

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**GRAFIČKI FAKULTET**

**ELLA VALENTIĆ**

**IDEJNO RJEŠENJE BROŠURE S  
RECEPTIMA ZDRAVE HRANE  
NAMIJENJENIH STUDENTIMA**

**DIPLOMSKI RAD**

**Zagreb, 2017.**



Sveučilište u Zagrebu  
Grafički fakultet

ELLA VALENTIĆ

**IDEJNO RJEŠENJE BROŠURE S  
RECEPTIMA ZDRAVE HRANE  
NAMIJENJENIH STUDENTIMA**

DIPLOMSKI RAD

**Mentor:**  
Prof. dr. sc. Ivana Bolanča Mirković

**Student:**  
Ella Valentić

Zagreb, 2017.

## **SAŽETAK**

U današnje vrijeme zdrav način života dobiva na sve većoj važnosti. Sam životni stil je usko povezan s onime što unosimo u svoj organizam, s našim načinom prehrane. U ovom radu prolazi se kroz glavne postavke koje su potrebne za kreiranje željenog grafičkog proizvoda, a to je u ovom slučaju brošura, na ekološko održivi način. Brošura sadržava nekoliko jednostavnih recepata kojima je svrha pomoći ciljanoj skupini, odnosno studentima, da nauče pripremati jednostavnu i zdravu hranu. U radu se istraživanjem na određenom uzorku, pomoću online ankete, proučavaju koja su vizualna i estetska načela najuspješnija kod spomenute skupine. Kako bi se njihova pažnja privukla bitno je da je vizualni sadržaj brošure jasan, što se odnosi na odabir fotografija, boja te elemenata koji definiraju cjelokupan izgled, odnosno dizajn. Na temelju dobivenih rezultata istraživanja i analize podataka, dobivene su smjernice za oblikovanje izgleda i rasporeda vizualnih elemenata brošure. One se prilagođavaju studentima koji žele kuhati te naučiti više o zdravom načinu prehrane. Osnovna namjena brošure te samog rada je vizualna prezentacija recepata kako bi se naglasio tekstualni sadržaj koji potiče ciljanu skupinu na poboljšanje kvalitete života uvažavajući postavke održivog dizajna.

**Ključne riječi:** brošura, održivi dizajn

## **ABSTRACT**

These days, a healthy lifestyle is gaining on importance. Our very lifestyles are closely connected with the substance that enters our organisms via nutrition. In this work, the main settings which are needed to create the desired graphic product are laid out. In this case, it is a brochure based on the principles of sustained development. The brochure contains a couple of simple recipes whose goal is to help the target group (students) learn how to prepare simple and healthy meals. This paper examines which visual and aesthetic principles are the most effective ones, using the method of an online survey on the aforementioned target group. In order to draw their attention, it is important that the visual content is clear, which relates to the choice of photos, color and elements which define the overall appearance – the design. Based on the results of the survey and data analysis, the guidelines for shaping and order of visual elements of the brochure were obtained. The guidelines are adapted for students who want to cook and learn more about healthy nutrition. The fundamental purpose of the brochure and the work itself is a visual presentation of the recipes in order to highlight the textual content which encourages the target group to improve the quality of their lives, keeping in mind the basis of sustained design.

**Key words:** brochure, sustainable design

## SADRŽAJ:

1. UVOD	
1.1. Uvod u temu .....	1
1.2. Cilj i zadaci diplomskog rada.....	3
2. TEORIJSKI DIO	
2.1. Elementi dizajna .....	4
2.2. Načela dizajna.....	10
2.3. Postavke održivog dizajna .....	14
2.4. Slični projekti .....	16
3. EKSPERIMENTALNI DIO	
3.1. Pristup problematici .....	19
3.1.1. Definiranje ciljne skupine.....	19
3.1.2. Hipoteze.....	20
3.2. Metodologija .....	21
3.2.1. Plan istraživanja .....	21
3.2.2. Rezultati istraživanja .....	25
3.2.3. Diskusija rezultata .....	29
4. IDEJNO RJEŠENJE GRAFIČKOG MEDIJA	
4.1. Ideja i izvedba projekta .....	31
4.2. Format, margine mreža .....	32
4.3. Tipografija.....	34
4.4. Slikovni elementi.....	37
4.5. Kompozicijski elementi.....	41
4.6. Finalni izgled grafičkog medija .....	44
5. ZAKLJUČAK .....	46
6. LITERATURA.....	47

# 1. UVOD

## 1.1. Uvod u temu

Brošura je informativna višestrana knjižica koja se sastoji od listova koji se mogu savijati te otvarati. Obično se izrađuje u promotivne prezentacijske svrhe kako bi predstavila pojedinu temu, problematiku, organizaciju ili proizvode. Razlikujemo više tipova brošura. Najosnovnija podijela je po formatu, sadržaju i načinu distribucije. [1]

Prema formatu i načinu savijanja stranica razlikujemo letak, bi-fold, tri-fold te višestrani bi-fold, odnosno booklet. **Bi-fold** brošure su A4 formata te se presavijaju jednom. Najčešće linija preklapanja leži okomito na dulju stranu lista. Ovakav način preklapanja formira četiri strane jednog lista papira: prednji i stražnji dio naslovnice te dvije unutarnje stranice (slika 1.).



Slika 1. Primjer bi-folda

**Tri-fold** brošure spadaju po najčešći oblik brošura te se kod njih jedan list papira presavija dva puta (slika 2.). Gledajući brošuru iznutra, najprije se preklapa desna stranica prema unutra, a zatim lijeva tako da sjeda na desnu stranicu.



Slika 2. Primjer tri-folda

**Booklet** je, tehnički gledano, skup više bi-fold listova koji su uvezani zajedno i čine jednu knjižicu (slika 3.). Listovi se obično slažu jedan na drugi te se međusobno klamaju. Slaganjem dva bi-fold lista dobivamo knjižicu od osam listova, odnosno svaki novi bi-fold dodaje četiri stranice sadržaja. Booklete koji sadrže više stranica uvezujemo spiralno ili lijepimo kako bi stranice lijepo padale. Da bi veza između slijepljenih materijala bila čvrsta, lijepila trebaju posjedovati dobru adheziju prema materijalima koje sljepljuju i dobru koheziju između čestica samog lijepila. [2] [3]



Slika 3. Primjer bookleta

## 1.2. Ciljevi diplomskog rada

Kroz diplomski rad voljela bih izraditi informativnu brošuru koja će prateći postavke održivog dizajna podići svijest o zdravoj prehrani kod ciljane skupine. Kako bi se to uspješno izvelo, potrebno je napraviti istraživanje kojim će se pojedini elementi dizajna smisleno uskladiti ciljanoj skupini. U ovom slučaju radi se o studentima koji žele poboljšati vlastitu prehranu. Problematika navedena u radu će se kroz istraživanje rekonstruirati u smislenu cjelinu. Ono što se želi postići dizajnom je trajno rješenje problematike nezdrave prehrane u studentskoj dobi.

Zatim se analizira proces izrade brošure, koji bi trebao pratiti održivost te poštovati ekološki aspekt izrade grafičkog proizvoda. Proučavaju se elementi dizajna, univerzalna načela dizajna, gestalt filozofija te se kroz slične projekte utvrđuje najprikladnija izvedba završnog projekta. Dizajn brošure trebao bi sadržavati elemente praktičnosti, inventivnosti, ekološke osvještenosti te održivosti. Brošura se izvodi u fizičkom izdanju, gdje se obraća pozornost na upotrebu ekološki najprikladnijem načinu izrade. U obzir se uzima vrsta papira, boje koje se koriste kod otiskivanja, način uveza brošure te mogućnost recikliranja iste. Analizira se važnost održivog dizajna te njegova primjena u procesima proizvodnje i dizajna. Brošura je također dostupna u digitalnom obliku, što zbog lakše dostupnosti, što zbog ekoloških razloga. Samom izradom brošure cilj je utjecati na kvalitetu prehrane ciljane skupine, podizanje svijesti o procesima izrade brošure, te implementacija različitih komponenti grafičkog dizajna i industrije.



## 2. TEORIJSKI DIO

### 2.1. Elementi dizajna

Elementi dizajna su komponente dizajna koje čine smislenu i uravnoteženu cjelinu. Kako bi lakše percipirali logiku kompozicije, potrebno je proučiti same elemente kao takve. Jedan od najosnovnijih vizualnih elemenata je sama linija. **Linija** je definirana kao skup točaka u ravnini, gusto poredanih jedna uz drugu. Funkcije linije su neograničene. Linija može ujediniti, organizirati, odvojiti, navoditi te konstruirati druge elemente u dizajnu. Ukoliko liniju koristimo na pravilan način ona može uvelike podići razinu čitkosti dizajna. Na slici 4. je prikazana osnovna funkcija linije, a to je spajati ili odvajate druge elemente u kompoziciji tako stvarajući cjelinu. [4]



*Slika 4. Funkcija linije u kompoziciji*

Po samom karakteru razlikujemo ravnu, dugačku, kratku, debelu, tanku, oštru ili nepravilnu liniju. Ravne linije djeluju hladno i mehanički, dok su nepravilne i zaobljene linije prirodnije i dostupnije. Tanka linija je nježna, deblja komunicira moć. Linija koja je u kompoziciji postavljena horizontalno djeluje smireno, a ona koja je vertikalna ostavlja dojam snage i naglašava visinu. Dijagonalne linije su puno dinamičnije i sugestivnije kako možemo i vidjeti na slici 5. [5]



*Slika 5. Primjer primjene dijagonalnih linija u dizajnu*

U domeni časopisa, brošura te sličnih grafičkih medija, linija igra bitnu ulogu kod organiziranja informacija, odvajanja elemenata, naglašavanja sadržaja te upućivanja fokusa gledanja (slika 6.).



Slika 6. Primjer korištenja linija u časopisu

**Ploha** je također jedan od najosnovnijih elemenata grafičkog dizajna. To je grafička dvodimenzionalna ravnina koja je definirana konturnom linijom, bojom, teksturom ili tipografijom. Sastoji se od visine i širine, ali ne i od dubine. Razlikujemo geometrijske oblike poput kvadrata, pravokutnika ili kruga, organske koji se razvijaju slobodno te nasumične oblike koji imaju element slučajnosti u svojoj formi. Ploha ima granicu koju oko čita kao obris ili konturu; u tom smislu svaka ploha ima više ili manje naglašenu obrisnu liniju. U dizajnu primjena krivolinijskih oblika ostavlja dojam topline i dobrodošlice dok oštrokutni oblik djeluje hladnije i distanciranije (slika 7.). Ploha po karakteru može biti ravna, zaobljena, napeta, izlomljena, nepravilna, slobodna, geometrijska, obojena, svijetla, tamna, obla ili uglata itd. [4] [5] [6]



Slika 7. Primjer organskih i geometrijskih ploha

**Boja** je osjetilni doživljaj koji nastaje kada svjetlost karakterističnog spektra pobudi receptore u mrežnici oka. Boju također pripisujemo površinama objekata, materijalima, svjetlosnim izvorima ovisno o njihovim svojstvima apsorpcije i refleksije. [7] Boja je jedna od najvažnijih, ako ne i najvažnija komponenta percipiranja dizajna kao cjeline. Boja se koristi u dizajnu kako bi privukla pažnju, grupirala pojedine elemente, naglasila estetiku te pridonijela značenju cjeline. Kao primarni vizualni element, boja naglašava emocionalne i psihološke nijanse poruke određenog dizajna. Boja uvelike asistira u stvaranju raspoloženja koje želimo iskomunicirati. [4]

Osnovna podjela boja je na primarne, sekundarne i tercijarne. Primarne boje su crvena, žuta i plava, a njihovim miješanjem dobivamo ostale grupacije boja. Temeljna svojstva boje su njeno zasićenje, ton i svjetlina. Zasićenje je karakteristika koja pokazuje stupanj odstupanja boje od akromatske boje iste svjetline. Zasićene boje su jarke i intenzivne, dok su nezasićene suzdržane i ozbiljnije. Kada je u dizajnu primarni cilj privući pažnju i postići veći stupanj dinamike, koriste se boje potpunog

zasićenja. Manje zasićene svijetle boje se percipiraju kao srdačne i profesionalne, a manje zasićene tamnije boje kao ozbiljne (slika 8.). [4]



Slika 8. Manje zasićene svijetle i tamne boje u dizajnu

Ton je određen valnom duljinom neke boje te opisuje sve boje pomoću crvene, zelene i plave te njihovom kombinacijom. Korištenjem puno čistih tonova zajedno stvara se zabavan i razigran izgled dizajna, kao što je prikazano na slici 9.



Slika 9. Korištenje čistih tonova u dizajnu

Svjetlina je karakteristika koja opisuje sličnost boje s nizom akromatiskih boja od crne preko sivih do bijele. Označava udio crne u nekom tonu boje. Pomoću promjene vrijednosti svjetline unutar kompozicije možemo naglašavati određene elemente i navoditi oko promatrača na neki dio koji je bitan za slanje poruke u dizajnu. Također, pomoću svjetline možemo stvoriti iluziju volumena i prostora. [4]

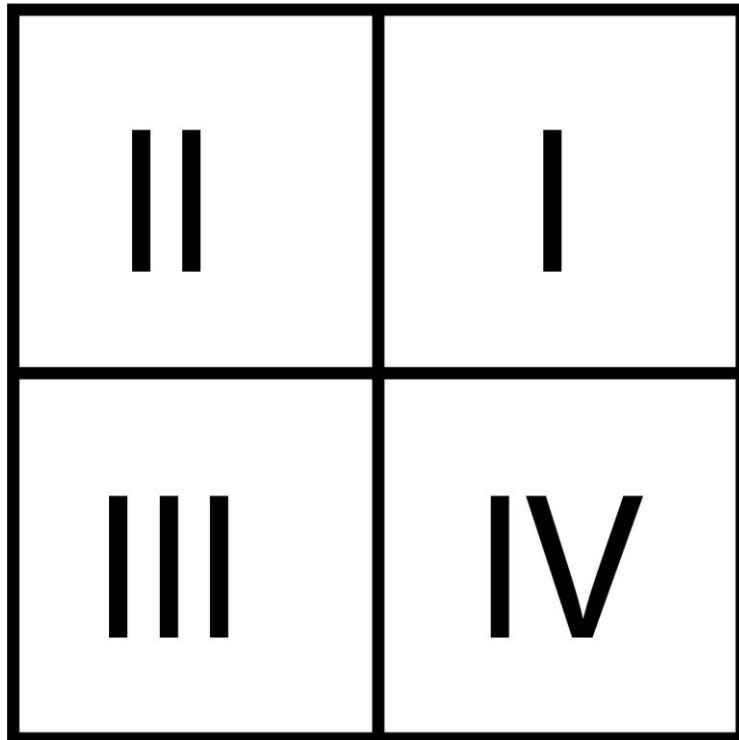
## 2.2. Načela dizajna

Funkcija dizajna kao takvog je da olakša određenu namjenu svojim korisnicima. Jedno od glavnih univerzalnih načela dizajna je pristupačnost. Princip pristupačnosti nalaže da bi dizajn trebao biti upotrebljiv ljudima različitih sposobnosti bez posebne modifikacije, a neke od njegovih karakteristika su perceptivnost, operativnost te jednostavnost. Perceptivnost je postignuta onda kada svi korisnici mogu percipirati dizajn bez obzira na razvijenost čula. Potrebno je uskladiti sve komponente dizajna kako bi kreirali smislenu i razumljivu cjelinu. Operativnost je postignuta onda kada se svi mogu služiti dizajnom bez obzira na fizičke sposobnosti. Jednostavnost je postignuta kada se dizajnom može služiti bez obzira na iskustvo i nivo koncentracije. [8]

Komponiranje u vizualnom izričaju znači oblikovati formu, njene dijelove i strukturu u prostoru formata tako da cjelina dobije značenje u skladu s idejom. Svi elementi kompozicije moraju biti usklađeni bez obzira radilo se o dinamičnom ili statičnom rasporedu. Balansiranje kompozicije podrazumijeva usklađivanje rasporeda prisutnih elemenata i njihovog međuprostora. Kompoziciju gledamo kao cjelinu gdje svaka komponenta doprinosi cjelokupnog dojmu. [9]

Samo oblikovanje kompozicije podrazumijeva stvaranje određene hijerarhije među oblicima. Neki od načina postizanja naglašavanja forme su: 1) Naglašavanje povećanjem forme – gdje veća forma podrazumijeva veću optičku težinu, 2) Dodavanjem mase, 3) Izdvajanjem, 4) Bojama.

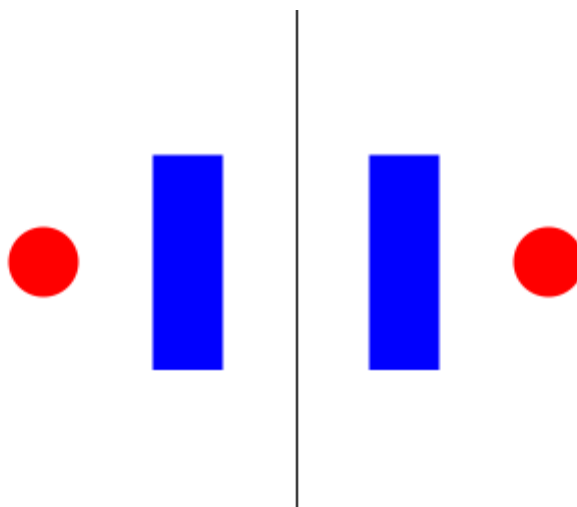
Bitno je napomenuti kako određeni elementi kompozicije imaju različitu vizualnu težinu ovisno o tome kako su postavljeni u mrežu kompozicije. Radi lakše orijentacije prostor formata dijelimo na četiri kvadrata. Na slici 10. Vidimo kako je optički najteži položaj elementa gore desno, a zatim lijevo te dolje. U slučaju da su forme različito raspoređene s obzirom na udaljenost od središta formata, tada je teža ona forma koja je udaljenija od središta točke.



*Slika 10. Prikaz hijerarhije optičke težine unutar formata dizajna*

Kako bi se razumijevanje ravnoteže u kompoziciji lakše primjenilo, ravnotežu u dizajnu možemo podijeliti na četiri tipa.

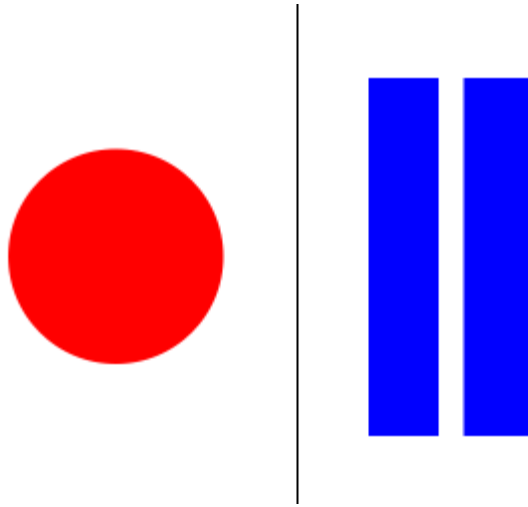
1. Simetrična ravnoteža kompozicije – Ovakav tip vizualnog balansa ostvaren je kada se jednake težine nalaze na jednakim stranama kompozicije uravnotežene oko središta. Takav tip balansa izaziva osjećaj formalnosti i elegancije, no također se može doimati predvidljivim i statičnim (slika 11.).



*Slika 11. Prikaz simetrične ravnoteže kompozicije*

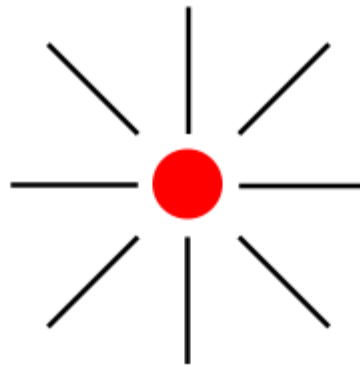


2. Asimetrična ravnoteža kompozicije – Proizlazi iz nejednake vizualne težine na svakoj od strana kompozicije. Jedan vizualno teži element može biti uravnotežen s nekoliko lakših elemenata na drugoj strani (slika 12.).



*Slika 12. Prikaz simetrične ravnoteže kompozicije*

3. Radijalna ravnoteža kompozicije – Nastaje kada se elementi šire iz zajedničkog središta. Tu je fokus na središtu (slika 13.).



*Slika 13. Prikaz radijalne ravnoteže kompozicije*

4. Mozaična ravnoteža kompozicije – Tip vizualnog balansa koji proizlazi iz uravnoteženog kaosa. Manjak vizualne hijerarhije stvara vizualni šum, no moguće je primjeniti ravnotežu uzevši u obzir težinu pojedinih vizualnih elemenata (slika 14.). [9]



*Slika 14. Prikaz mozaične ravnoteže kompozicije*

## **Gestalt načela**

Gestalt psihologija razmatra načine na koje bi ljudi mogli dati smisao velikom broju vidnih podražaja. Bitno je napomenuti kako se u dizajnu bilo koji koncept promatra u cjelini. Prilikom promatranja vizualnih podražaja ili elemenata postoje određene pravilnosti na osnovu kojih ćemo pojedine elemente organizirati u cjelinu, odnosno na koji način ćemo ih vidjeti. Ta „pravila“ stvaranja perceptivne cjeline nazivaju se načelima ili principima perceptivne organizacije. [10] Gestalt načela poput žarišne točke i sličnosti doprinose vizualnoj težini. Načela poput kontinuiranosti i paralelnosti stvaraju vizualni smjer u promatranju cjeline. Pomoću primjene jednostavnih pravila o načinu percepcije promatrača, moguće je formirati kompleksnije forme. Jedan od prvih elemenata koje promatrač spoznaje je obris promatranog objekta. Jednostavan i dobro definirani element će brže komunicirati poruku od onoga koji je detaljniji, no bez jasnih granica. Također, jedna od vrlo bitnih stavki gestalta je simetrija. Ona nam daje osjećaj čvrstoće i reda, koji uvijek nastojimo tražiti. Taj princip nas vodi do toga da želimo prisutnost ravnoteže u vizualnom sustavu, a to se može postići i bez korištenja savršene simetrije.[11]

## **2.3. Postavke održivog dizajna**

Održivi dizajn je sveobuhvatni koncept koji se može shvatiti kao uključivanje inovativnih praksi u procesu razvoja proizvoda, odnosno dizajna pri čemu se pažnja obraća na etiku i društveno – ekonomske dimenzije razvoja pri čemu se maksimalno prate temeljna ekološka načela. Jedno od takvih temeljnih ekoloških načela jest životni ciklus. Jedino promatranjem kompletnog životnog ciklusa određenog proizvoda možemo dobiti njegov cjelovit prikaz iz kojeg se najbolje da vidjeti na koji se način taj proizvod može unaprijediti, te kako se može smanjiti štetan utjecaj tog proizvoda na okoliš. Provode se analize za utvrđivanje metoda redizajniranja proizvoda u višim razvojnim fazama gdje se za cilj postavlja optimizacija korištenih materijala. Najčešće se teški dijelovi nekog proizvoda zamjenjuju lakšima koji su jeftiniji u proizvodnji, dok istovremeno povećavaju kvalitetu i što je najvažnije imaju manji negativan utjecaj na okoliš. [12]

Ekološki osvještano otiskivanje, odnosno „Green printing“ definirano je kao pokret u industriji tiska u kojem se uključuju osvještani principi poput recikliranja, ponovne upotrebe i reduciranja sredstava i materijala koji se koriste u tisku. To uključuje korištenje boje na biljnoj bazi i recikliranog papira. [13]

### **2.3.1 Tiskarske boje na biljnoj bazi**

Boje na biljnoj bazi su manje štetne od boja na bazi nafte. Biljna baza podrazumijeva uljani udio koji se miješa u boju. Neke vrste biljnih baza su napravljene od lana, ricinusa, soje, šafranike. Soja je popularna u industriji zbog svoje stabilnosti te svojstva vlaženja koje omogućuje bolju pigmentaciju. Osim ulja, tiskarska boja sadrži smolu, sušivo i pigmente. [14]

### **2.3.2. Reciklirani papir**

Recikliranje papira podrazumijeva preradu otpadnog papira u novi papirni proizvod. Papirni otpad dolazi iz tri izvora: 1) ostaci nakon rezanja araka papira, općenito ostaci papira iz proizvodnje, 2) otpadni papir koji je odbačen prije korištenja, 3) otpadni papir koji je odbačen nakon korištenja (novine, časopisi). [15] Korištenje recikliranog papira u tisku je ekološki najosvještenija opcija jer se pri izradi koristi manje energije, vode te proizvodi manje emisije ugljika nego kod proizvodnje regularnog papira. Najveća prednost korištenja recikliranog papira je reduciranje količine otpada, a sam

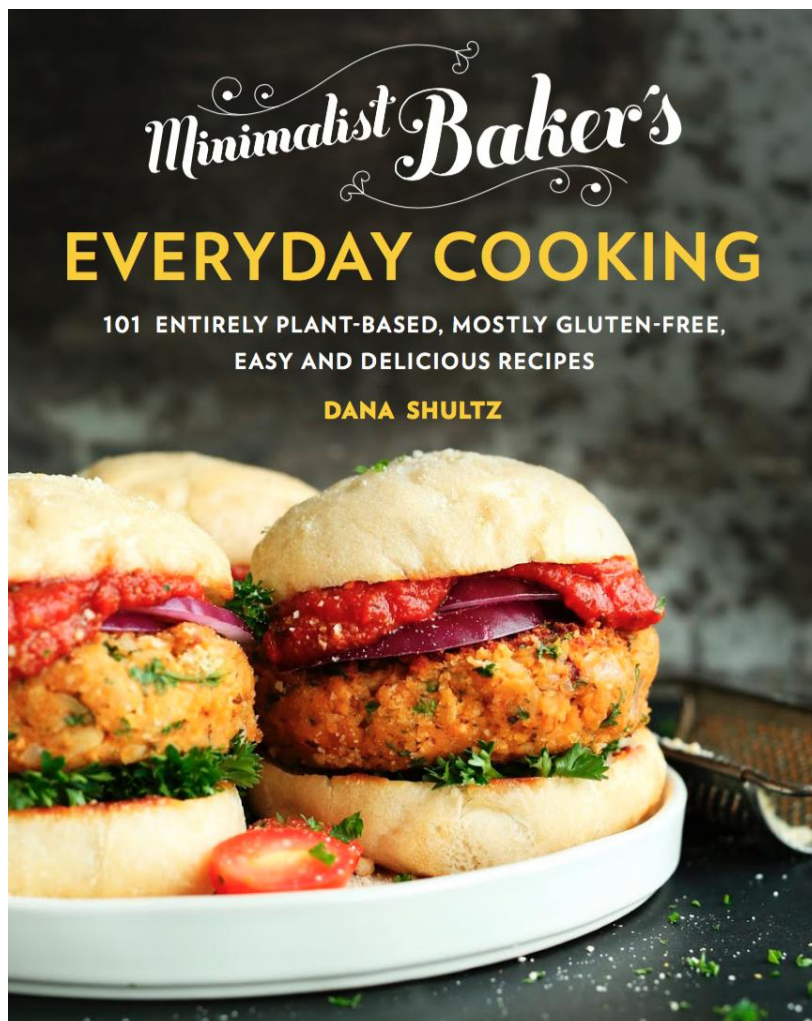
papir se može reciklirati i do pet puta. Kroz godine tehnološkog napredka reciklirani papir ima jednaku bjelinu i isti učinak kod otiskivanja kao i regularni papir. [16]

Eko i održivi dizajn uvelike se oslanjaju na životni ciklus, bez čijeg temeljnog principa ne bi ni mogli djelovati, no ne slažu se svi da je pristup životnog ciklusa univerzalno rješenje. Neki dizajneri smatraju kako bi osmišljena održivost trebala gledati dalje od samog životnog ciklusa proizvoda. Razlog tomu je što je današnji eko i održivi dizajn usmjeren najvećim dijelom na tehnološke aspekte kojima se poboljšavaju proizvodi, a to nije eko dizajn u pravom smislu riječi, već je to eko inženjerstvo odnosno eko tehnologija, što znači da je eko dizajn održiv i bez samog dizajna. [12]

## 2.4. Slični projekti

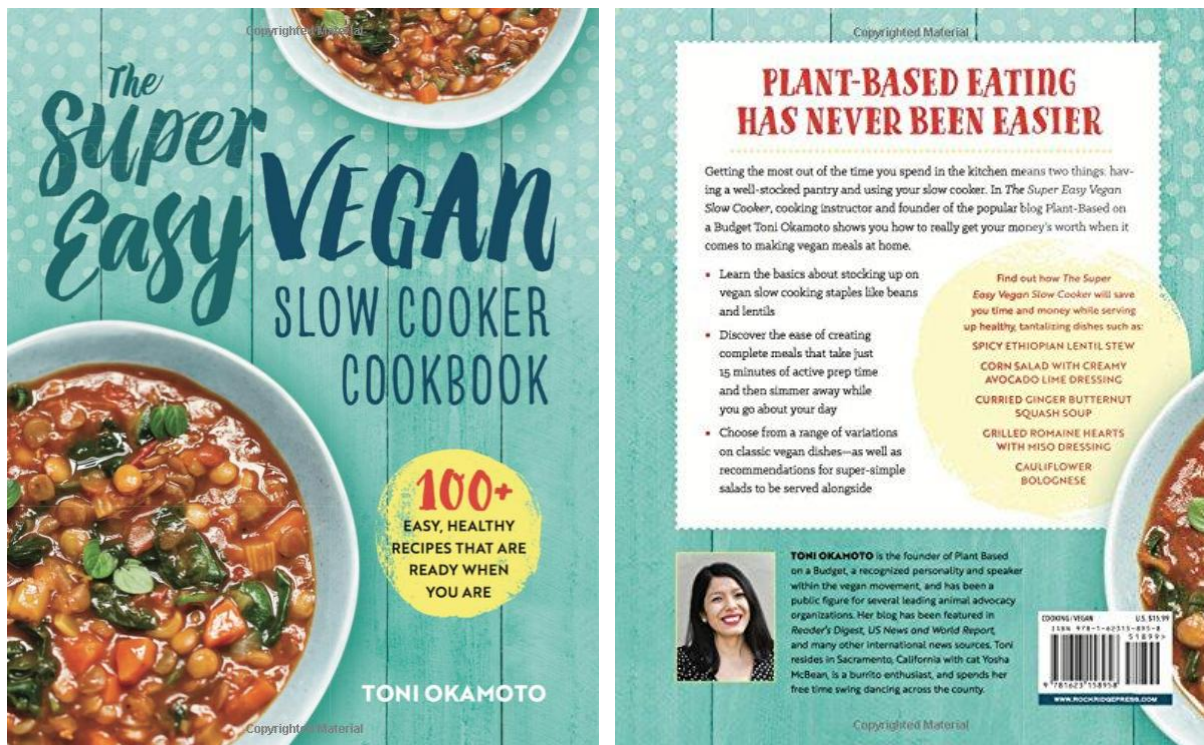
U današnje vrijeme sve se više obraća pozornost na promoviranje zdravijeg načina života. Postoji sve više projekata koji obuhvaćaju načela promoviranja zdravlja te korištenja tehnologija koje omogućuju implementaciju ekološkog aspekta u proces izrade. Kroz razvoj interneta, raste i dostupnost informacija. Mnoge brošure se u današnje vrijeme ni ne trebaju nužno fizički izrađivati da bi ostvarile svoju funkciju.

Jedan od najrelevantnijih sličnih projekata je Minimalist Baker, koji postoji primarno kao web stranica, no izrađuju se i kuharice u fizičkom obliku. Kuharica se sastoji od mnoštva recepata koji su isključivo na biljnoj bazi, također sadrži mnoštvo savjeta u smislu pripremanja jela i radu s različitim namirnicama. Stilski, kuharica se bazira na kontrastima boja, naglašavanju boja pomoću tamnih podloga, naglašavanju organskog aspekta vizuala kroz korištenje drvenih podloga, biljaka (slika 15.). [17]



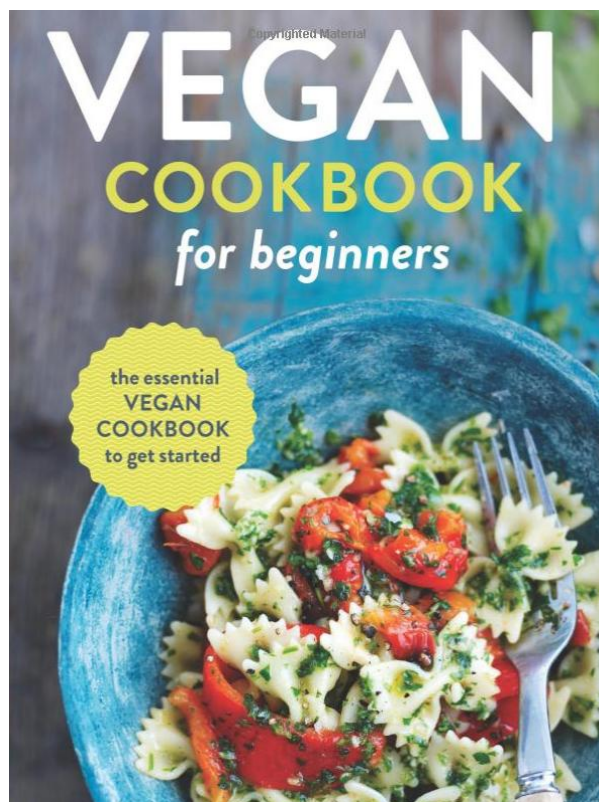
Slika 15. Minimalist Baker kuharica

Sljedeći primjer je „The Super Easy Vegan Slow Cooker Cookbook“, kuharica koja se također razvila kroz blog. Pristup dizajnu je nešto nježniji, koriste se manje zasićene svijetle boje, rukopisni fontovi te poneki ilustrativni element. Kuharica je također dostupna u digitalnom obliku što je u skladu s ekološkim principima (slika 16.).

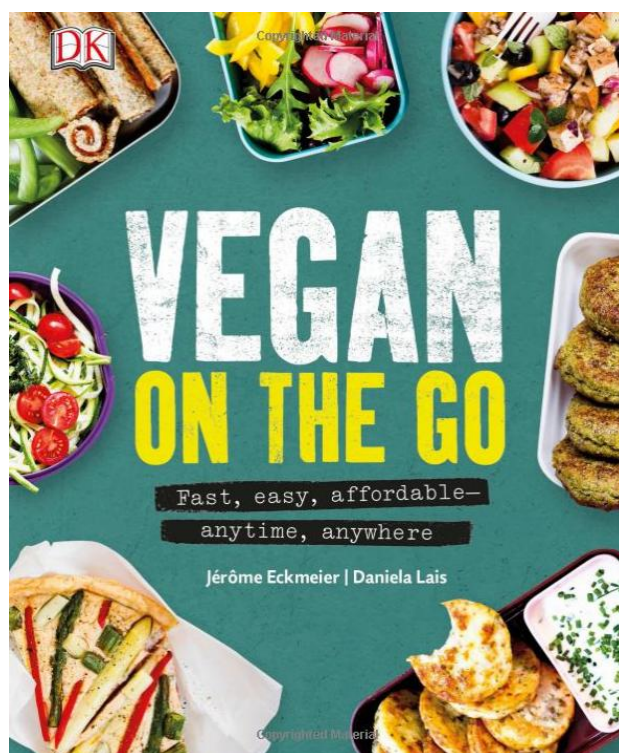


Slika 16. The Super Easy Vegan Slow Cooker Cookbook

Iz ostalih primjera koji su navedeni u ovome radu se vidi kako je dizajnerski pristup vrlo sličan. Korištenjem jarkih i naglašanih fotografija hrane stvara se efekt privlačenja pažnje gledatelja. Kako bi se ostvario balans, koriste se pozadine koje su neutralne, manje zasićene ili tamnije. Uglavnom su dominantne organske boje, odnosno boje koje možemo naći kroz hranu, no također se koriste plave i tirkizne nijanse, vjerovatno kako bi se lakše naglasio komplementarni kontrast. Hijerarhija elemenata je takva da su slike hrane uvijek najdominantnije, zatim naslov kuharice koji se naglašava veličinom, tipom i bojom tipografije. Više tekstualnih informacija se obično nalazi na stražnjoj naslovnoj strani koje su strukturirane pomoću boja i oblika (slika 17.) (slika 18.).



Slika 17. Primjer sličnog projekta



Slika 18. Primjer sličnog projekta

### **3. EKSPERIMENTALNI DO**

#### **3.1. Pristup problematici**

Kroz užurbani način života, mnogi studenti ne stižu primjenjivati zdravu prehranu. Ono što čini zdravu prehranu je umjeren unos, pripremanje hrane te raznolika prehrana. U ovome radu, fokus je na veganskom načinu prehrane. Primarni cilj je kreirati brošuru koja će olakšati pripremu hrane studentima koji nemaju mnogo iskustva. Također, dostupnost kuharica na hrvatskom govornom području nije dovoljno raširena te mnogi nisu u mogućnosti doći do potrebnih informacija koje bi ih potakle na promjenu načina života. Kombinacijom izrade brošure s receptima u fizičkom obliku te digitalnom obliku, šanse za prijenosom odabrane poruke su znatno veće.

##### **3.1.1. Definiranje ciljane skupine**

Ciljanu skupinu u ovom diplomskom radu čine studenti koji žele poboljšati kvalitetu prehrane na svakodnevnoj razini. Razlog odabira ove ciljane skupine je praktičnog karaktera s obzirom na njihovu dostupnost i mogućnost detaljnije analize. Većina studenata nema dovoljno vremena, a ni financijskih sredstava da bi učestalo pripremali hranu i još k tome pazili na kvalitetu iste. Njihovo prethodno znanje nije presudno u korištenju ove brošure s receptima, nego je štoviše i kreirana na način da na što jednostavniji način predoči pripremu hranjivih i zdravih jela. Pošto studenti provode mnogo vremena ispred računala, vrlo je praktično imati mogućnost sabranih recepata u digitalnom obliku, jer na taj način mogu koristiti recepte gdje god se nalazili. Glavne značajke ispitanika u studentskoj dobi su: početak osamostavljanja, povećan broj obaveza, a time i faktora stresa koji značajno utječe na zdravlje. Zbog toga je pretpostavka da je potrebno je uskladiti životni stil te uravnotežiti prehranu. Studentska dob podrazumijeva skupinu između 18 i 30 godina.



### **3.1.2. Hipoteze**

Rad se zasniva na sljedećim hipotezama:

- Odabir boja utječe na predodžbu brošure
- Kombinacijom fotografija i ilustracija postiže se dinamika koja rezultira većim interesom za sadržaj brošure
- Atraktivan i pristupačan dizajn može biti kreiran sljedeći postavke održivog dizajna

## **3.2. Metodologija**

Vrsta istraživanja koje se provodi u ovom radu je opisno istraživanje. Glavni cilj je opisati što je prevladavajuće s obzirom na postavljene hipoteze. U slučaju ovog rada, istražuje se utjecaj boja na predodžbu brošure te da li je kombinacija fotografije i ilustracije u dizajnu faktor koji utječe na povećanje interesa za sadržaj brošure. Kroz online anketu postavljaju se konkretni primjeri autorskih rješenja kojima se utvrđuje istinitost određenih hipoteza. Hipoteze su sastavljene prema vlastitim pretpostavkama te kroz iskustveni aspekt. Analizom provedenog istraživanja, dobivaju se smjernice koje omogućuju što efikasniji pristup prema realizaciji zadanog idejnog rješenja grafičkog medija.

### **3.2.1. Plan istraživanja**

Kao metoda istraživanja u ovom radu korištena je online anketa s otvorenim i zatvorenim tipovima pitanja. Na osnovu toga prikupljene su informacije koje pomažu kod kreiranja vizualnog identiteta brošure koja je namijenjena određenoj ciljanoj skupini, studentima. Kod definiranja ciljne skupine najveći je fokus na njihovom načinu života, dok se psihografski podaci podrazumijevaju pošto je riječ o studentima. Hipoteze u ovom radu su kreirane prema osobnim iskustvenim pretpostavkama.

Anketa se sastoji od 14 pitanja, od kojih je 12 zatvorenog tipa, a 2 otvorenog. Sama anketa sadrži autorske primjere tipa dizajna koji pomažu ilustrirati hipoteze. Kao nacrt opisnog istraživanja, koristi se kros-sekcijski pristup. Njime se ispituje odabrani uzorak studenata, kako bi se ustanovio njihov vizualni doživljaj dizajna i njihov odabir među različitim primjerima korištenja boja i kombinacije vizualnih elemenata. Takav tip nacrtu omogućava jednostavan pristup analizi zadanog istraživanja. Metodologija koja se provodi je kvantitativna. Na slici 19. prikazan je autorski dizajn koji je osmišljen kako bi u prvom dijelu ankete provjerio hipotezu koja tvrdi kako odabir boja utječe na predodžbu brošure. Dizajn je osmišljen na vrlo minimalistički način, tek toliko da je iz naziva i ilustracija korištenih na naslovnici jasno o kakvom je sadržaju riječ. Prvo se postavlja pitanje koje je od ponuđenih rješenja privlačnije, a zatim koje se može lakše povezati sa sadržajem.



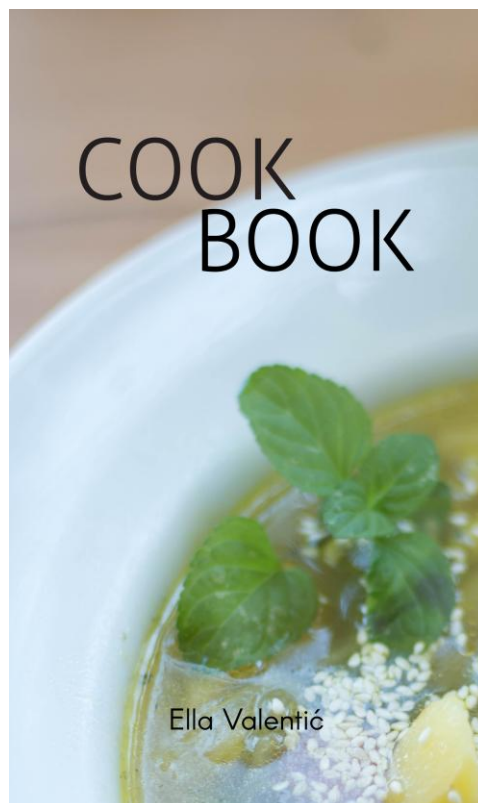
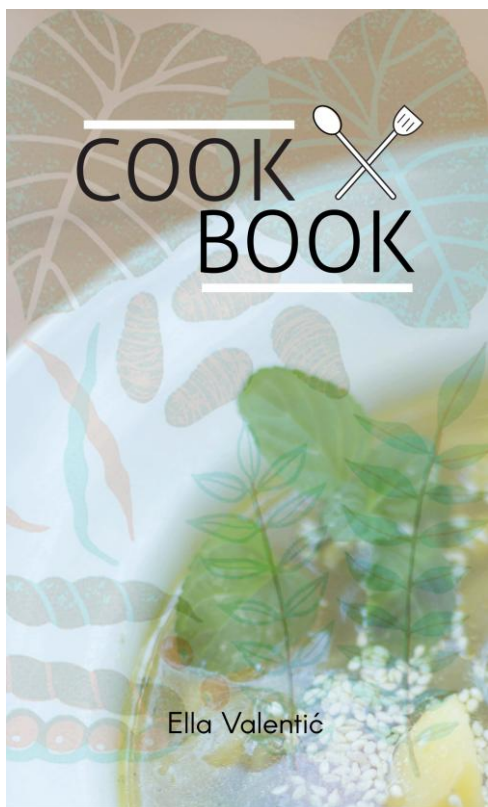
*Slika 19. Autorski primjer dizajna koji je korišten u anketi*

Na slikama 20., 21. I 22. Prikazani su autorski primjeri dizajna naslovnice s fotografijom ili kombinacijom fotografije i ilustracije. Pretpostavlja se da kombinacija fotografije i ilustracije djeluje dinamičnije, te više privlači pažnju gledatelja. Sam princip dizajna je takav da je fotografija u prvom planu, a zatim ilustracija te naslov.

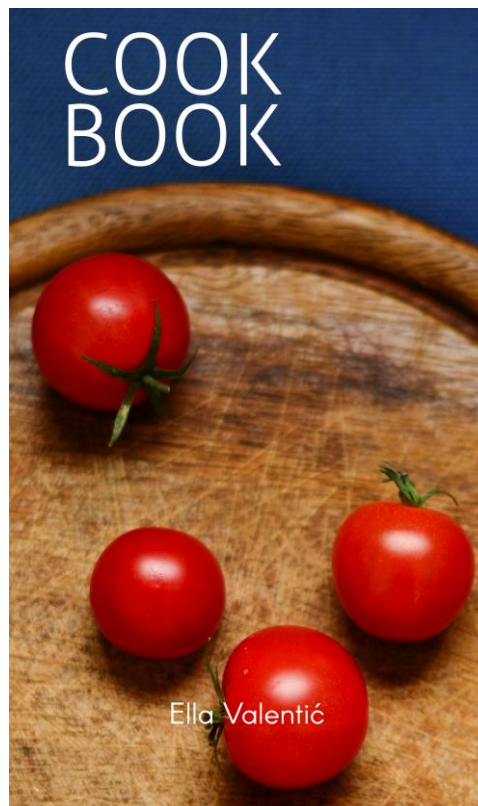
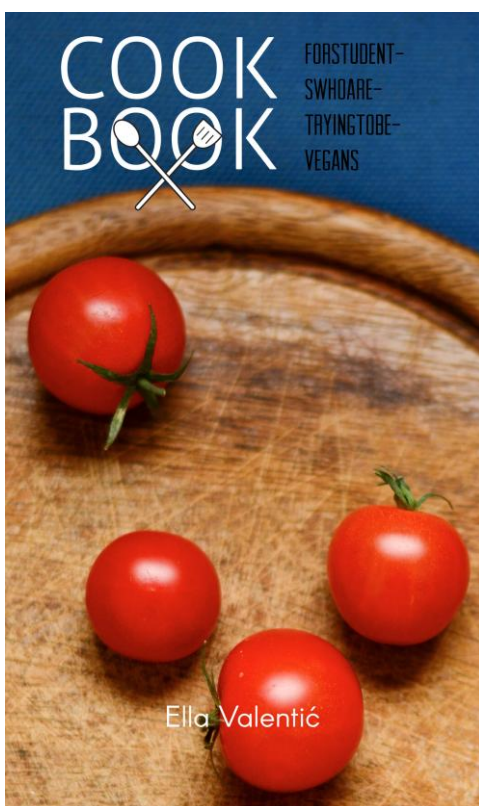
Vrste podataka koji se sakupljaju u ovom istraživanju su primarni. U istraživanju se podaci ne nadovezuju na istraživanja provedena u prošlosti, te se prikupljaju prvi puta za potrebe ovog rada. Kao metoda prikupljanja primarnih podataka se koristi ispitivanje, odnosno anketiranje uzoraka putem interneta. Time se ispitanicima daju unaprijed pripremljena pitanja na koja moraju odgovoriti. Podaci koji se prikupljaju anketom analizirati će se kvantitativno, odnosno uz pomoć statističkih metoda.



*Slika 20. Autorski primjer dizajna koji je korišten u anketi*



*Slika 21. Autorski primjer dizajna korišten u anketi*

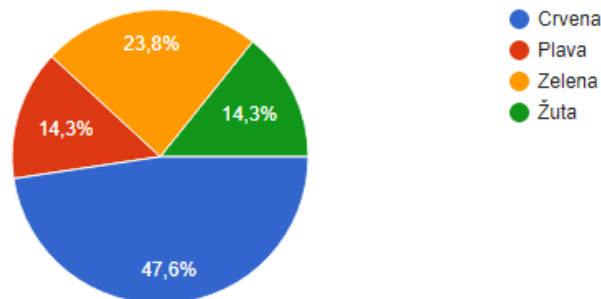


*Slika 22. Autorski primjer dizajna korišten u anketi*

### 3.2.2. Rezultati istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 67 ispitanika, te nije relevantno da li se radi o muškim ili ženskim ispitanicima. U prvom dijelu ankete je ponuđeno četiri tipa identičnog dizajna brošure (slika 19.) te su ispitanici morali odlučiti koja od ponuđenih boja im je najprivlačnija. 47,6% ispitanika se izjasnilo kako im je najprivlačnija opcija brošure u crvenoj boji, 23,8% se odlučilo za zelenu, a žuta i plava imaju jednak postotak od 14,3% (slika 23.).

Koja od ponuđenih opcija Vam je najprivlačnija?

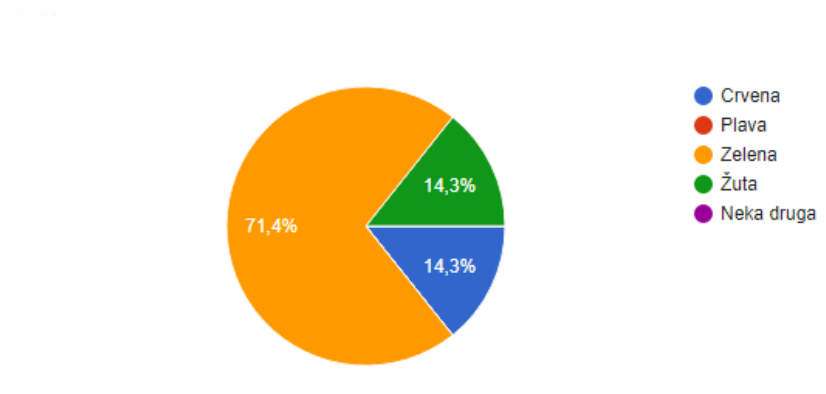


Slika 23. Rezultati ispitanika na pitanje o privlačnosti ponuđenih boja

Na pitanje o povezanosti sadržaja i boje brošure, 71,4% ispitanika je odabralo zelenu boju, a crvenu i žutu 14,3% (slika 24.). Pitanje o zainteresiranosti za sadržaj i utjecaju boje je pitanje otvorenog tipa, odnosno tražilo se pismeno obrazloženje ispitanika. Svi ispitanici su odgovorili kako boja u nekoj mjeri utječe na njihovu zainteresiranost, no radi se o različitim stupnjevima.

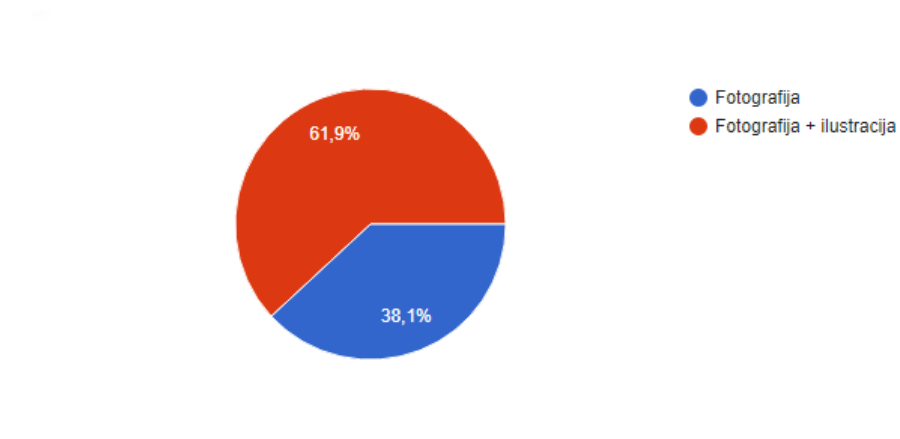
Na pitanje koja im se opcija na slici 21. više sviđa, fotografija ili fotografija s ilustracijom, njih 78,9% je odabralo verziju s fotografijom. Većina ispitanika, odnosno 57,9% njih tvrdi kako fotografija u kombinaciji s ilustracijom ostavlja veći dojam dinamičnosti (slika 25.). Pitanje procjene načina koja opcija ostavlja veći dojam brošure namijenjene studentima je postavljeno pomoću Likertove skale te je zahtijevalo presudu od vrijednosti 1 do vrijednosti 5. Ocijena 1 označavala je fotografiju, a ocijena 5 fotografiju u kombinaciji s ilustracijom (slika 26.).

Koja od gornjih opcija po Vašem mišljenju ima najviše veze sa sadržajem (brošura zdrave hrane)?



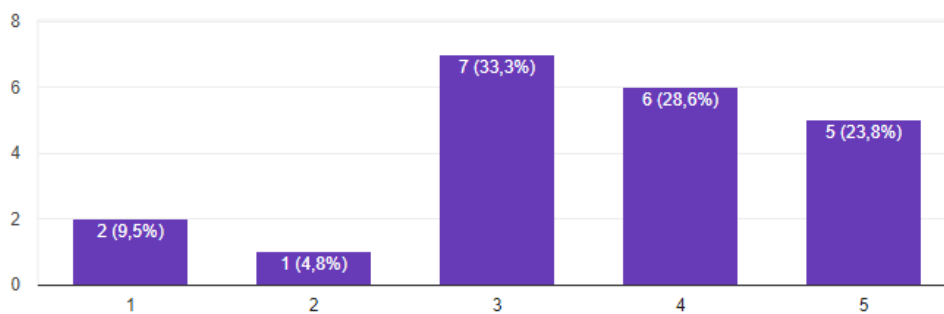
Slika 24. Rezultati ispitanika na pitanje o vezi boje i sadržaja brošure

Koja opcija ostavlja veći dojam dinamičnosti?



Slika 25. Rezultati ispitanika na pitanje o dinamičnosti

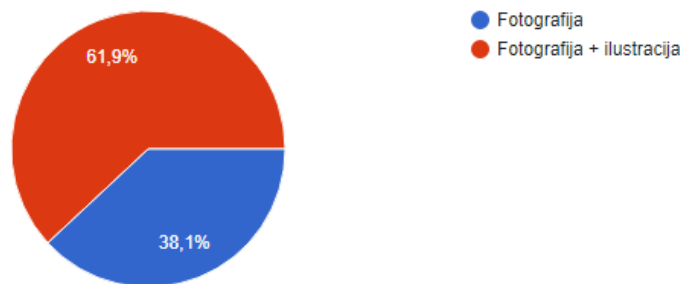
Koja opcija ostavlja veći dojam brošure namijenjene studentima?



Slika 26. Rezultati ispitanika o dojmu brošure

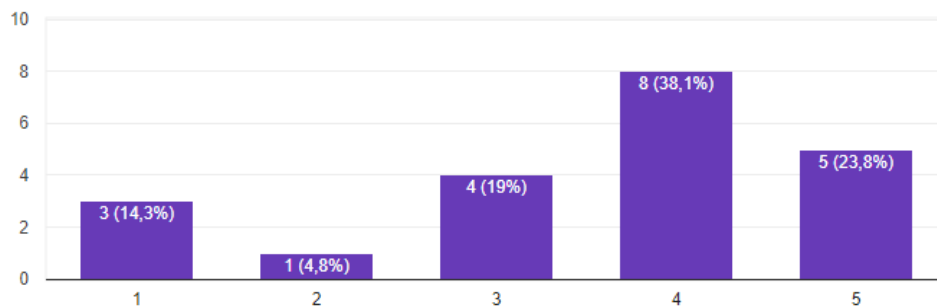
Što se tiče brošure prikazane na slici 20., 57.9% ispitanika se odlučilo za verziju s fotografijom. U ovom slučaju, također 61,9% ispitanika tvrdi kako fotografija u kombinaciji s ilustracijom ostavlja veći dojam dinamičnosti (slika 27.). 38,1% ispitanika smatra kako brošura koja sadrži fotografiju i ilustraciju ostavlja dojam da je namijenjena studentima (slika 28.).

Koja opcija ostavlja veći dojam dinamičnosti?



Slika 27. Rezultati ispitanika na pitanje o dinamičnosti

Koja opcija ostavlja veći dojam brošure namijenjene studentima?

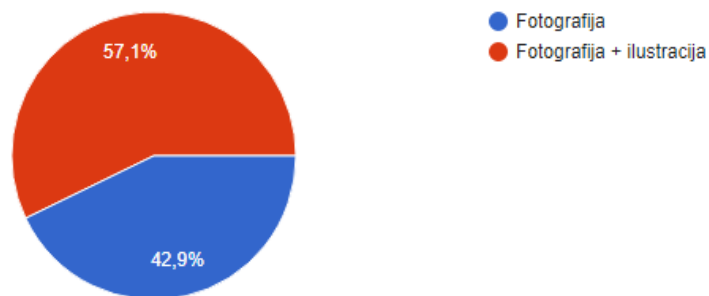


Slika 28. Rezultati ispitanika o dojmu brošure



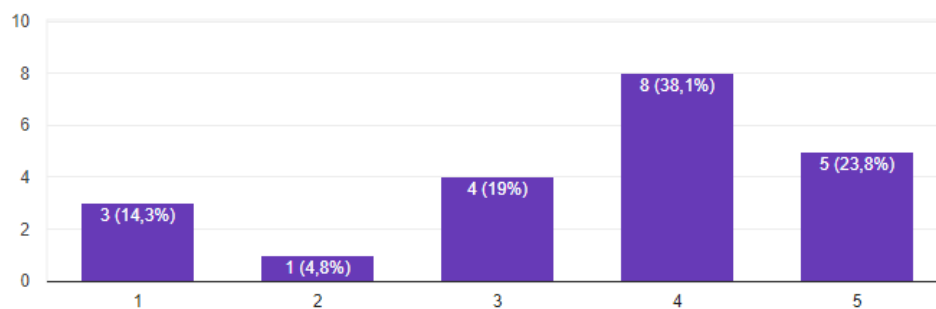
Kod brošure na slici 22. 52,4% ispitanika odlučilo se za verziju s fotografijom u kombinaciji s ilustracijom. Opcija koja ostavlja veći dojam dinamičnosti je također fotografija s ilustracijom, a to smatra 57,1% ispitanika (slika 29.). Također, 38,1% ispitanika je odgovorilo kako takav prikaz brošure ostavlja veći dojam namjene studentima (slika 30.).

Koja opcija ostavlja veći dojam brošure namijenjene studentima?



Slika 29. Rezultati ispitanika na pitanje o dinamičnosti

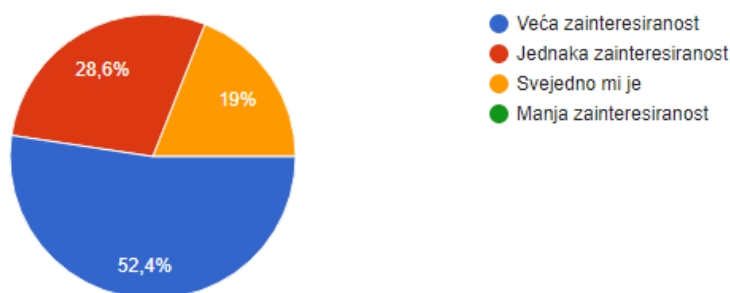
Koja opcija ostavlja veći dojam brošure namijenjene studentima?



Slika 30. Rezultati ispitanika o dojmu brošure

Kod pitanja zainteresiranosti oko sadržaja ako je izvedba usmjerena prema načelima održivog dizajna, 52,4% ispitanika tvrdi kako bi im zainteresiranost za sadržaj bila veća. 28,6% tvrdi kako bi im zainteresiranost ostala jednaka, a nitko od ispitanika nije odgovorio da bi im zainteresiranost bila manja (slika 31.).

Kako bi ocijenili Vaš stupanj zainteresiranosti za sadržaj brošure ako se brošura izvede prema načelima održivog dizajna? ( mogućnost recikliranja, proces izrade koji ne šteti okolišu, itd.)



Slika 31. Rezultati ispitanika o stupnju zainteresiranost brošure s izvedbom prema načelima održivog dizajna

### 3.2.3. Diskusija rezultata

Kroz provedeno istraživanje pokazalo se kako su rezultati većinski u skladu s iznijetim hipotezama. Postavljene su tri hipoteze koje su pomogle kod samog kreiranja brošure. U ovom istraživanju potvrđuje se hipoteza koja tvrdi da odabir boja utječe na predodžbu brošure. Iako je bilo za očekivati kako će prvi izbor ispitanika biti zelena boja koja je povezana s hranom, u ovom slučaju najviše se ispitanika odlučilo za crvenu boju brošure. No, svi su se složili kako je zelena verzija ona koja se najviše može povezati sa sadržajem. U sva tri slučaja autorskih primjera dizajna, potvrdila se druga hipoteza, a to je da se kombinacijom fotografije i ilustracije postiže veća dinamičnost. No većina ispitanika se također složila da im je privlačniji dizajn koji sadrži samo fotografiju. Čime možemo zaključiti kako kod predodžbe ispitanika nije ključan pojam dinamičnosti te hipoteza nije sasvim potvrđena. Zbog manjka

specifičnih pitanja, kroz istraživanje se nije došlo do detaljnijeg prikaza onoga što bi privuklo i povećalo pažnju odabrane skupine. Treća hipoteza, odnosno atraktivan i pristupačan dizajn može biti kreiran slijedeći postavke održivog dizajna je također potvrđena, no ne na direktan način. Većina ispitanika je odgovorila kako bi im zainteresiranost za brošuru porasla samo na temelju činjenice da je izvedena prema načelima održivog dizajna.

Kroz istraživanje na slučajnom uzorku, hipoteze su uglavnom potvrđene. Ono što će zasigurno pomoći u kreiranju brošure je činjenica da je ispitanicima interesantnija opcija koja sadrži samo fotografiju. Problem s ilustrativnim elementima je taj da je vrlo teško pogoditi pravu mjeru koja će djelovati dovoljno ozbiljno i neozbiljno u isto vrijeme, što se povezuje sa studentima. Dinamika će biti kreirana tipografskim elementima te samom fotografskom kompozicijom.

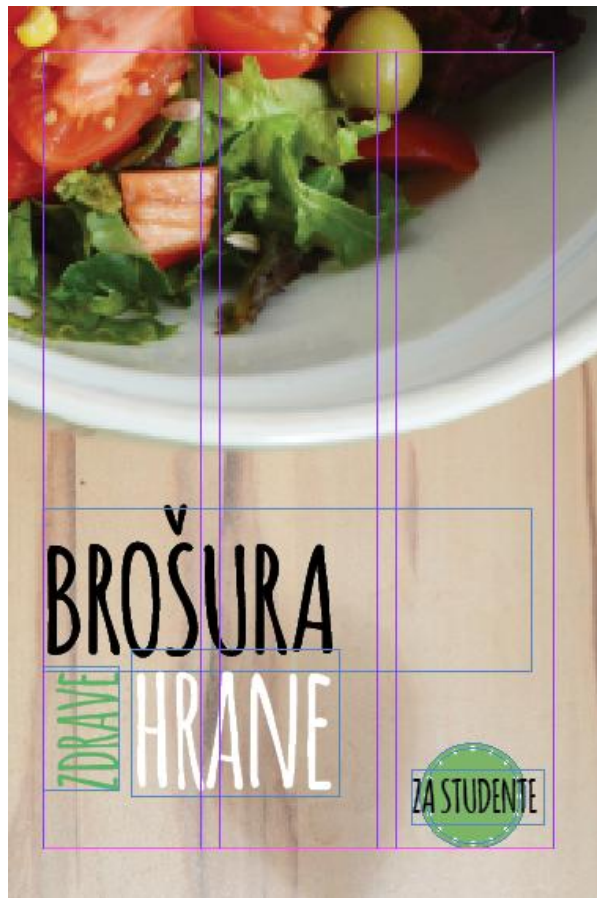
## **4. IDEJNO RJEŠENJE GRAFIČKOG MEDIJA**

### **4.1. Ideja i izvedba projekta**

Na temelju dobivenih rezultata istraživanja i analize podataka, dobivene su smjernice za oblikovanje izgleda i sadržaja brošure koja će biti prilagođena studente za koje je namjera da ih zainteresira zdrav način prehrane. Osnovna namjena brošure je vizualno prezentirati recepte, te tekstualni sadržaj koji će potaknuti i olakšati ciljanoj skupini pripremu hrane i poboljšanje kvalitete života. Kroz istraživanje je odbačena prvotna ideja o kombinaciji fotografskih i ilustrativnih elemenata te je odlučeno da će se koristiti većinski fotografski i tipografski elementi. Sama ideja kreiranja brošure s receptima je proizašla iz toga što sam kroz promjenu prehrane i sama spoznala koliko je to bitna komponenta osobnog razvoja. Kroz samostalno otkrivanje različitih opcija recepata i komunikaciju s vršnjacima, postalo mi je jasno kako je ovakav projekt nešto što je prijeko potrebno kako bi se dočarala perspektiva primjene nesevakidašnjih opcija u svakodnevnicu.

Projekt se izvodi kroz planiranje sadržaja, kreiranje recepata, razmatranje vizualnih elemenata i njihove hijerarhije. Ono što je uvijek prisutno u dizajnu kod kuharica su organske, ali vrlo zasićene boje koje privlače pozornost. Brošura je izrađena u programima Adobe InDesign CC 2014, Adobe Photoshop CC 2015, Adobe Illustrator 2017 te Adobe Lightroom. Fotografije koje se koriste su autorske, a oprema koju sam koristila za izvedbu projekta je digitalni fotoaparati Nikon D5200, te objektiv 28mm f/2.8 i 50mm f/1.8. Fotografije se obrađuju u Lightroomu, te prilagođavaju brošuri u Photoshopu.

## 4.2. Format, margine mreža



Slika 32. Prikaz mreže na naslovnici brošure

Kod izrade dizajna brošure zdrave hrane cilj je izraditi format koji jasno komunicira poruku. Glavni cilj je olakšati studentima pripremu hrane. Samim time možemo zaključiti kako nije potrebno komplicirati format brošure. Za potrebe ovog rada izrađuje se brošura dimenzija 140x205mm što bi bila prilično pregledna dimenzija. Pošto je glavna namjena ta da se koriste recepti u svakodnevnom životu, s ovakvom dimenzijom omogućavamo čitkost, koja je također postignuta korištenjem jasnih i čvrstih fontova. Odabirom formata dobiva se prazna stranica, odnosno, bijela ploha. Jedan dio toga prostora treba osigurati za margine ili rubnice. One djeluju kao spremnik gdje se oči mogu odmoriti. Ne smiju biti preuske, ali niti preširoke. Stoga nije dobro ispuniti svaki milimetar dostupnog prostora, već treba voditi brigu i o funkcionalnim bjelinama.

Definirane margine su:

- margo veza (lijeva) 12,7 mm
- margo ruba (desna) 12,7 mm
- margo glave (gornja) 12,7 mm
- margo nogu (donja) 12,7 mm

Margine su jednake sa svih strana brošure jer se na taj način centrira dizajn, Za oblikovanje sam radila s trostupčanom mrežom iz razloga da si u samom početku izrade omogućim prostor za što više opcija u kasnijoj fazi. Tekstualni sadržaj je obično smješten u dva stupca ili u jednom. Naslovi su smješteni uz rub prva dva stupca ili uz rub zadnjeg stupca. Kako bi više naglasila neke druge naslove, koristila sam i opciju da ih polegnem vertikalno kroz jedan stupac. Fotografije su smještene kroz cijeli format. Na slici 32. prikazana je naslovnica brošure te su označene linije margina i stupaca u kojima su smješteni elementi dizajna.

### 4.3. Tipografija

Tekst je ključni element dizajna, a njegovim oblikovanjem (korištenjem različitih boja, veličina, debljina, uvlaka i razmaka) organiziraju se stranice i povećava čitkost. Tekst se sastoji od rečenica, rečenice od riječi, a riječi od slovnih znakova.

#### 1. Naslovnica



*Slika 33. Prikaz naslova brošure*

Font koji se koristi na naslovnici brošure je Amatic (slika 33.) (slika 34.). Odabrani font je mladenačkog i zaigranog karaktera. Pismo je rukopisnog oblika, što pridodaje organskoj asocijaciji te povezuje kompoziciju s tematikom, a to je hrana. Font sadrži samo verzalna slova, što djeluje statičnije i naglašenije je. Naslov se vizualno još pojačava korištenjem različitih boja za svaku riječ. Na naslovnici se za tekući tekst koristi bezserfini font Brandon Grotesque. Koriste se i verzali i kurenti, karakter fonta je neutralan, odnosno ne ostavlja dojam ni pretjerane formalnosti ni neformalnosti.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 (!@#\$%&.,?:;)

Slika 34. Prikaz znakova Amatic fonta

## 2. Sadržaj brošure

### a) Naslovi brošure

**BATAT S  
BROKULOM**

Slika 35. Prikaz naslova recepta kroz brošuru

Na slici 35. prikazan je font koji se koristi za naslove sadržaja brošure, a to je Oswald Stencil. Po klasifikaciji to je posebni oblik pisma, plakatno pismo. Ono što karakterizira ovaj font je to što temeljni i spojni potezi imaju prekid. Ovakvo pismo je konkretno, čvrsto te jasno naglašava karakter cijele kompozicije. Također sadrži samo verzalne znakove, a rez je podebljan (slika 36.).

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890  
!@#\$%^&\*()\_+=[\]{};:'"\/.,**

Slika 36. Prikaz znakova Oswald Stencil fonta



## b) Tekstualni sadržaj brošure

Tekući tekst brošure je izveden u Oswald Regular fontu. Izgledom je sličan plakatnom pismu, no sadrži verzale i kurente te nema prekidnih poteza. Radi se o bezserifnom fontu, a time je čitkost jača, ostavlja se dojam nečeg modernog i mladenačkog, što je i cilj ove brošure.

<sup>A</sup> <b>A</b>	<sup>B</sup> <b>B</b>	<sup>C</sup> <b>C</b>	<sup>D</sup> <b>D</b>	<sup>E</sup> <b>E</b>	<sup>F</sup> <b>F</b>	<sup>G</sup> <b>G</b>	<sup>H</sup> <b>H</b>	<sup>I</sup> <b>I</b>	<sup>J</sup> <b>J</b>	<sup>K</sup> <b>K</b>	<sup>L</sup> <b>L</b>	<sup>M</sup> <b>M</b>
<sup>N</sup> <b>N</b>	<sup>O</sup> <b>O</b>	<sup>P</sup> <b>P</b>	<sup>Q</sup> <b>Q</b>	<sup>R</sup> <b>R</b>	<sup>S</sup> <b>S</b>	<sup>T</sup> <b>T</b>	<sup>U</sup> <b>U</b>	<sup>V</sup> <b>V</b>	<sup>W</sup> <b>W</b>	<sup>X</sup> <b>X</b>	<sup>Y</sup> <b>Y</b>	<sup>Z</sup> <b>Z</b>
<sup>a</sup> <b>a</b>	<sup>b</sup> <b>b</b>	<sup>c</sup> <b>c</b>	<sup>d</sup> <b>d</b>	<sup>e</sup> <b>e</b>	<sup>f</sup> <b>f</b>	<sup>g</sup> <b>g</b>	<sup>h</sup> <b>h</b>	<sup>i</sup> <b>i</b>	<sup>j</sup> <b>j</b>	<sup>k</sup> <b>k</b>	<sup>l</sup> <b>l</b>	<sup>m</sup> <b>m</b>
<sup>n</sup> <b>n</b>	<sup>o</sup> <b>o</b>	<sup>p</sup> <b>p</b>	<sup>q</sup> <b>q</b>	<sup>r</sup> <b>r</b>	<sup>s</sup> <b>s</b>	<sup>t</sup> <b>t</b>	<sup>u</sup> <b>u</b>	<sup>v</sup> <b>v</b>	<sup>w</sup> <b>w</b>	<sup>x</sup> <b>x</b>	<sup>y</sup> <b>y</b>	<sup>z</sup> <b>z</b>
<sup>0</sup> <b>0</b>	<sup>1</sup> <b>1</b>	<sup>2</sup> <b>2</b>	<sup>3</sup> <b>3</b>	<sup>4</sup> <b>4</b>	<sup>5</sup> <b>5</b>	<sup>6</sup> <b>6</b>	<sup>7</sup> <b>7</b>	<sup>8</sup> <b>8</b>	<sup>9</sup> <b>9</b>			
<sup>.</sup> <b>.</b>	<sup>,</sup> <b>,</b>	<sup>;</sup> <b>;</b>	<sup>:</sup> <b>:</b>	<sup>@</sup> <b>@</b>	<sup>#</sup> <b>#</b>	<sup>'</sup> <b>'</b>	<sup>!</sup> <b>!</b>	<sup>"</sup> <b>"</b>	<sup>/</sup> <b>/</b>	<sup>?</sup> <b>?</b>	<sup>&lt;</sup> <b>&lt;</b>	<sup>&gt;</sup> <b>&gt;</b>
<sup>%</sup> <b>%</b>	<sup>&amp;</sup> <b>&amp;</b>	<sup>*</sup> <b>*</b>	<sup>(</sup> <b>(</b>	<sup>)</sup> <b>)</b>	<sup>□</sup> <b>□</b>	<sup>\$</sup> <b>\$</b>						

Slika 37. Prikaz znakova Oswald Regular fonta

#### 4.4. Slikovni elementi

a) Datum:30.07.2017.

Vrijeme eksponiranja:1/200

Otvor objektiva: 1,8

Osjetljivost: 200/21 ISO

Objektiv: 50mm



*Slika 38. Autorska fotografija u brošuri*

b) Datum:29.07.2017.

Vrijeme eksponiranja:1/160

Otvor objektiva: 1,8

Osjetljivost: 200/21 ISO

Objektiv: 50mm



*Slika 39. Autorska fotografija u brošuri*

c) Datum:15.11.2016.

Vrijeme eksponiranja:1/80

Otvor objektiva: 1,8

Osjetljivost: 400/21 ISO

Objektiv: 50mm



*Slika 40. Autorska fotografija u brošuri*

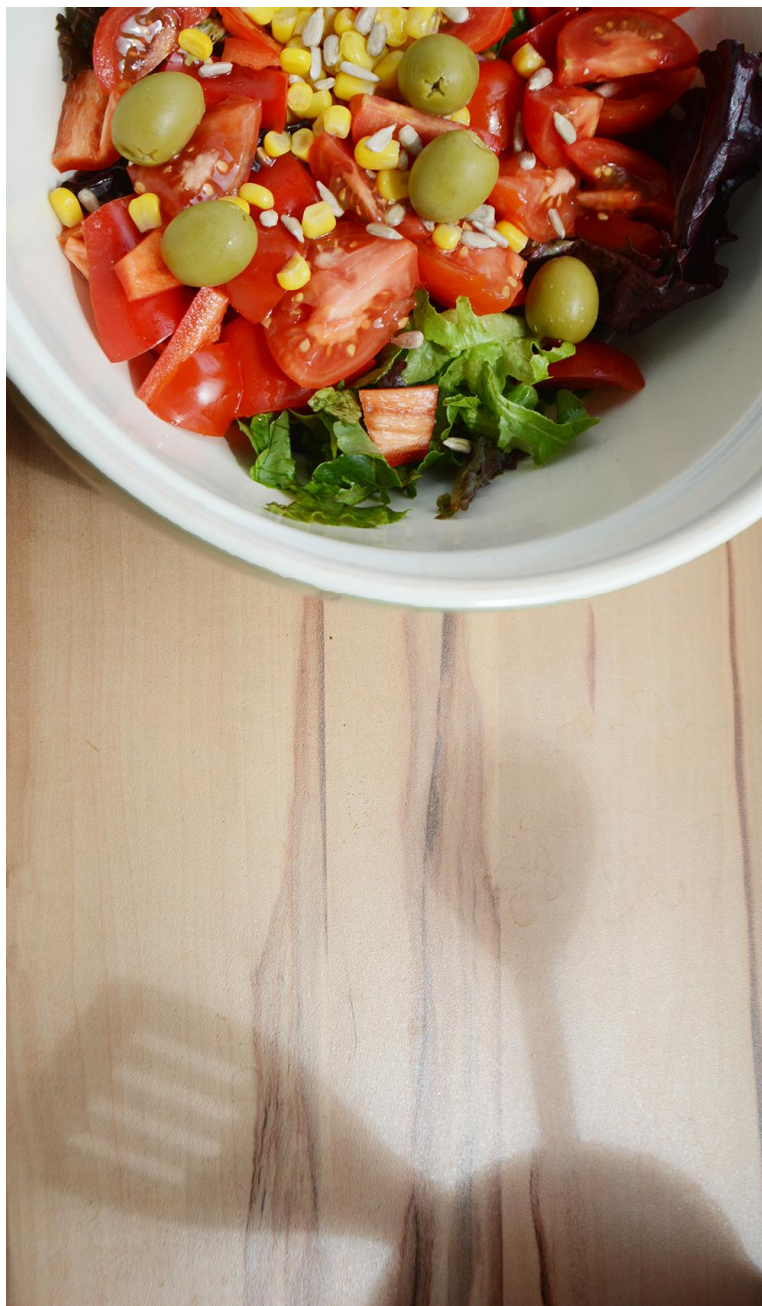
d) Datum:28.07.2017.

Vrijeme eksponiranja:1/1000

Otvor objektiva: 2,8

Osjetljivost: 200/21 ISO

Objektiv: 28mm

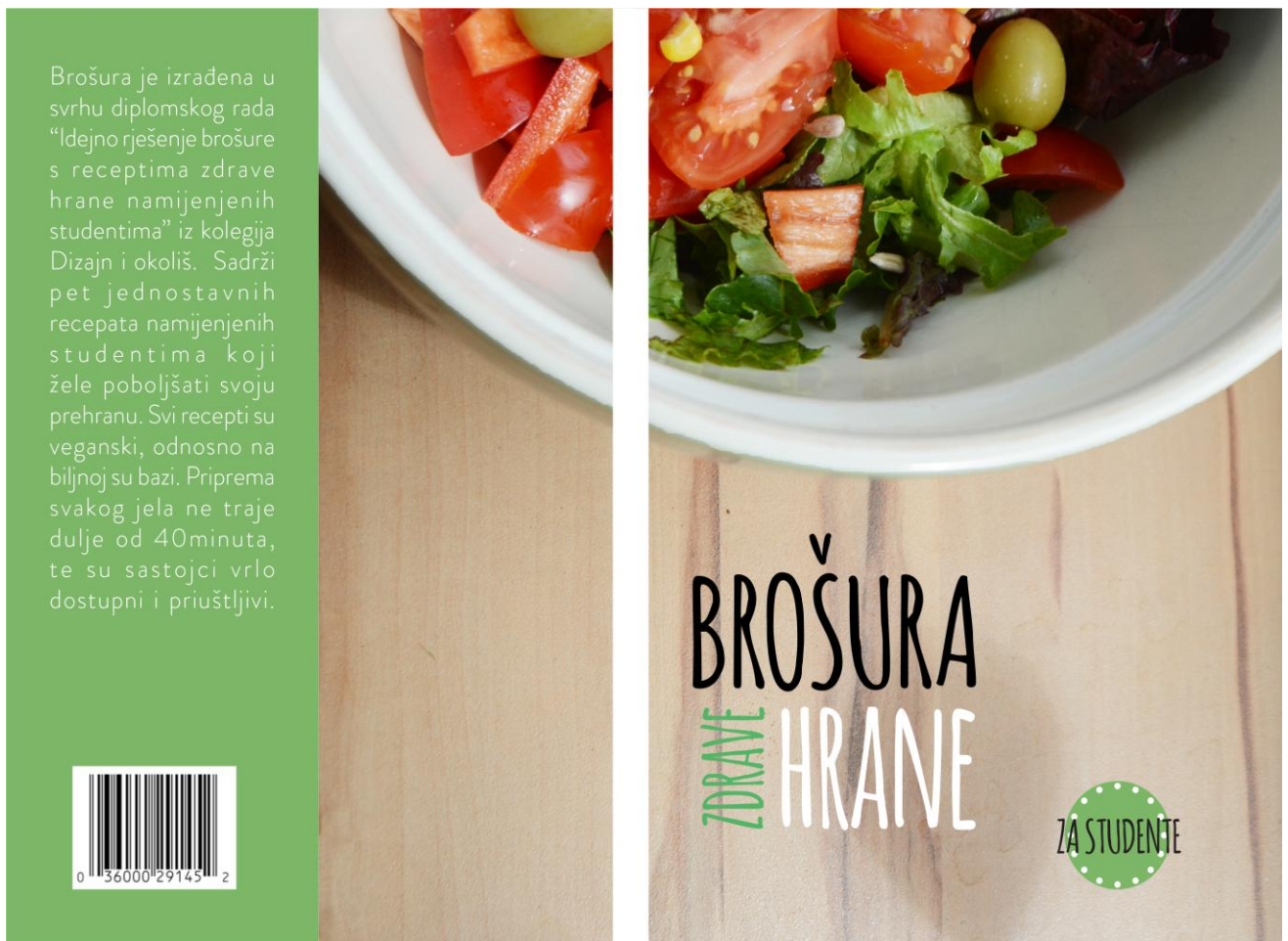


*Slika 41. Autorska fotografija u brošuri*

## 4.5 Kompozicijski elementi

Komponiranje u dizajnu znači oblikovanje forme, njenih dijelova i strukture u prostoru formata tako da cjelina dobije značenje u skladu s idejom. U komponiranju se koristi relativno mali broj elemenata koji se ponavljaju kako bi se ostvarila uravnoteženost kompozicije. Ravnoteža treba biti prisutna radilo se o statičnom ili dinamičnom rasporedu. Oblikovanje kompozicije podrazumijeva stvaranje određene hijerarhije među oblicima. Naglašavanje povećanjem forme nosi i veću optičku težinu. Naglašavati možemo i izborom boja. U brošuri su najviše naglašene fotografije kako bi privukle pažnju i usmjerile čitatelja na tekst. Na nekim dijelovima su naglašeni naslovi svojom veličinom i položajem u mreži da bi se izdvojili i kako bi se razbila mogućnost monotonije.

### a) Kompozicija naslovnice



Slika 42. Prikaz naslovnice brošure

Hijerarhijski, na brošuri je najdominantnija fotografija. Ona prelazi preko prednjeg i stražnjeg dijela naslovnice. Kao što to možemo vidjeti na fotografiji 42. prikazuje se hrana u doslovnom smislu, te nema nikakvog figurativnog značenja. Boje koje se koriste su crvena i zelena, boje koje su organske te ih nalazimo u prirodi. Također, te dvije boje su komplementarni parovi, odnosno međusobno se nadopunjavaju. Na slici 43. Prikazane su vrijednosti boja koje su prisutne u dizajnu.



*Slika 43. Vrijednosti boja na naslovnici*

Ono što stvara dinamiku brošure je tok linije konture na fotografiji, koji ujedino stvara i vizualni okvir. Odvaja tekstualnu od vizualne informacije. Njen nepravilni, zaobljeni karakter naglašava organskost. Uz fotografiju, elementi dizajna su plohe te tipografija. Plohe su vrlo jednostavne, naglašene su bojom koja se uklapa u koncept brošure te služe kako bi naglasile pojedine tekstualne informacije. Naslovi su posložene kroz dva ili jedan stupac, dok tekstualni dio prelazi zadano vizualno ograničenje mreže.

Iako je prvotna ideja bila korištenje kombinacije ilustrativnih elemenata i fotografija, brošura je izrađena koristeći autorske fotografije. Korištenjem rukopisnog fonta koji čini naslov, ali i formu umanjuje se formalnost vizualne predodžbe.

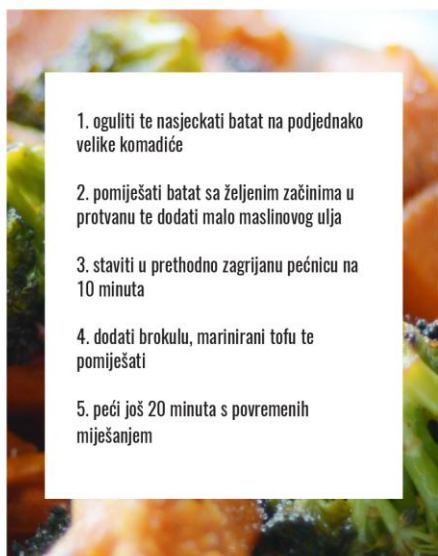
## b) Kompozicija sadržaja

# BATAT S BROKULOM



VRIJEME PRIPREME: 40 MIN  
BROJ PORCIJA: 3  
TEMPERATURA: 200°C

- 3 batata
- 1 srednja brokula
- marinirani tofu
- crvena paprika, sol, maslinovo ulje



Slika 44. Prikaz sadržaja brošure

Na slici 44. je prikaz sadržaja s receptima unutar same brošure. Također su prisutne organske boje, narančasta i zelena koje zajedno stvaraju kontrast. Pošto se radi o vrlo jakom kontrastu, ostatak kompozicije je koloristički akromatski. Na taj način se postiže ravnoteža sustava. Najnaglašenija je fotografija hrane, zatim naslov samog sadržaja. Kako bi se naglasio recept, a zadržala poveznica s fotografijom, koristi se okvir koji sadrži fotografiju, no u ovakvoj izvedbi nije točno jasno da je prikazana hrana, ali boje i tekture su glavna poveznica. Navedene su informacije koje pomažu u snalaženju poput vremena pripreme i sastojaka te su naglašeni ili tipografski verzalima, ili simbolima. Ravnoteža se postiže između verzala i količine informacija s druge strane kompozicije. Fotografija je vizualno jednako teška kao sadržaj s druge strane kojeg ima više, te se postiže asimetrična ravnoteža kompozicije.



#### 4.6 Finalni izgled grafičkog medija



Slika 45. Prednji dio brošure



Slika 46. Naslovnica brošure



Slika 47. Prikaz sadržaja brošure

## 5. ZAKLJUČAK

U ovom se diplomskom radu potvrđuje hipoteza da odabir boja utječe na predodžbu brošure. Boja je vizualni doživljaj koji nastaje kada svjetlost karakterističnog spektra pobudi receptore u mrežnici oka. Pomoću boje percipiramo emociju koju određeni grafički proizvod želi pobuditi u nama. Glavni cilj ovog rada je bio kreirati brošuru zdrave hrane koja će olakšati pripremu hrane studentima. Proučavanjem elemenata kompozicije odvojeno, došla sam do zaključka kako je svaki element zasebno vrlo bitan kako bi se sve vizualno ujednilo. Linija, plohe, boje te njihov međudnos određuju dinamiku i fluidnost kompozicije. Izradila sam brošuru koja se fokusira na organskim bojama koje se mogu povezati s hranom i prirodom, a to su zelena kao dominantna te crvena, narančasta, žuta, odnosno, pretežno tople boje. Dalje, potvrđena je hipoteza da se kombinacijom fotografija i ilustracija postiže dinamika, no ne i dio te hipoteze koji tvrdi da takav pristup rezultira većim interesom za sadržaj brošure. Ispitanicima su se najviše svidjeli prijedlozi brošura koji sadrže samo fotografiju. Prema tim smjernicama izrađena je i brošura. Brošura, odnosno booklet sadrži pet jednostavnih recepata, a da bi se takav sadržaj lakše naglasio, vrlo bitnu ulogu igraju fotografije. Fotografije su kontrastne, jarkih boja, stilski odgovaraju tematici grafičkog medija.

Rad uzima u obzir postavke održivog dizajna. Održivi dizajn je sveobuhvatni koncept koji se može shvatiti kao uključivanje inovativnih praksi u procesu razvoja proizvoda, odnosno dizajna pri čemu se pažnja obraća na etiku i društveno - ekonomske dimenzije razvoja pri čemu se prate temeljna ekološka načela. Uzima se u obzir papir na koji se otiskuje, idealno bi bilo kada bi to bio reciklirani papir pošto se on može reciklirati i do pet puta. Zatim, boje koje se koriste u offsetnom tisku bi idealno trebale biti na biljnoj bazi kako bi cijeli proces bio što ekološki osvješten. Što se tiče ispitivanja ciljane skupine, većina se složila kako bi ih brošura izvedena prema postavkama održivog dizajna više zainteresirala.

Cijeli proces izrade grafičkog medija, brošure, obuhvaća elemente različitih strana grafičkog dizajna i grafičke industrije. Kroz stvaranje konkretnog proizvoda jasno je kako se radi o vrlo kompleksnom procesu gdje je planiranje ključno kako bi se spojili funkcionalnost, održivost ali i estetska uravnoteženost.

## 6. LITERATURA

1. \*\*\*<https://en.wikipedia.org/wiki/Brochure/> - *Brochure* , 21.08.2017.
2. \*\*\*<http://www.brochuredesignservice.com/Brochures.aspx> - *Brochure Types*, 21.08.2017.
3. \*\*\*[http://empiread.com/brochure\\_designs\\_and\\_formats/](http://empiread.com/brochure_designs_and_formats/) - *Different types of Brochure Designs & Formats are easy to miss-understand*, 21.08.2017.
4. Poulin R. (2011). *The Language of Graphic Design – An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles*, Rockport Publishers, Inc., Beverly, Massachusetts
5. \*\*\*<http://www.nikolasinkovic.com/likovni-elementi-za-pocetnike/> - *Likovni elementi za početnike*, 10.08.2017.
6. \*\*\*<http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/ploha.htm> – *Ploha*, 11.08.2017.
7. \*\*\*<https://hr.wikipedia.org/wiki/Boja> – *Boja*, 11.08.2017.
8. Lidwell W., Holden K., Butler J. (2003). *Universal Principles of Design*, Rockport Publishers, Inc., Beverly, Massachusetts
9. \*\*\*<https://www.smashingmagazine.com/2015/06/design-principles-compositional-balance-symmetry-asymmetry/> - *Design Principles: Compositional, Symmetrical and Asymmetrical Balance*, 16.08.2017.
10. \*\*\*<http://www.psiholoskicentar-razvoj.hr/?p=40> – *Gestalt psihologija*, 17.08.2017.
11. \*\*\* <https://www.smashingmagazine.com/2014/03/design-principles-visual-perception-and-the-principles-of-gestalt/> - *Design Principles: Visual Perception and the Principles of Gestalt*, 17.08.2017.
12. Sherwin, C.S., *Design and sustainability - A discussion paper based on personal experience and observations\**, The Journal of Sustainable Product Design 2, 4:21-31, 2004
13. \*\*\* [https://en.wikipedia.org/wiki/Green\\_printing](https://en.wikipedia.org/wiki/Green_printing) - *Green Printing*, 20.08.2017.

14. \*\*\*<https://www.greenerprinter.com/ink> – *Ink*, 20.08.2017.
15. \*\*\*[https://en.wikipedia.org/wiki/Paper\\_recycling](https://en.wikipedia.org/wiki/Paper_recycling) – *Paper Recycling*, 20.08.2017.
16. \*\*\*<http://www.arjowigginsgraphic.com/en/sustainability/green-matters/why-use-recycled-papers/> - *Why Use Recycled Papers*, 20.08.2017.
17. \*\*\*<https://minimalistbaker.com/about/> - *Minimalist Baker*, 21.08.2017.