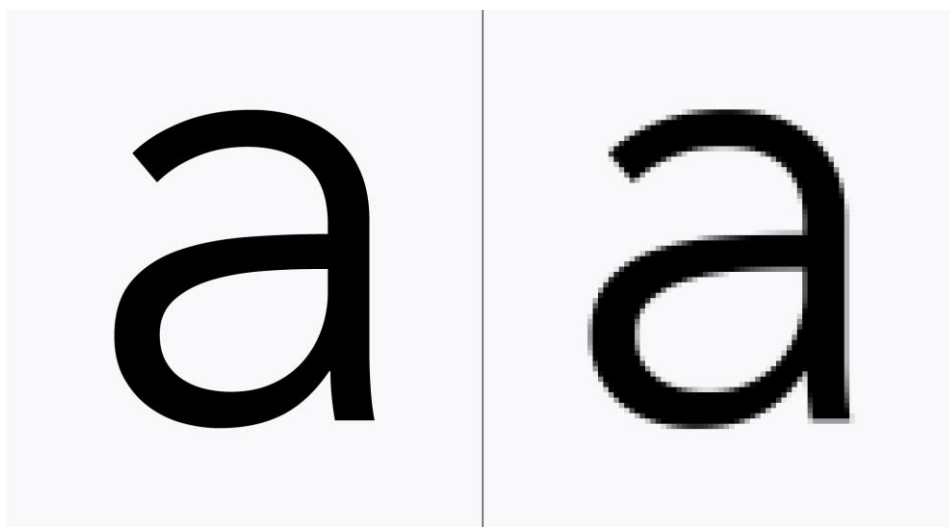
Prva verzija AI izdana je u siječnju 1987. godine i to isključivo za Apple Macintosh OS operativni sustav, dok danas postoje inačice AI kako za sve računalne operativne sustave, tako i za mobitele.



Vektorski alati poput AI po principu rada u potpunosti se razlikuju od rasterskih upravo zbog toga što ne rade sa točkama (rasterima) na „crtaćem platnu“, nego svaka točka ima svoje točne koordinate čime se prilikom neograničenog povećavanja i smanjivanja crteža ne gubi na kvaliteti kao kod rastera.[3]

*„Prednosti vektorskog prikaza u odnosu na piksel grafiku jesu:*

- *minimalna količina informacija potrebna za opis što rezultira manjom veličinom datoteke u usporedbi s istim ili sličnim bitmap prikazom,*
- *objekt (krug) se može neograničeno povećavati ili smanjivati a da kružnica ostane nenazubljena,*
- *pri povećanju kruga, linije se mogu, ali i ne moraju, proporcionalno proširivati (debljina kružnice može se skalirati neovisno o modifikaciji samog objekta),*
- *parametri objekta pohranjeni su i mogu se dalje mijenjati, što znači da pomicanje, rotiranje, bojanje, povećavanje i slične radnje ne umanjuju kvalitetu crteža.“ [4]*



*4 Slika 2.4. Razlika između vektora i rastera*

Jedan od glavnih alata u AI naziva se Pen Tool, a pomoću njega se na radnu površinu postavljaju točke čijim se spajanjem dobivaju linije ili objekti koji čine crtež ili dizajn. Pomoću Pen Toola i ispunama tih objekata, moguće je izraditi kompletan crtež.

Osim za tisak i grafičku pripremu, vektorski crteži mogu se izravno pretvoriti i u programski jezik za upravljanje CNC strojevima (G-code) koji crtež pretvaraju u skulpturu u drvetu, željezu, stiroporu ili drugom materijalu.



*5 Slika 2.5 Adobe Illustrator logotip*

### **2.4.2. Corel Draw**

Corel Draw je program koji smatraju dobrom alternativom za AI. Najveći adut mu je cijena. Također koristi vektorsku grafiku, daje mogućnost podešavanja kontrasta, dodavanja specijalnih efekata, može raditi s više layer-a i slično.

Događa se problem kad dizajner radi u Illustratoru, a tiskare koriste Corel Draw kao primarni program. Promjene se boje, sjene, rubovi itd.

Corel Draw je pušten u javnost 1989., a posljednja verzija je izašla 2020. te su u najavi verzije za 2021. Primarno je dizajniran za Windows operacijski sustav, no s 2019.-om se to promijenilo.

Može se skinuti on-line, a postoji i besplatna probna verzija koja traje mjesec dana. [5]



*6 Slika 2.6 Corel Draw*

### 3. Izrada slikovnica

#### 3.1. Izrada skica

##### 3.1.1. Izrada skice naslovnice

Treće poglavlje ovog završnog rada prikazuje slikovnice, te osnovne korake izrade istih. U nastavku su prikazane skice kojih ću se nastojati držati u izradi svih 5 slikovnica.



7 Slika 3.1. Skica rasporeda naslovnice

Na ovom prikazu vidimo ideju prikaza likova na naslovnici. Sve tri životinje postoje i u stvarnom životu, pa su korištene njihove stvarne karakteristike.

# ROMINE PUSTOLOVINE

## RODENDANSKA PROSLAVA



 Šinterice  
dobra srca

8 Slika 3.2. Prikaz finalne naslovnice

Korištenjem glavne skice, izrađena je univerzalna naslovnica koja će se ponavljati u svim nastavcima, s promjenom pozadinske boje, ovisno o temi nastavka.

### 3.1.2. Izrada skice posljednje stranice

Posljednja stranica svake slikovnice ima interaktivni dio koji djeca mogu ispuniti nakon što završe s čitanjem slikovnice. Radi se o kreativno – edukacijskim pitalicama ili zadacima npr. „Nacrtaj svoju životinju!“ ili „Gdje vozimo životinju kada je bolesna?“ itd.



9 Slika 3.3. Skica posljednje stranice



10 Slika 3.4. Prikaz posljednje stranice drugog nastavka

## **3.2. Oblik i tipografija**

Tipografija je umjetnost i tehnika slaganja slova i znakova. Svuda je oko nas. Pogledajte samo na stranu, vidite novine, plakate, uređaje i slično. Sve nabrojano u sebi ima tipografiju, poruku koju iščitavamo. [6]

Odabran font za ovu slikovnicu je Palatino Linetype zbog svoje razigranosti i lake čitljivosti. Prilagođen ciljanom uzrastu, a opet serifima daje dozu ozbiljnosti i elegancije za odrasle.

### **3.2.1. Što su serifi?**

Maleni ukrasni potezi, zadebljanja, na rubovima slovnih znakova. Potječu od rimske kapitale. Zbog mekoće olova, gotovo sva pisma od 15. do 20. stoljeća imala su serife, dodatna proširenja na krajnjim dijelovima slova, kako bi slovo izdržalo više otisaka. Slova mehaničkih pisaaćih strojeva izrađena su od čelika uz dodatak serifa kako bi se manje izrezala indigo traka. Kod nekih fontova (renesansna antikva) serifi pospješuju čitljivost jer se u podnožju slova stvara “optička linija” slovnog retka.

### **3.2.2. Kako dijelimo fontove?**

Pod temeljne oblike spadaju Renesansna, Prelazna i Klasicistička antikva, a u individualne oblike Umjetnička i Novinska antikva, te Polugrotesk. Tehnički oblici su Grotesk, Egyptienne i Italienne. Osnovna klasifikacija pisma se dijeli na posebne oblike i rukopisne (podebljani, izmjenični i jednolični potez, te potez kistom). U profilne oblike spadaju obrisna, osjenčana, šrafirana i ukrašena pisma. Nikako ne smijemo zaboraviti Pi fontove.

# Palatino Linetype

A B C Ç D E Æ F G Ğ H X I Ï J K  
Q L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z

a b c ç d e æ f g ğ h x i ï j k  
q l m n o ö p r s ş t u ü v y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

11 Slika 3.5. Font „Palatino Linetype“

Tekst slikovnice ima svoj tok, uglavnom je smješten na gornjoj polovici, u kombinaciji s ilustracijama. Ideja je da dijete sjedi majci u krilu i gleda ilustracije na dnu dok majka čita test na vrhu.

Nikako ne smijemo izostaviti da je izbor tipografije u slikovnicama je jako važan segment. Djeci je teže čitati neka pisma zato što imaju sporiju percepciju i uže vidno polje nego odrasli. Kako bi odabrali adekvatne slovne znakove, važno je poznavati vizualnu dječju percepciju. Djeca svake dobi lakše čitaju „topla, prijateljski nastrojena“ i jednostavna slova, pa im se tako i koncentracija ne smanjuje, već više vole provoditi vrijeme sa slikovnicama u rukama. Slova zaobljenih linija i zatvorenih oblika lakša su im za čitanje nego uglata i nepravilna. Zato smo za font naslovnice izabrali nešto neozbiljnija slova.

### 3.2.3. Oblik tipografije na naslovnici slikovnice

Font s naslovnice mora biti razigran, uočljiv djeci. Zato je odabran font Playbill. Zanimljiv, hrabar, podsjeća na kauboje, likove iz filmova, a njih djeca vole.



12 Slika 3.6. Playbill font

*„Sredinom devetnaestog stoljeća pojavila se alternativa slaganju teksta metalnim pločicama. Umjesto metalnih, počele su se koristiti drvene pločice koje su bile jeftinije i davale su veće mogućnosti za obradu što je rezultiralo priljevom novih fontova počevši od sans serifnih preko plošnih serifnih pa sve do ukrasnih fontova koji su se u velikom broju koristili kod dizajna plakata svih vrsta.“ [7]*



### 3.3. Boje

Boja jako utječe na osjećaje koje logotip izaziva, zato što ljudi određene boje povezuju s određenim osjećajima. Te emocije mogu privući djecu da zavole samu slikovnicu i pomoći im da lakše zapamti priču i pouku koja stoji iza iste. Prije nego što smo odabrale boje slikovnica, razmišljale smo o ilustracijama koje će biti povezane s tekstom, te kako će odgovarati kao pozadina.[8]

Svaka boja ima svoje značenje i svoj osjećaj koji izaziva. Svatko od nas ima jednu boju koja mu je najdraža, a najčešće su to plava i crvena, koja je ujedno i najomraženija. Opet, postoje teorije o nekim bojama, kao što je na primjer da zelena boja odmara oči, smiruje itd. [9]



13 Slika 3.7. Boje poredane po objašnjenju

Crvena boja označava dramu i strast, nešto jako, impulzivno. Istovremeno ju povezujemo s ljutnjom i ljubavlju, što su dvije totalne suprotnosti. Crvenu koristimo kad želimo ubrzati pulseve i izazvati akciju ili reakciju.

Narančasta je boja hrabrosti, bliska crvenoj, a opet različita. To je boja ekstroverata, sreće i radosti, motivacije kod mladih osoba.

Žuta je boja optimizma, povezuju ju s lijevom stranom mozga, koja je zadužena za razmišljanje i brze odluke. Neki kažu da je to boja ljubomore, a drugi je povezuju s uspjehom.

Roza je boja osjećaja i osjećajnosti, feminizirana, nježna. Razvija osjećaj ranjivosti i mira.

Plava je boja povjerenja. Ima je i u moru i na nebu, potiče smirenost i prenosi vedrinu. U poslovnom svijetu je vrlo bitna jer ju smatraju simbolom odanosti, integriteta i odgovornosti.

Zelena je boja prirode. Simbolizira rast, sklad, svježinu i plodnost. Tamnozeleno se također često povezuje s novcem. Nejasna, tamnozeleno boja obično se povezuje s novcem, financijskim svijetom, bankarstvom i Wall Streetom.

Ljubičasta kombinira stabilnost plave i energiju crvene. Prenosi bogatstvo i rasipnost. Povezana s mudrošću, dostojanstvom, neovisnošću, kreativnošću, misterijom i magijom.[10]

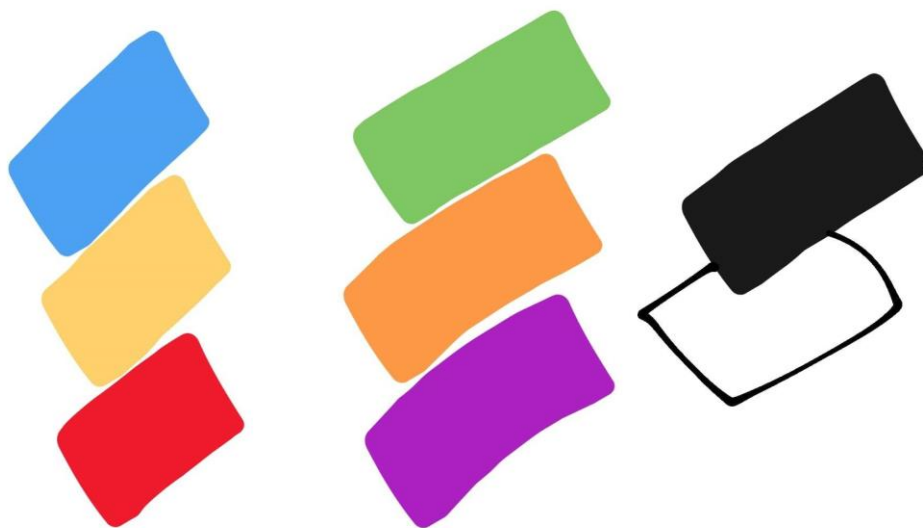
### 3.3.1. Podjele boje

Primarne boje su: plava, žuta i crvena

Sekundarne boje su: zelena, narančasta i ljubičasta

Akromatske boje su: crna i bijela

Komplementarne boje su: plava i narančasta, žuta i ljubičasta, te zelena i crvena



14 Slika 3.8. Primarne, sekundarne i akromatske boje

### 3.3.2. Nijanse i tonovi

Mogu se stvarati različite nijanse i tonovi, dodavanjem crne, sive i bijele boje osnovnoj nijansi.

Shade - sjena se stvara dodavanjem crne boje u osnovnu nijansu, potamnjenjem boje. To stvara dublju, bogatiju boju. Nijanse mogu biti prilično dramatične i nadmoćne.

Tint - nijansa se stvara dodavanjem bijele boje osnovnoj nijansi, osvjetljavanjem boje. To boju može učiniti manje intenzivnom i korisno je kada se uravnoteže živopisnije kombinacije boja.

Tones - ton se stvara kombiniranjem crne i bijele - ili sive - s osnovnom nijansom. Poput nijansi, i tonovi su suptilnije verzije izvorne boje. Rijetko će tonovi izgledati pastelno i mogu otkriti složenost koja nije očita u osnovnoj boji.[11]

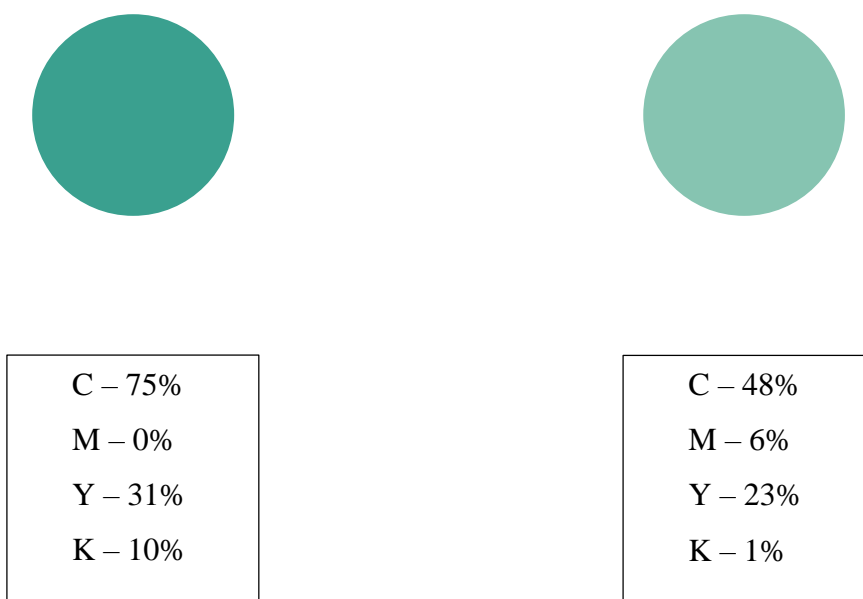


15 Slika 3.9. Nijanse boje

Odlučile smo se na različite boje (zbog privlačenja pozornosti kod djece), ali u mirnijim nijansama (udruga koristi prvenstveno crnu i tamnije crvenu, pa jarke boje nisu dolazile u obzir).

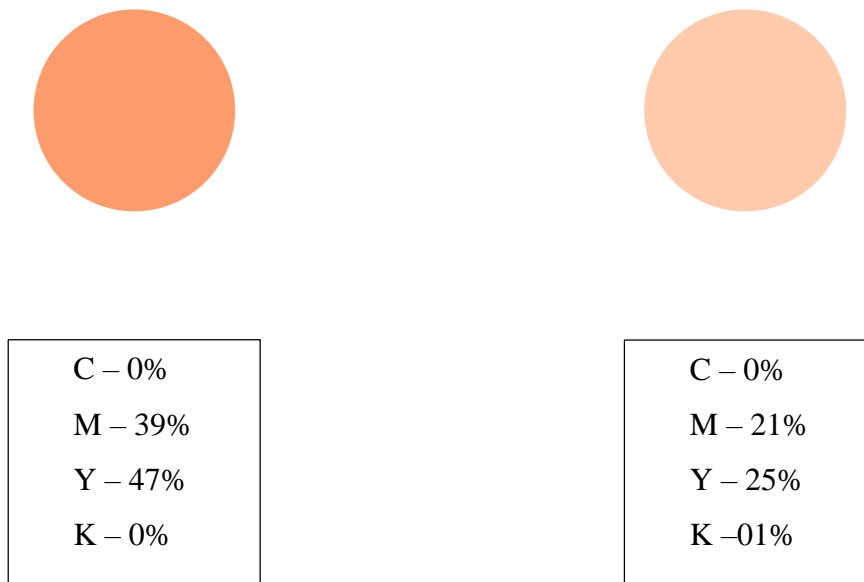
Koristit će se 2 varijante boje, unutarnja i vanjska, radi lakšeg čitanja crnog teksta na svjetlijoj podlozi.

### 1. Nastavak (Potraga za hobotnicom)



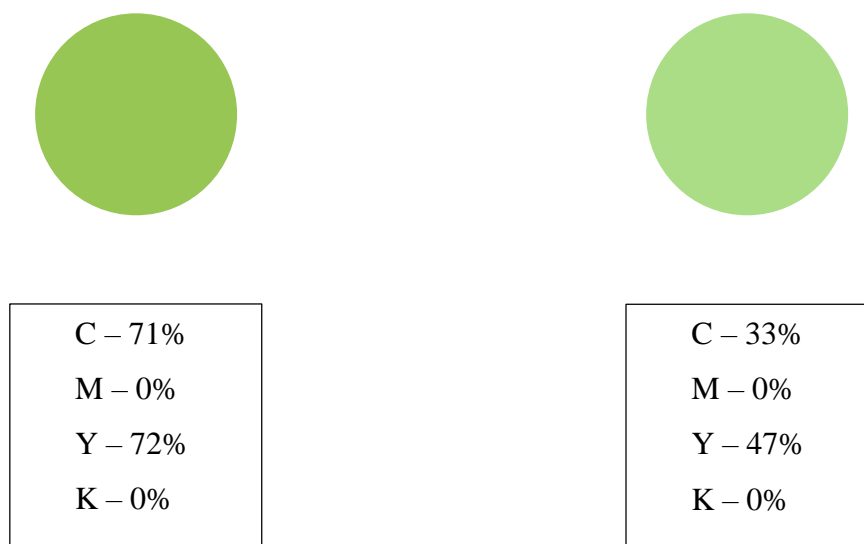
16 Slika 3.10. Prikaz boja prvog nastavka

## 2. Nastavak (Odlazak veterinaru)



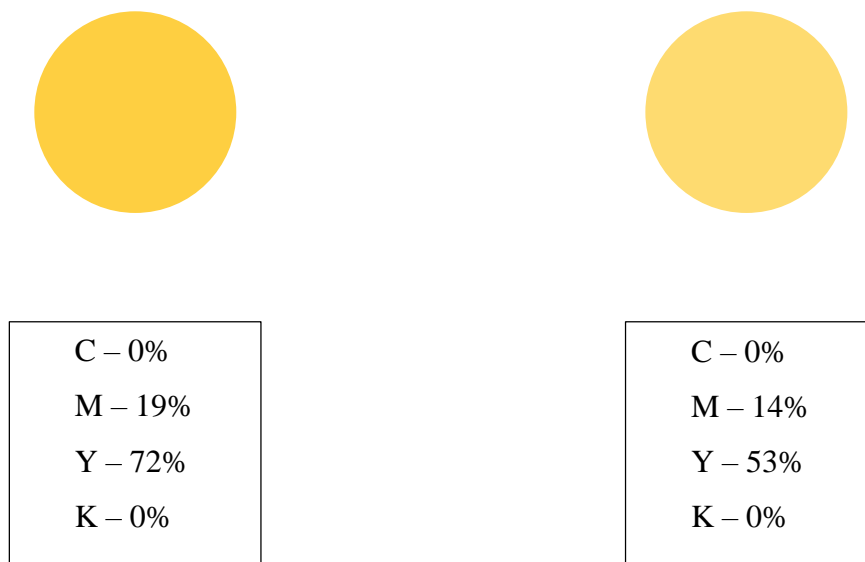
17 Slika 3.11. Prikaz boja drugog nastavka

## 3. Nastavak (Piknik)



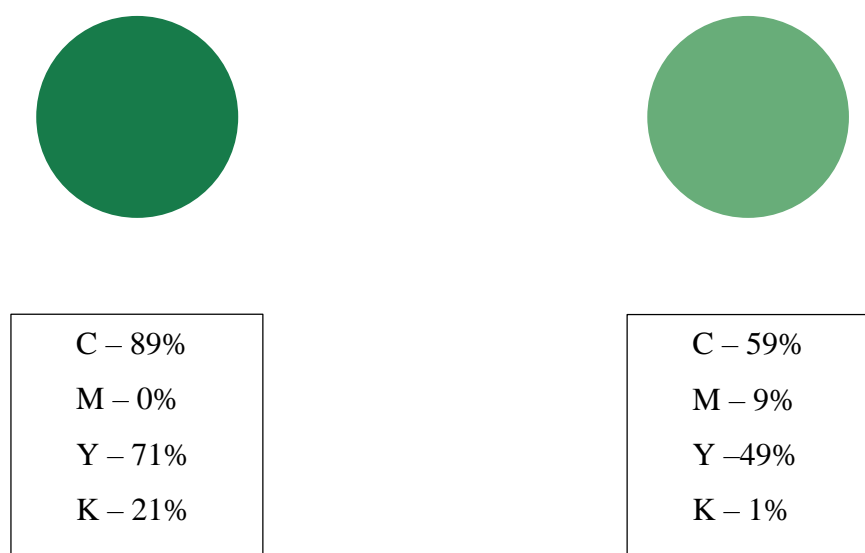
18 Slika 3.12. Prikaz boja trećeg nastavka

#### 4. Nastavak (Krađa)



19 Slika 3.13. Prikaz boja četvrtog nastavka

#### 5. Nastavak (Rođendanska proslava)



20 Slika 3.14. Prikaz boja petog nastavka

### 3.4. Likovi

Postoji više vrsta likova u knjigama za djecu. Svaki od njih ima svoju ulogu, priču i pouku na kraju.

#### Mudrac

Heroji bi bili izgubljeni bez mudrog savjetnika koji bi ih vodio. Zbog toga se Albus Dumbledore, Merlin i Gandalf svrstavaju među moje najdraže likove u dječjoj književnosti.

#### Pametan

Ima mudrosti, ali tu je i pamet. Brzim djelovanjem mogu riješiti misterij, pronaći odgovor na zagonetku i spasiti dan dok se svi ostali još uvijek češu po glavi.

#### Nestašan

Zatim su likovi koji odbijaju slijediti pravila i obično su samo korak ispred zakona, roditelja ili ravnatelja. Oni su najzahtjevniji i najproblematičniji. Peter Pan, Blizanci Weasley i Mačak u čizmama su dobri primjeri. Bez njih bi stvari postale dosadne i jednolične.

#### Zabavan

Oni su tu da jednostavno budu zabavni. Ne misle izazivati nestašluke, oni samo žele uživati u životu. Pipi Duga Čarapa odličan je primjer zabavnog lika.

#### Loš, zao

Svaka priča treba velikog negativca, a dječja je književnost ispunjena odvratnim nitkovima. Lord Voldemort, Cruella de Vil i grof Olaf, ostaju u sjećanju.

#### Hrabri

Za svakog negativca postoji netko tko se bori s nepremostivim vjerojatnostima da stvari popravi. Harry Potter i ti jadni Hobiti, Bilbo i Frodo Baggins.[13]

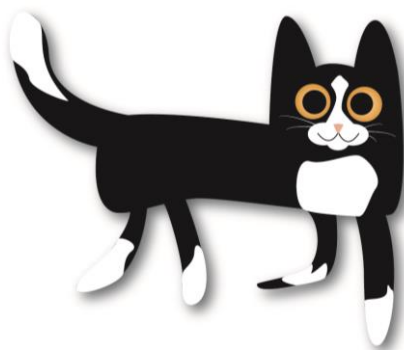
Imamo nekoliko glavnih likova i nekoliko sporednih. Glavni likovi su stvarne životinje, tako da su rađeni po fotografijama, a sporedni služe da se razvija dječja mašta (čudovišta, igračke, itd.).

Glavni likovi se ponavljaju, tako da svaki od njih ima svoje karakteristike:

Mačak Roma: ima 3 noge, identične mrlje na glavi, prepoznatljiv uvinuti rep



21 Slika 3.15. Fotografija mačka Rome u stvarnom životu



22 Slika 3.16. Skica mačka u slikovnici



23 Slika 3.17. Mačak Roma (glavni lik)



Pas Mašenka: boje, prepoznatljive uši, veličina



24 Slika 3.18. Fotografija psa Mašenke u stvarnom životu



25 Slika 3.19. Skica psa Mašenke u slikovnici



26 Slika 3.20. Pas Mašenka

Pas Tila: crveni ham oko tijela, sitnija



27 Slika 3.21. Fotografija psa Tile u stvarnom životu



28 Slika 3.22. Skica psa Tile u slikovnici



29 Slika 3.23. Pas Tila

## 4. Slikovnica

Slikovnice prenose priče koje djecu oduševljavaju i privlače vizualno, usmeno i tekstualno. Koriste ilustracije, sa tekstom ili bez njega. Sadrže najmanje 3 elementa: riječi, slike i ono što se prenosi iz kombinacije oba - integracija verbalne i vizualne umjetnosti.

U slikovnici samo tekst neće nositi priču - autor i ilustrator zajedno dijele odgovornost knjige da 'proradi'. Autorica i ilustratorica Barbara Cooney kaže da je slikovnica poput ogrlice s ilustracijama draguljima, a tekst žica koja ih sve drži na okupu.

Slikovnice se dijele s obzirom na oblik, strukturu izlaganja, sadržaj, likovnu tehniku i sudjelovanje recipijenta. Slikovnice po obliku su leporello, pop-up, nepoderive, slikovnica igračka te multimedijaska slikovnica koja uključuje sliku, tekst i zvuk. U svijetu je sve češća i elektronička slikovnica. S obzirom da njezina izrada, uz likovnu i tekstualnu komponentu, uključuje i primjenu novih tehnologija, a ta činjenica ujedno podrazumijeva i njihovu primjenu pri korištenju slikovnice, kao takva postaje predmetom posebnih istraživanja. U Hrvatskoj su se elektroničke slikovnice tek počele pojavljivati.

Slikovnica je od samih svojih početaka nastajala s određenom svrhom i ciljevima. Nastala je također iz različitih motiva čiji se spektar s vremenom mijenjao i proširivao.

*„Svrha je slikovnice pomoći djetetu otkriti svijet i medij pisane riječi; razvija spoznajni svijet djeteta; izaziva emocije; razvija govor i bogati fond riječi; zadovoljava potrebu za novim. Pokazuje odnose u ljudskoj okolini, pomaže sposobnosti pamćenja i zapamćivanja logičkih odnosa. Predočuje pojave koje dijete ne susreće, tehnička dostignuća, prometna sredstva. Navikava na uporabu knjige, razvija potrebu za njom, pruža djeci da vide očima umjetnika. To je iznimno važno jer je pristup slikovnicama, zapravo, mala pokretna izložba koja je dostupna i najmanjoj djeci“. [13]*

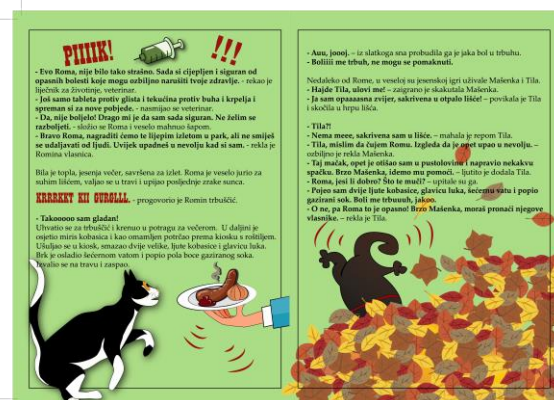
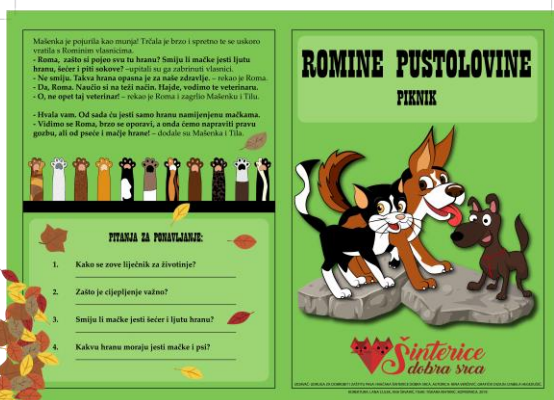
# 4.1. Krajnji rezultat



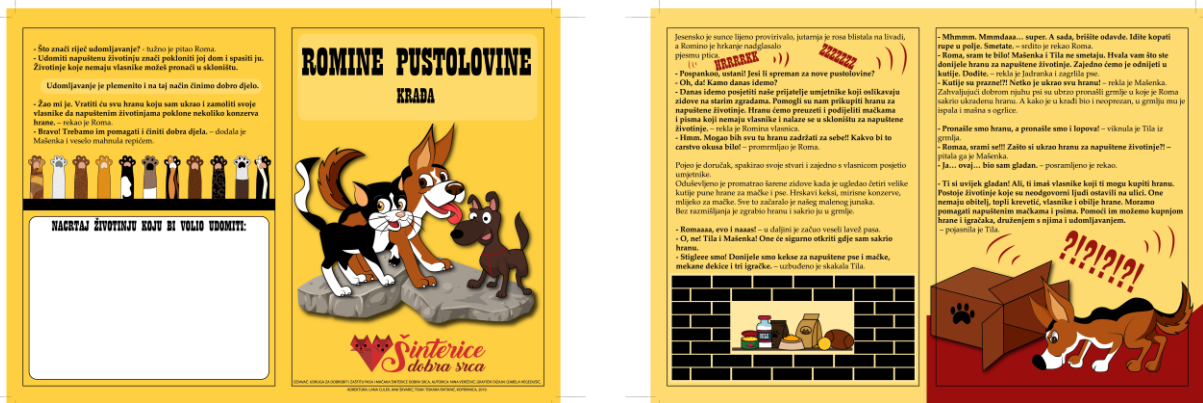
30 Slika 3.24. Prikaz prvog nastavka slikovnice



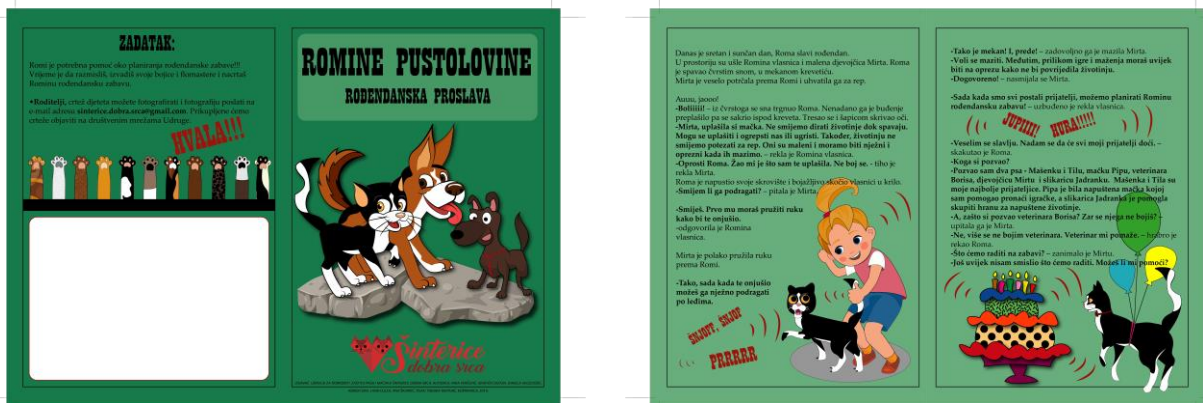
31 Slika 3.25. Prikaz drugog nastavka slikovnice



32 Slika 3.26. Prikaz trećeg nastavka slikovnice



33 Slika 3.27. Prikaz četvrtog nastavka slikovnice



34 Slika 3.28. Prikaz petog nastavka slikovnice

## 4. Zaključak

Adobe Illustrator vodeći je program za dizajn ilustracija koji se zbog elegantnog sučelja i široke ponude alata svidio mnogim dizajnerima i ljudima u struci. Izrada slikovnice vrlo je složen proces koji se ne odvija samo u Illustratoru, već na papiru i u glavi.

U prvom dijelu rada obradila sam sav teorijski dio objasnivši proces stvaranja ideje o slikovnici na sastanku s članicama Udruge Šinterice dobra srca, navela sam razloge stvaranja slikovnice i obrazložila namjenu iste. Objasnila sam program u kojem sam radila, te njegovu najveću konkurenciju, Corel Draw.

U drugom djelu rada spojila sam teoriju i praksu, te prikazala rađanje likova, smještanje istih na naslovnicu koja je veoma bitna. Prednja stranica prvi je od fizičkih dijelova knjige. Ima jednu svrhu: prodati knjigu pravim čitateljima, koji su u ovom slučaju djeca. Bitni elementi naslovnice uključuju naslov i glavnu ilustraciju.

Danas je sve lako dostupno, sadržaji su brzo-konzumirajući i zato je vrlo važno biti primijećen. Naravno, uz vizualni identitet vrlo važnu ulogu ima i marketing, koje je jedna od vodećih grana poslovne ekonomije, te je najviše profitabilno perspektivan.

Razvoj ilustracija samo je jedan od procesa obuhvaćenih u ovom završnom radu, te je puno bitnije da djeca shvate poantu slikovnica i želje nas koji smo na njima radili.

U Varaždinu, 28.9.2020.

*Hegedušić*



**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, Izabela Hegedušić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog rada pod naslovom Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Izabela Hegedušić

(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, Izabela Hegedušić (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog rada pod naslovom Izrada edukativno - interaktivnih slikovnica za Udrugu Šinterice dobra srca (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

Izabela Hegedušić

(vlastoručni potpis)

## 5. Literatura

[1] Ciljana publika

<https://blog.hubspot.com/marketing/target-audience>

Pristupano: 16.9.2020.

[2] Understanding folding: 6 layout options

<https://www.pureprint.co.nz/news/6-folding-options-brochures-pamphlets>

Pristupano: 31.8.2020.

[3] Adobe Illustrator, Wikipedia

[https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Illustrator](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator)

Pristupano: 31.8.2020.

[4] Tomiša, M., Milković, M. (2013.): „Grafički dizajn i komunikacija“. Veleučilište u Varaždinu, Varaždin

[5] CorelDRAW

<https://www.computerhope.com/jargon/c/coreldraw.htm>

Pristupano: 31.8.2020.

[6] Tipografija

<https://blog.hubspot.com/marketing/typography-terms-introduction>

Pristupano: 8.9.2020.

[7] Gomez-Palacio, B., Vit, A. (2009.): „Graphic design, referenced“. Rockport Publishers, Beverly, Massachusetts

[8] Boja

<https://www.websiteplanet.com/blog/color-matters-reasons-color-choose-logo-important/>

Pristupano: 13.9.2020.



[9] Što boje poručuju?

<https://lspr.hr/sto-boje-porucuju/>

Pristupano: 14.9.2020.

[10] Color meaning and psychology

<https://graf1x.com/color-psychology-emotion-meaning-poster/>

Pristupano: 14.9.2020.

[11] Color guide in design

<https://shutr.bz/3bZC9ey>

Pristupano: 15.9.2020.

[12] Best characters in children's literature

<https://www.readbrihtly.com/the-best-characters-in-childrens-literature/>

Pristupano: 15.9.2020.

[13] Zalar, D., Kovač-Prugovečki i Zalar, Z. (2009.): „Slikovnica i dijete: kritička i metodička bilježnica“ . Golden marketing-tehnička knjiga, Zagreb.

## 6. Popis slika

1 Slika 2.1. Prikaz formata slikovnice .....	4
2 Slika 2.2. Načini preklapanja papira.....	4
3 Slika 2.3. Prikaz sučelja Illustratora .....	5
4 Slika 2.4. Razlika između vektora i rastera .....	6
5 Slika 2.5 Adobe Illustrator logotip .....	6
6 Slika 2.6 Corel Draw .....	7
7 Slika 3.1. Skica rasporeda naslovnice .....	8
8 Slika 3.2. Prikaz finalne naslovnice.....	9
9 Slika 3.3. Skica posljednje stranice .....	10
10 Slika 3.4. Prikaz posljednje stranice drugog nastavka.....	10
11 Slika 3.5. Font „Palatino Linetype“ .....	12
12 Slika 3.6. Playbill font .....	13
13 Slika 3.7. Boje poredane po objašnjenju .....	14
14 Slika 3.8. Primarne, sekundarne i akromatske boje.....	15
15 Slika 3.9. Nijanse boje .....	16
16 Slika 3.10. Prikaz boja prvog nastavka.....	17
17 Slika 3.11. Prikaz boja drugog nastavka.....	18
18 Slika 3.12. Prikaz boja trećeg nastavka .....	18
19 Slika 3.13. Prikaz boja četvrtog nastavka.....	19
20 Slika 3.14. Prikaz boja petog nastavka .....	19
21 Slika 3.15. Fotografija mačka Rome u stvarnom životu .....	21
22 Slika 3.16. Skica mačka u slikovnici .....	21
23 Slika 3.17. Mačak Roma (glavni lik).....	21
24 Slika 3.18. Fotografija psa Mašenke u stvarnom životu.....	22
25 Slika 3.19. Skica psa Mašenke u slikovnici.....	22
26 Slika 3.20. Pas Mašenka .....	22
27 Slika 3.21. Fotografija psa Tile u stvarnom životu.....	23
28 Slika 3.22. Skica psa Tile u slikovnici.....	23
29 Slika 3.23. Pas Tila .....	23
30 Slika 3.24. Prikaz prvog nastavka slikovnice .....	25
31 Slika 3.25. Prikaz drugog nastavka slikovnice .....	25
32 Slika 3.26. Prikaz trećeg nastavka slikovnice.....	25

33 Slika 3.27. Prikaz četvrtog nastavka slikovnice .....	26
34 Slika 3.28. Prikaz petog nastavka slikovnice .....	26