

Revival tvrtke "Alga" - oblikovanje pisma i vizualnog identiteta

Ivanda, Filipa

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Academy of Applied Arts / Sveučilište u Rijeci, Akademija primijenjenih umjetnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:279:785484>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



University of Rijeka
Academy of
Applied Arts

Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Academy of Applied Arts - Repository APURI](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
AKADEMIJA PRIMIJENJENIH UMJETNOSTI

Prijediplomski sveučilišni studij
Grafički dizajn i vizualne komunikacije

ZAVRŠNI RAD

REVIVAL TVRTKE “ALGA”

OBLIKOVANJE PISMA I VIZUALNOG
IDENTITETA

Mentor:

Doc. art. Damir Bralić

Studentica:

Filipa Ivanda, 0287008824

Rijeka, srpanj 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. TIPOGRAFIJA	4
3. VIZUALNI IDENTITET	5
4. TVRTKA ALGA	6
5. IZRADA ZAVRŠNOG RADA	7
6. ZAKLJUČAK	14
7. POPIS LITERATURE	15
8. POPIS SLIKA	16

1. UVOD

Završni rad “ Revival tvrtke “Alga”- oblikovanje pisma i vizualnog identiteta” nastao je uz mentorstvo profesora doc.art Damira Bralića na kolegiju Prošireno tipografsko oblikovanje. Tema ovog rada bila je istražiti tipografsku baštinu na području grada Rijeke te pronaći inspiraciju u pismima koja nisu digitalizirana do danas. Ovaj rad je nastao kao ideja da se nastavni projekt “Revival font” dalje proširi s digitalizacije fonta na njegovu primjenu u oblikovanju vizualnog identiteta. Prilikom istraživanja postavljala su se pitanja kakva je bila tipografija nekad, što je ostalo i što može postati danas.

Odabrala sam Sušačku tvrtku Liječničko-kozmetički laboratorij “Alga” za inspiraciju u oblikovanju vlastitog pisma te je tako nastao varijabilni sans-serifni font pod nazivom Alga. Ova tvrtka je značajno utjecala na naše i strano tržište tijekom tridesetih i četrdesetih godina prošlog stoljeća, a razlog takvog uspjeha su dobra vizualna komunikacija i oglašavanje koji su bili progresivni za to doba. Moja želja je bila oživjeti tvrtku zamišljanjem da se ponovno pokreće i staviti u kontekst današnjeg vremena oblikovanjem suvremene ambalaže.

U izradi sam koristila programe FontLab, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop te Adobe InDesign. Rad je izveden u digitalnoj i analognoj formi.

2. TIPOGRAFIJA

Tipografija je umijeće slaganja tipografskih elemenata, tj. dijelova tiskarskoga sloga (teksta) i ilustracija u jedinstvenu i razumljivu optičku cjelinu. Provodi se uz poštivanje pravila sintakse i kompozicije grafičkoga proizvoda, te tehnološkog zahtjeva grafičke reprodukcije. Tako se tipografija bavi naprimjer izborom prikladnih pismovnih vrsta, veličine znakova, pismovnoga reza, razmaka između redaka i sl., čime se postiže čitljivost otisnutoga teksta i ugodnost čitanja kroz dulje vrijeme.¹

Pod praksu tipografije spada i dizajn slova koji podrazumijeva dosljedno oblikovanje svakog slova. Proces započinje skiciranjem, zatim se donose odluke kako bi se pismo uskladilo te se font digitalizira. Font može biti dio obitelji unutar pisma, koji se sastoji od različitih rezova. Rezovi se mogu oblikovati samostalno ili izvesti iz varijabilnog fonta koji spaja dvije ekstreme, naprimjer od najtanjeg do najdebljeg. Dizajner u procesu digitalizacije radi s Bézierovim krivuljama stavljanjem točaka na ekstreme krivulje i usklađivanjem ručica istih. Pritom se pokušava dobiti sklad na slovnom znaku optimiziranjem broja točaka. Budući da se tipografija i dizajn slova temelje na odnosu pozitivna – negativna, ispunjenog i praznog prostora, ključno je uskladiti razmak među slovnim znakovima i redovima kako bi se postigla idealna “boja” koju tvori paragraf teksta.

¹ Tipografija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/tipografija> Pristupljeno 27.6.2024.

3. VIZUALNI IDENTITET

Vizualni identitet je sustav kojim dizajner stvara priču, značenje, emociju i svrhu neke tvrtke ili proizvoda. Taj sustav se sastoji od grafičkih elemenata poput tipografije, boje, ilustracije, fotografije, simbola itd. Uz pomoć vizualnog identiteta klijent može doprijeti do ciljane publike, pozicionirati se i izdvojiti na tržištu. Pod to spada cjelokupno oblikovanje koje se može primijeniti na ambalažu proizvoda, promotivnih materijala, digitalnih aplikacija, dizajn objava na društvenim medijima i mnoštvo drugih.

4. TVRTKA ALGA

Liječničko-kozmetički laboratorij “Alga” je farmaceutska tvrtka osnovana 1926. godine na Sušaku. Pokrenuli su je dvojica farmaceuta Vlado Kezele i Dinko Budak, a dobila je ime po istoimenom proizvodu za masažu koju je složio D. Budak od prirodnih sastojaka. Pripravak Alga brzo postaje cijenjeni proizvod te dobiva razna priznanja u inozemstvu. Proizvodili su niz pripravaka od kojih sam ja izdvojila pet; Energin, Magna Purga, Hermes, Alga bomboni te Kuki pasta.

Kod “Alge” je specifično što se među prvima na ovim prostorima bavila inovativnim metodama oglašavanja i koristila razne medije kao što su litografski plakati, novinski oglasi, kalendari, prospekti, oglasi na voznom redu te vlastiti priručni savjetnici. Spajajući se s domaćim umjetnicima stvarali su domišljate i bogate vizuale te time pokazali znanje o važnosti kojeg nose vizualni identitet u dopiranju do šire publike.

5. IZRADA ZAVRŠNOG RADA

Izrada završnog rada započela je istraživanjem o tvrtki “Alga” odlaskom u Muzej grada Rijeke gdje se nalazi čitav postav posvećen njenom djelovanju. Postav je dio veće cjeline koja priča o reklami u Rijeci u prošlom stoljeću, a “Alga” je predstavljena kao poduzetna farmaceutska kuća koja nekoliko desetljeća dominira tržištem kvalitetom i raznolikosti proizvoda, njihovim grafičkim oblikovanjem i snažnom medijskom komunikacijom. Predstaviti ću postupak rada kroz dvije faze: izrada pisma i izrada ambalaže.

5.1. IZRADA PISMA

Prikupila sam materijal – fotografije, članke, audiozapise i druge koji su služili kao inspiracija u daljnjem radu. Proučavanjem korištene tipografije odredila sam glavne značajke poput secesijskog stila, dekorativnost u tipografskom oblikovanju te korištenje različitih rezova uglavnom serifnih fontova

Osvremenila sam font tako što sam ga lišila serifa i dalje bazirajući se na zanimljivim secesijskim formama. Među prvim odlukama je bilo vizualno “otvoriti” unutrašnji negativni prostor slova uvlačeći zaobljeni potez slova u nj. Također na početku je određeno da će font biti varijabilan, što je dodatno utjecalo na postupak izrade. Budući da se kod izrade varijabilnog fonta koriste dvije ekstreme, tijekom crtanja slova nisam oblikovala tanki rez odvojeno od podebljanog već sam ih oblikovala paralelno (vidi sl. 1. i 2.) primjenjujući logiku jednog na drugi i obrnuto. Skice su potom skenirane i ubačene u Fontlab program koji služi kao uređivač fontova. Na kraju je digitaliziran font sa setom kurenata, verzala i brojeva. Font dolazi s dodatnim setom slovnih znakova “A” i njegovih varijacija među kojima je slovo “A” s “repmom” inspirirano ikoničnim logom “Alge”. Nakon dorade oblika i usklađivanja razmaka, font je bio spreman za korištenje i dodavanje u program. Predviđena namjena fonta je izrada vizualnog identiteta, na ambalaži, plakatima, web stranicama i ostalo.

5.2. REVIVAL SPECIMEN

U sklopu kolegija Prošireno tipografsko oblikovanje dodijeljen nam je projekt “Revival font” za kojeg smo izradili vlastito pismo inspirirano secesijskim fontovima pronađenih na području rijeke i okolice. Na kraju semestra, na završnoj izložbi Akademije primijenjenih umjetnosti u Rijeci, predstavljen je zajednički specimen oblikovan po uzoru na tadašnje novine (vidi sl. 3.).

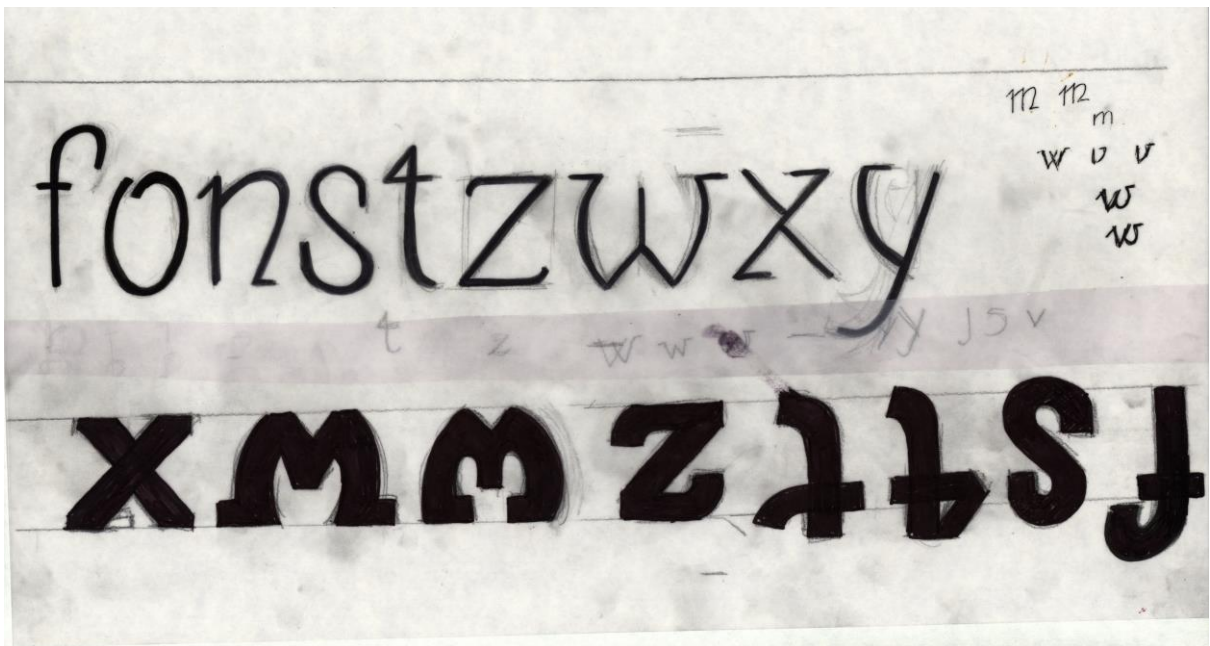
Svatko je svoj font predstavio kroz par stranica u duhu secesijskog novinskog oblikovanja pa su se tako našle razne kategorije poput vijesti iz turizma, oglašavanje proizvoda i usluga, članci, sportske vijesti i druge.

Uz predstavljanje vlastitog fonta dizajnirala sam i vizual za naslovnu stranu (vidi sl. 4.) pod mentorstvom profesora doc.art. Damira Bralića.

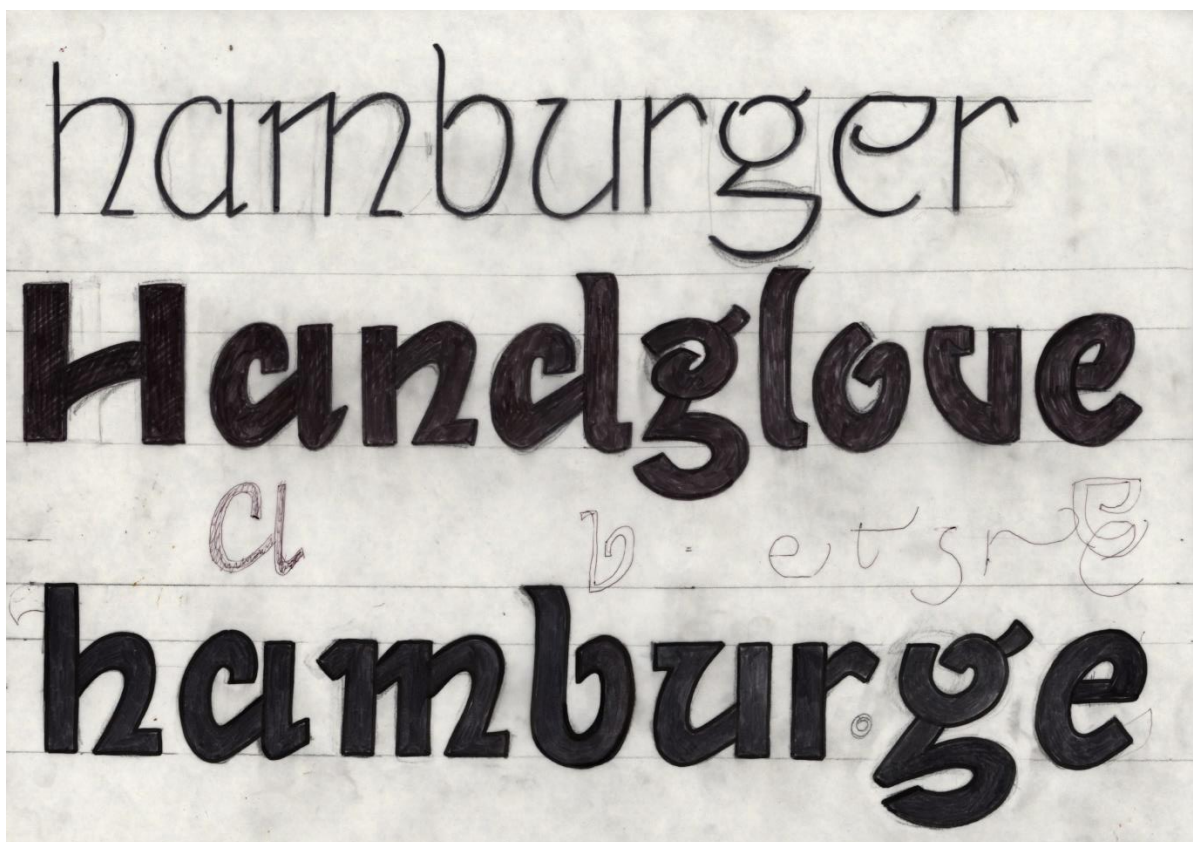
5.3. IZRADA AMBALAŽE

Izrada ambalaže veže se na priču o novinama budući da je tvrtka “Alga” ulagala veliku pažnju na oglasni prostor u novinama. Njihov bogati asortiman reklamiran je kroz čitavu Jugoslaviju te su tako postigli veliki uspjeh na tržištu.

U postupku izrade ambalaže proučavala sam grafičke elemente u vizualima “Alge” te ih primjenjivala na suvremen način. U dizajniranju sam koristila isključivo svoj font koji na ambalaži ima informacijsku i dekorativnu svrhu. Cilj je bio postići dojam secesijske ornamentike bez njenog korištenja kako bi pismo došlo do izražaja. Kod izrade sam prvo dizajnirala oglasne okvire i nazive proizvoda unutar njih, potom sam slagala neočekivane kompozicije koje izlaze izvan okvira etikete, a unutar njih sam smjestila ponavljajuće logotipe i medalje inspirirane Alginim uspjehom (vidi sl. 5. i 6.). Takav repetitivni uzorak temelji se na Alginom postojećem dizajnu u kojem su okupirali prostor ambalaže, plakata i oglasa svojim logotipom. Na ambalažu je uklopljen i prikaz lika koji govori o djelovanju proizvoda na određeni dio organizma. Etikete su potom printane na Fabriano papiru i prilagođene obliku ambalaže (vidi sl. 7. i 8.). Dizajnirani proizvodi su: Alga bomboni, Magna purga, Kuki pasta, Olet i Energin.



Slika 1 Skice za izradu fonta



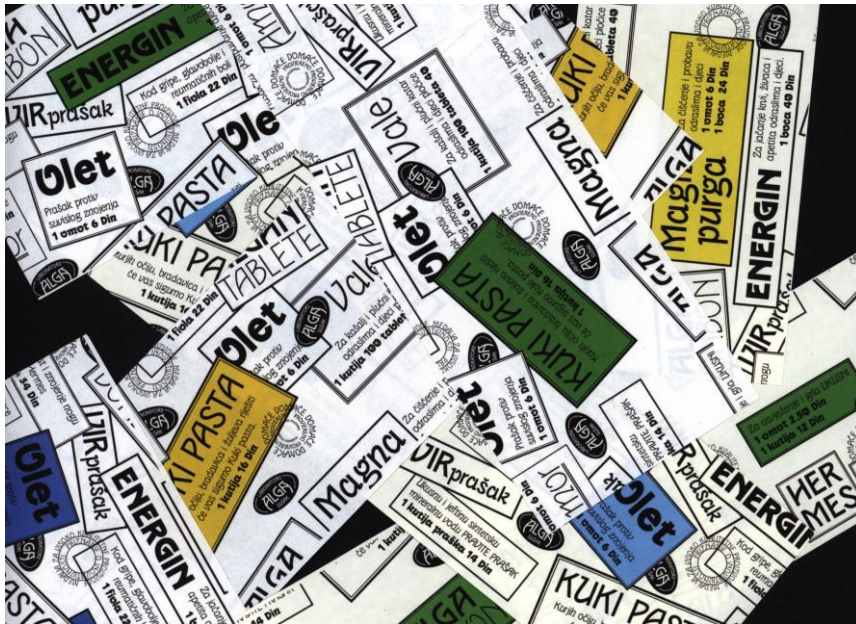
Slika 2 Skice za izradu fonta 2



Slika 3 Font Alga u upotrebi, stranice iz novinskog specimena



Slika 4 Font Alga u upotrebi, stranice i naslovna iz novinskog specimena



Slika 5 Skice za ambalažu



Slika 6 Skice za ambalažu 2



Slika 7 Sken finalne ambalaže



Slika 8 Fotografija finalne ambalaže

6. ZAKLJUČAK

Završni rad obuhvaća oživljavanje fonta iz riječke povijesti, točnije tvrtke “Alga” što je naposljetku dovelo do oživljavanja i samog brenda. Dizajnirala sam ambalažu koristeći novonastali font Alga, korištenjem oglasnog prostora kao slobodnog i otvorenog, ponavljanjem elemenata te stvaranjem dojma ornamentike .

Rezultat završnog rada je varijabilni font i usklađena serija ambalaže. U procesu izrade shvatila sam da se priča može još proširiti i da, kao što priliči cjelokupnom vizualnom identitetu, ovaj projekt ne završava samo s dizajnom ambalaže. Otvorila su se nova pitanja i mogućnosti vezane za oblikovanje vizualnog identiteta te mislim da ću i dalje nastaviti raditi na ovom projektu.

7. POPIS LITERATURE

1. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Tipografija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. URL:<https://www.enciklopedija.hr/clanak/tipografija> (Pristupljeno 27.6.2024.)
2. Muzej grada Rijeke, LJEKARNIČKO-KOZMETIČKI LABORATORIJ ALGA. URL:<https://www.muzej-rijeka.hr/online-arhiva/reklama-u-rijeci/ljekarnicko-kozmeticki-laboratorij-alga.html> (Pristupljeno 27.6.2024.)
3. Zale, Vizualni identitet: Definicija, elementi i savjeti, URL: <https://zale.hr/vizualni-identitet-definicija-elementi-i-savjeti/> (Pristupljeno 27.6.2024.)

8. POPIS SLIKA

Slika 1 Filipa Ivanda, Skice za izradu fonta, olovka na papiru, 2024.

Slika 2 Filipa Ivanda, Skice za izradu fonta 2, olovka na papiru, 2024.

Slika 3 Filipa Ivanda, Font Alga u upotrebi, stranice iz novinskog specimena, printani primjerak, 2024.

Slika 4 Filipa Ivanda, Font Alga u upotrebi, stranice i naslovna iz novinskog specimena, printani primjerak, 2024.

Slika 5 Filipa Ivanda, Skice za ambalažu, printani i skenirani primjerak, 2024.

Slika 6 Filipa Ivanda, Skice za ambalažu 2, printani i skenirani primjerak, 2024.

Slika 7 Filipa Ivanda, Sken finalne ambalaže, printani i skenirani primjerak, 2024.

Slika 8 Filipa Ivanda, Fotografija finalne ambalaže, printani primjerak, 2024.