ILUSTRIRANA MAPA ZAGREBA

Lulić, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Algebra University College / Visoko učilište Algebra**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:225:627561

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

Algebra Univerity College - Repository of Algebra Univerity College

ALGEBRA
VISOKO
UČILIŠTE

Ilustrirana mapa Zagreba

Voditelj: dr.sc. Siniša Bogdanović
Mentor: Ivan Križan
Studentica: Valentina Lulić

Akademska godina 2019./ 2020., u Zagrebu 13. veljače 2020. godine

Pod punom odgovornošću pismeno potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvore te ih jasno označila znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spremna sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovog rada.

U Zagrebu, 13. veljače 2020. godine

Valentina Lulić

Sažetak

U svrhu ovog završnog rada nastoji se kreirati alternativnai inačica ilustrirane mape Zagreba, koja bi se koristila za promidžbu Turističke zajednice grada Zagreba. Uvidjela se potreba za ovakvom vrstom mape prilikom samog istraživanja, kao i sama ideja da se grad na ovakav način prezentira. Mapom se želi se pristupiti turistima i posjetiteljima kroz suvremen, zanimljiv i privlačan ilustracijski pristup. Njezin se dizajn primjenjuje na torbe, majice, notese, naljepnice, razglednice i ostale promidžbene materijale. U sklopu ovoga rada osmišljena je i prototip mobilne aplikacije s interaktivnom ilustriranom mapom koja može poslužiti za daljnji razvoj aplikacije s novim funkcionalnostima i sadržajima.

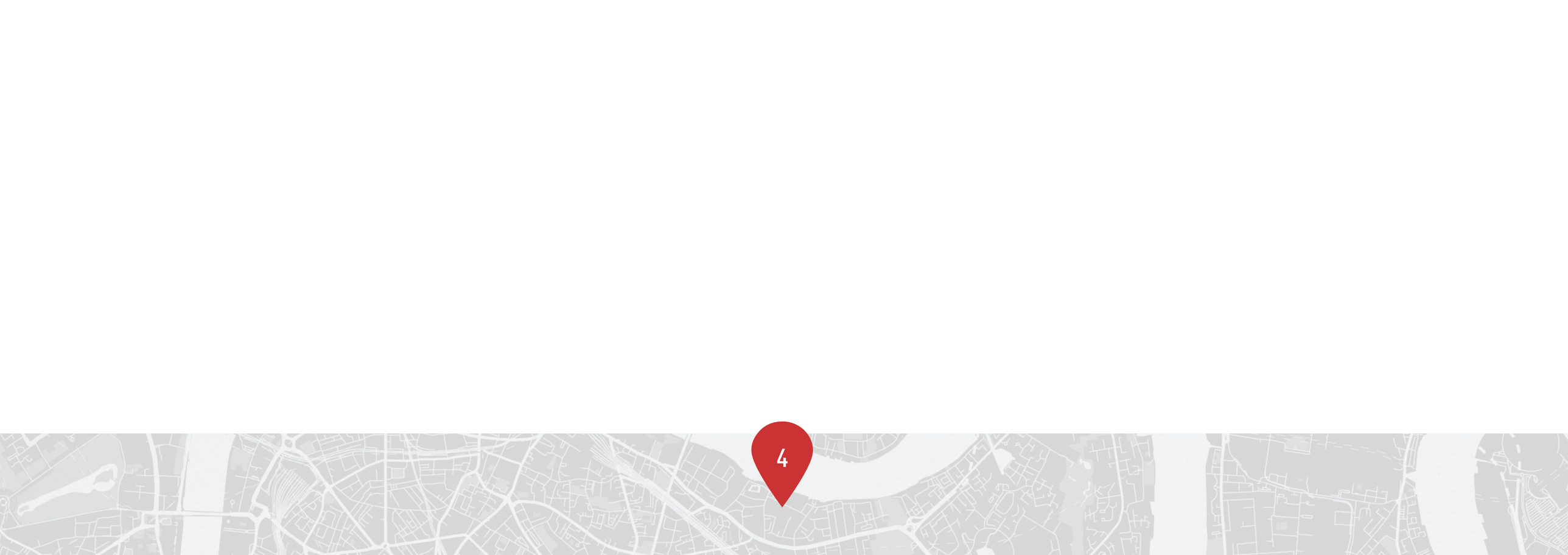
Prvi dio rada posvećen je istraživanju i provedenoj anketi. Na osnovi dobivenih podataka o ciljnoj skupini, a potpomognuti istraživanjem konkurenata bilo je jasno u kojem je smjeru trebalo kreirati krajnje rješenje. Drugi dio rada obuhvaća kreativni koncept. Poglavlje unutar knjige u kojem se nalazi razrada ideje objašnjava grafičke standarde u kojem je istaknut logotip, boje, tipografija i ostali pomoćni elementi te na koncu finalno rješenje. Zatim slijede aplicirana mapa i izdvojeni segmenti na proizvodima. Predstavljen je prototip mobilne aplikacije *Meet Zagreb* i društvene mreže. Na samome su kraju rada doneseni zaključci o odabiru teme i konačni rezultat ovog završnog rada.

Obrazloženje teme 4
Opis teme 5
Povijest 6
7 Cilj i provedba istraživanja
On line anketa
Konkurencija domaća/ inozemna
Moodboard 14
15 Skice i razrada idejnog rješenja
17 Grafički standardi
Logotip - boja
Logotip - crno/ bijelo - pozitiv
Logotip - crno/ bijelo - negativ
Logotip - zaštitni prostor
Logotip - dopuštena umanjenja/ uvećanja
Logotip - pozicija na proizvodu
Logotip - pravila apliciranja
Sustav boja
Boja logotipa
Dopunske boje
Sustav tipografije
Primarna tipografija
Sekundarna tipografija
Finalno rješenje 31
Ilustrativna mapa
Mapa s direktorijem
Opisna mapa
Aplikacije 43
Bedž
Platnena torba (ceker)
Jastuk
Laptop torba
Majica
Maskica za mobitel
Naljepnice
Rokovnik
Naljepnica za laptop
Poster
Podmetači za čaše
Razglednica
Zidne naljepnice
Šalica
59 Digitalni medij
Mobilna aplikacija Meet Zagreb
Društvene mreže
Instagram
Facebook
Evaluacija komercijalnog potencijala 69
Metoda provedbe
Rezultati i preporuke
72 Zaključak
73 Literatura

Obrazloženje teme

Ilustrirana mapa Zagreba osmišljena je kao alternativna inačica klasične mape na kojoj su istaknute znamenitosti; trgovi, parkovi, muzeji, dvorane i ostali bitni sadržaji. Prepoznatljivi su stilizirani i ilustrirani motivi koji dočaravaju gradsku atmosferu.

Potreba za ovom vrstom mape uvijela se prilikom putovanja u europske metropole. Gradovi poput Pariza, Belina, Londona i Barcelone ovakvom vrstom dizajna već su prije prepoznali velik utjecaj na mladu urbanu publiku. Zadnjih je nekoliko godina takva vrsta dekorativne mape zaživjela te sve više privlači svojim dizajnom. Ova je mapa rađena je prema osobnom, prepoznatljivom stilu. Boje su pomno birane i prilagođena tipografija.



Opis teme

Mapa ili karta (srednjovjekovni latinski - *mappa*) obično je umanjen prikaz nekog dijela Zemljine površine koja je namijenjena upotrebi za različite tehničke, naučne, kulturne i ostale potrebe. Mape su se ponajprije koristile za navigaciju. Kroz prošlost i novija doba digitalizacije mape dobivaju dobivaju drukčiju dimenziju kako u tehničkom tako i umjetničkom smislu, gdje nisu samo isključivo tehnički precizne i ne prikazuju samo strogo određene rute, udaljenost ili topografske značajke, nego sadržajno prate trendove i postaju dio pop-kulture.

Ilustrativna mapa doživjela je pravi uspon u posljednjih nekoliko godina. Za razliku od klasičnih mapa, ilustrativne mape mogu biti ispunjene zabavnim detaljima, bojama i neobičnim teksturama pomoću kojih želimo uistinu dočarati atmosferu i karakter grada. Izrada illustrativne mape zahtjevna je kompozicija u kojem dizajner/ umjetnik unosi osobnu interpretaciju i viđenje određene geografske cjeline (državu, otok, grad i naselje) te je personalizira i daje joj novu dimenziju. Kao takva forma danas je neizostavna u suvremenoj umjetnosti.

Kao što navodi Antonis Antoniou, urednik poznate knjige „A Map of the World: The World According to Illustrators and Storytellers": „*Karte su se pokazale svestranim medijem kojim možemo izraziti svoju radoznalu narav i smisliti svoj fizički svijet. U jedinstvenom vizualnom obliku možemo uspostaviti red prisvajanjem stvarnosti i njenih složenih slojeva. To je nastojanje koje potiče opojan osjećaj moći u korištenju znanja. Mape djeluju kao posrednici za iskustva stvarna ili izmišljena.*"[1]

Moj je cilj bio izraditi ilustrativnu mapu grada Zagreba kojom se želi privući pozornost ovakvim kreativnim pristupom. Ovakva alternativna/ dekorativna mapa kao forma otvara puno prostora za kreativnost i ostavlja mjesto za inspirativan dizajnerski pristup. Na ovaj sam način prenijela vlastita iskustva i poimanja grada nakon desetogodišnjeg života u Zagrebu.

[1]Antoniou, A.; Klanten, R.; Ehmann, H.; Helige, H. 2013. A Map od the World: The World According to Illustrators and Storytellers. Gestalten.

Povijest

Kartografija (*karta + grafija*) stoljetna je znanost i umjetnost izrade karata. Jednim od nastarijih kartografskih dokumenata smatra se glinena ploča iz Mezopotamije (oko 3800. pr. Kr.). Kartografija je znatno napredovala u drevnoj Grčkoj. Početkom drugog stoljeća širenjem kršćanstva, u kartografiju su ušli biblijski motivi te su karte bile kružna oblika. U srednjem su se vijeku mape počele izrađivati gravurama u drvetu i na bakrenim pločama. Uslijedila je izrada pomorskih karata. Veliki napredak dogodio se tijekom 15. i 16. stoljeća, te su se prve karte cijele Zamlje počele pojavljivati nakon Kolumbove plovidbe.

Moderne su mape postale sve točnije i preciznije tijekom 18. i 19. stoljeća primjenom znanstvenih metoda, kada su mnoge države pokrenule svoje nacionalne programe izrade karata. Široka upotreba zrakoplovnih fotografija nakon Prvog svjetskog rata doprinijela je visokoj razini geografske točnosti. Pojam digitalne kartografije javio se u 60-im godinama 20. stoljeća, a podrazumijeva primjenu računalne tehnologije u kartografiji te je usko povezana s izumom digitalizatora i plotera. Uz izradu karata i atlasa na papiru uslijedio je njihov digitalni oblik te nova generacija kartografskih proizvoda, elektroničke i interaktivne karte i atlasi.

S vremenom su svi gradovi, države, a tako i cijeli svijet temeljito preslikavali na mape, no umjetnici i kartografi nastavili su izrađivati nove mape već poznatih mjesta. Bez obzira na to što se nalazimo u vremenu razvijenih navigacijskih sustava i Googleovih mapa, osobna tumačenja svijeta mapama postaju sve relevantnija.

Umjetnica Ruth Watson u svojem istraživačkom radu navodi: „*Današnje umjetničke prakse kreću se od korištenja vrlo složenih tehnologija ili nevjerojatno jednostavnih „uradi sam“ metoda, ali sve utjelovljuje novi naglasak na autora kao korisnika mape, koji je naklonjen svojoj publici i prilagođava se njezinom senzibilitetu. Umjetnik i javnost zbližavaju se - komuniciraju međusobno izravnije. Povezanost s promjenama u samim tehnologijama mapiranja - GPS, softverskim programima za mapiranje, utjecajem Google mapa dolazi u paraleli s promjenama i u samoj umjetnosti te potiče sve veći “prelazak” između tih dvaju polja.*”[2]

Kartografija je bila podložena promjenama, a u današnje vrijeme više nego ikad. Sve više ljudi uključuje se u izradu karata, a većina njih koristi samo za jednu svrhu. U kontekstu proizvoda karte mogu biti dvije vrste krajnjeg proizvoda, jedan koji daje prostorne informacije, ali i drugi privremeni proizvod koji olakšava vizualno razmišljanje.

Kao što Nedjeljko Frančula u svojem stručnom članku navodi: „*Ono što je počelo kao korisno pomagalo, za tradicionalnog se kartografa preobratilo u monstruma, jer gotovo svatko ima pristup alatima koji su nekada bili u rukama isključivo kartografa stručnjaka. U svijetu u kojem svatko može izraditi kartu, tko još treba kartografa? Paradoksalno je ali potreba za dobrim kartografskim oblikovanjem sada je veća nego ikad prije.*”[3]

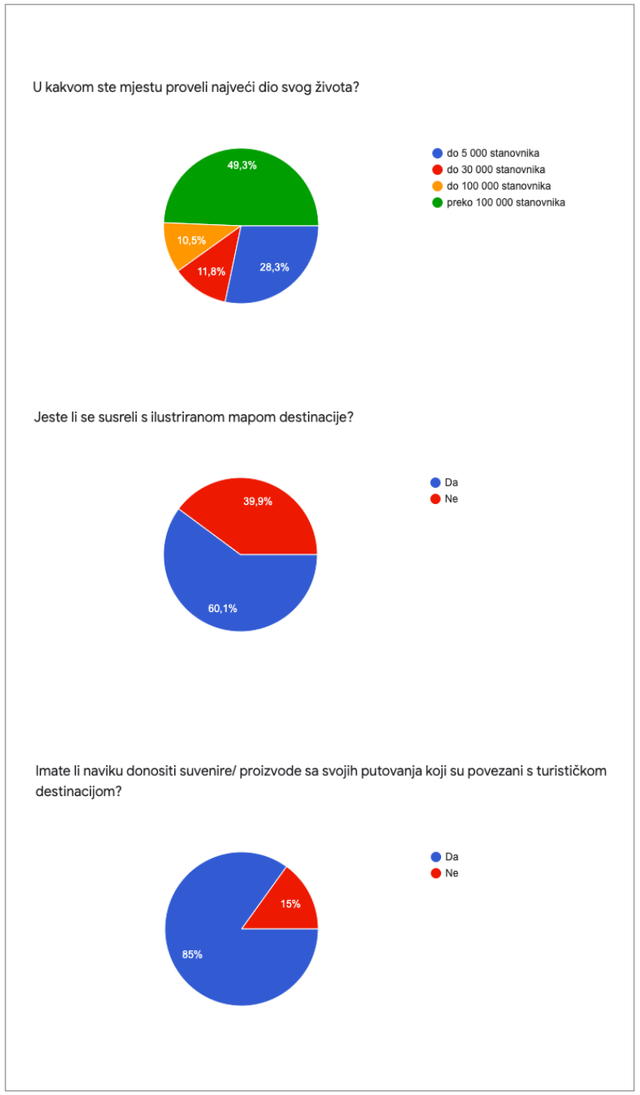
---

[2]Watson, R. 2009. Mapping and Contemporary Art, The Cartographic Journal 46/4. 303.;
[3]Frangeö, S.; Frančula, N.; Lapaine, M. 2002. The Future of Cartography, KIG. 19.

Cilj i provedba istraživanja

Cilj istraživanja bio je doći do ispitanika koji pripadaju dobnoj skupini od 15 do 35 godina. U tu skupinu ljudi ubrajeni su tinejdžeri, milenijalci, studenti i mladi urbani ljudi koji imaju običaj putovati i pratiti nove trendove. Odgovori na navedena pitanja u anketi poslužili su kao orijentacija za nastavak rada.

On line anketa



Provedena anketa u sklopu istraživanja izrađena je u Googleovu obrascu te je poveznicom poslana ispitanicima na društvenu mrežu Facebook. Prikupljen je dosta veliki broj, čak 153 ispitanika, koji su odgovarali na nekoliko pitanja na temelju čega sam došla do sljedećih bitnih informacija: Prosječna dob ispitanika: 25, 2 godine - Stupanj obrazovanja: srednja škola 48,7 %, fakultet 46,1 %. - Zaposlenost: 71,1 % je u radnom odnosu, nezaposlenih 3,3 %, studenti 25 %, Najveći dio svog života provelo je 49,3 % ispitanika u mjestu s više od 100 000 stanovnika, 28,3 % ispitanika provelo je u mjestu do 5 000 stanovnika, 11,8 % ispitanika provelo je u mjestu do 30 000 stanovnika i 10,5 % ispitanika provelo je u mjestu do 100 000 stanovnika. U zadnjih su godinu dana 6,8 puta prosječno putovali izvan svojeg mjesta stanovanja.

Pitanjem imaju li naviku donositi suvenire / proizvode sa svojih putovanja koji su povezani s turističkom destinacijom 85 % ispitanika odgovorilo je potvrdno, dok je 15 % ispitanika odgovorilo niječno.

Slijedilo je pitanje što obično donose kao suvenir s putovanja, te se doznalo sljedeće: 85,3 % ispitanika donosi magnete 24,8% ispitanika donosi majice 15,5 % ispitanika donosi platnene torbe 7,8 % ispitanika donosi bilježnice / notese 7,8% ispitanika donose naljepnice 5,4 % ispitanika donosi dodatke za gadgete (torbe za laptope, futrole za tablete itd.) 30,2 % ispitanika donosi šalice 42,6 % ispitanika donosi razglednice / fotografije 46,5 % ispitanika donosi bedževe sa svojih putovanja.

Postavljeno im je pitanje jesu li se susreli ilustriranom mapom destinacije, na što je 60,1 % ispitanika odgovorilo potvrdno, a 39,9 % ispitanika je odgovorilo da se nije srelo s ilustriranom mapom destinacije.

Na pitanje o tome koliko im se sviđaju ilustrirane mape (uz prikazane primjere) na ljestvici od 1 (nimalo mi se ne sviđa) do 5 (u potpunosti mi se sviđa) dali su ocjenu 4, 53, odnosno izražavaju vrlo visoku razinu sviđanja.

Inovativnost navedenih ilustrativnih mapa ocjenjuju 4,01 na ljestvici od 1 (nimalo inovatnivno) do 5 (iznimno inovativno).

Kod procjene namjere kupnje takvog ili sličnog proizvoda, dobivena je prosječna vrijednost od 3,63 na ljestvici od 1 (nimalo vjerovativno da ću kupiti taj proizvod) do 5 (iznimno vjerovatno da ću kupiti taj proizvod).

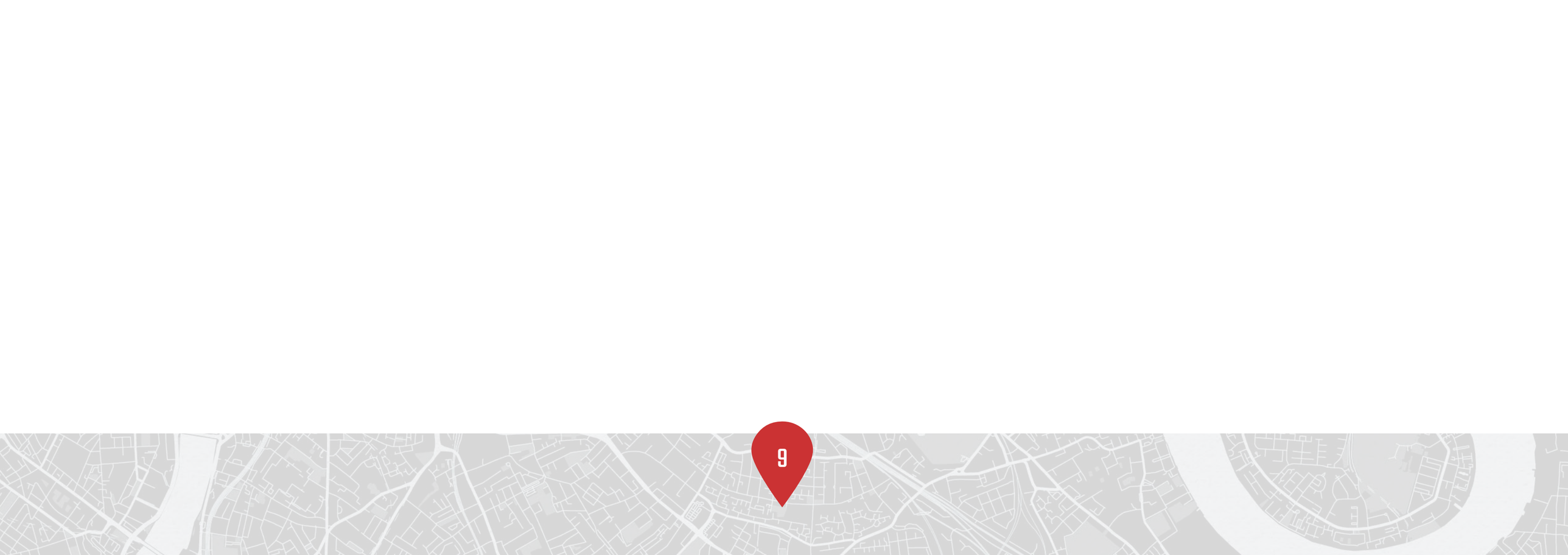
Zaključak provedene ankete:

- iznenađujuće veliki postotak (40 %) nije se uopće susreo s ilustriranom mapom neke destinacije, od čega se je više od 90 % njih vrlo pozitivno reagiralo na ideju o postojanju ilustrirane mape, što je potvrdilo moju ideju za realizacijom takve mape za grad Zagreb
- moja ciljna skupina se izjasnila u velikom postotku da često putuje
- u velikom postotku (85%) na putovanjima dio svog budžeta odvajaju za suvenire
- veliki broj ispitanika ocijenio je visokom ocjenom inovativnost apliciranja ilustrativne mape na proizvode
- preko 85 % ispitanika bi se odlučilo kupiti proizvod s ilustriranom mapom

Konkurencija - domaća i inozemna

U ovome je radu bilo bitno proučiti konkurenciju na tržištu i ima li je. Ako konkurencija postoji, potrebno je pomno promotriti proizvod, cijenu i promociju. Istražena je domaća i strana konkurencija.

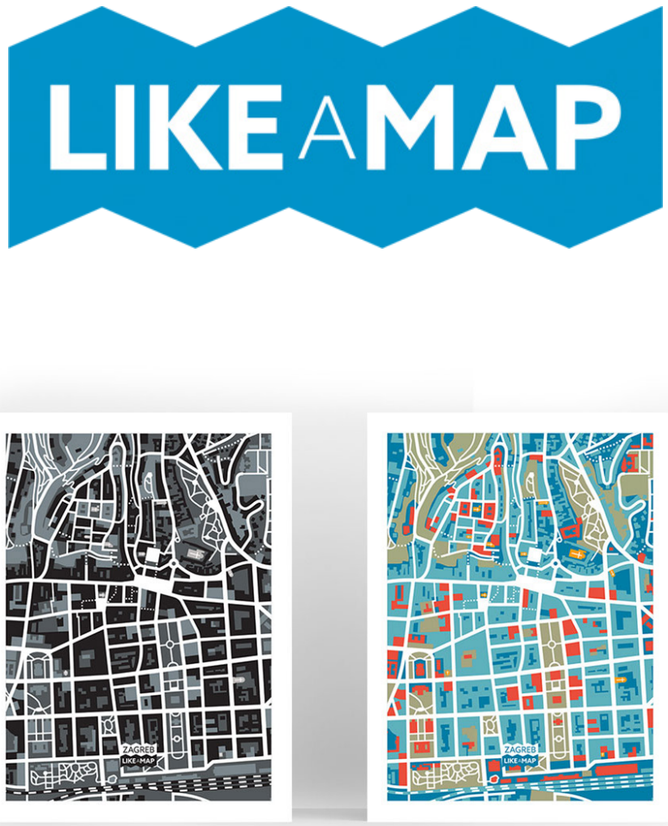
Domaća konkurencija su mi: Maja Tomljenović i Like a Map, dok su mi inozemna konkurencija: Nina Mašina i Tom Wolley.



Domaća konkurencija

Maja Tomljenović ilustratorica je i grafička dizajnerica iz Samobora. Kao grafički dizajner radila je više od deset godina, a nakon toga se isključivo počela baviti ilutracijom. Popularnost je stekla kada je otvorila profil na američkoj online platformi *Etsy*. Obožava ilustrirati motive ulica, gradova, prirode, životinja, biljaka a posebno žena. Njezin stil ilustracija životopisan je i ženstven. Prepoznatljivost njezina rada je u razigranim motivima i svijetlim bojama. Izazov joj je prestavljao ilustriranje poluotoka i otoka, jer je zahtjevalo istraživanje prije samog rada. Ilustrirala je hrvatske otoke: Brač, Hvar, Krk i Vis. Maja Tomljenović nudi čitav niz usluga dizajniranja i ilustracija, uključujući: modu, dizajn ambalaže, pisma, brendiranje, dizajn logotipa itd. Dizajnirala je ilustrativnu mapu svih adventskih odredišta na jednom mjestu za konceptualni dućan Kofer u centru Zagreba. Projekt joj je bio da napravi božićna pakiranja za njihove proizvode od kojih je jedan motiv bio mapa *Advent u Zagrebu*. U ponudi su bile limene svijeće, kutije, začini, čajevi, planeri, vrećice, čestitke itd.

Domaća konkurencija



Like a Map proizvodi su dizajnirani i proizvedeni u Hrvatskoj u kreativnoj suradnji dizajnera i kartografa. Inspirirani oblicima gradskih planeta u jasnom grafičkom prikazu i jedinstvenom identitetu svakog grada. Dva su stručnjaka udružena u svoj brand *Like a Map* kako bi ponudili ideju suvremenog suvenira koji bismo željeli koristiti svaki dan kao životni proizvod koji će dočarati naše dojmove sa putovanja. U kolekciji *Like a Map* mogu se pronaći originalne bilježnice, torbe, jastučnice i plakati s dizajniranim grafičkim kartama gradova Zagreba, Hvara, Dubrovnika i Rovinja. Proizvodi su visokokvalitetni i dostupni u dvije boje. Neprestalno šire ponudom novih proizvoda.

© SARAJEVO DINGBATS

Inozemna konkurencija

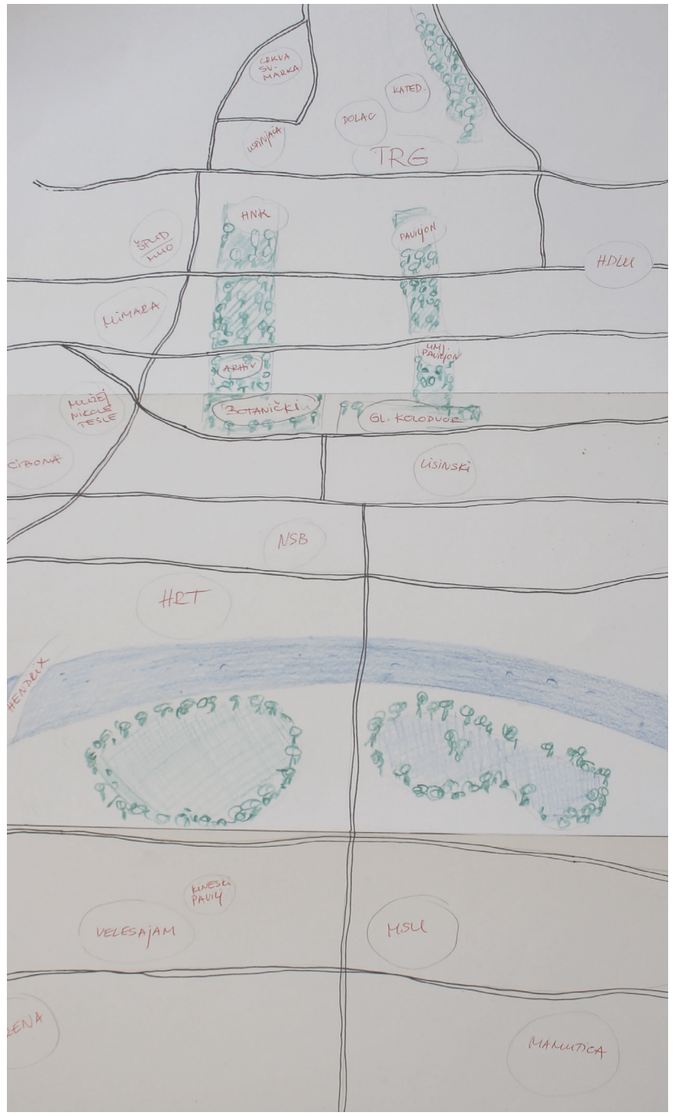
Nina Mašina (Aleksandra Nina Knežević) grafička je dizajnerica, ilustratorica i tipografkinja. Njezin prepoznatljivi, svježi i suvremeni rad komunicira s vizualnim jezikom kroz razigranu tipografiju i grafiku. Njezini su projekti nagrađivani širom svijeta i objavljeni u časopisima specijaliziranim za dizajn i umjetnost (*Communication Arts, Luerzer's Archive, Print, Dzed & Confused, Fontmagazine*). Godine 2010. njezin je rad ubrojan među 200 najboljih ilustratora na svijetu ("*Luerzer's Archive: 200 Best Illustrators Worldwide 09-10*"). Od 2006. do 2010. bila je predsjednica Bosanskog udruženja primijenjenih umjetnika i dizajnera. Za svoj je projekt *Sarajevo Dingbats* ilustrirala i stilizirala piktograme, prepoznatljive motive i kartu Sarajeva, za što je dobila nagradu *Collegium Aristicum*, a uz to je 2016. godine osvojila prvu nagradu na natječaju *Pišem ti Bosančicom*.

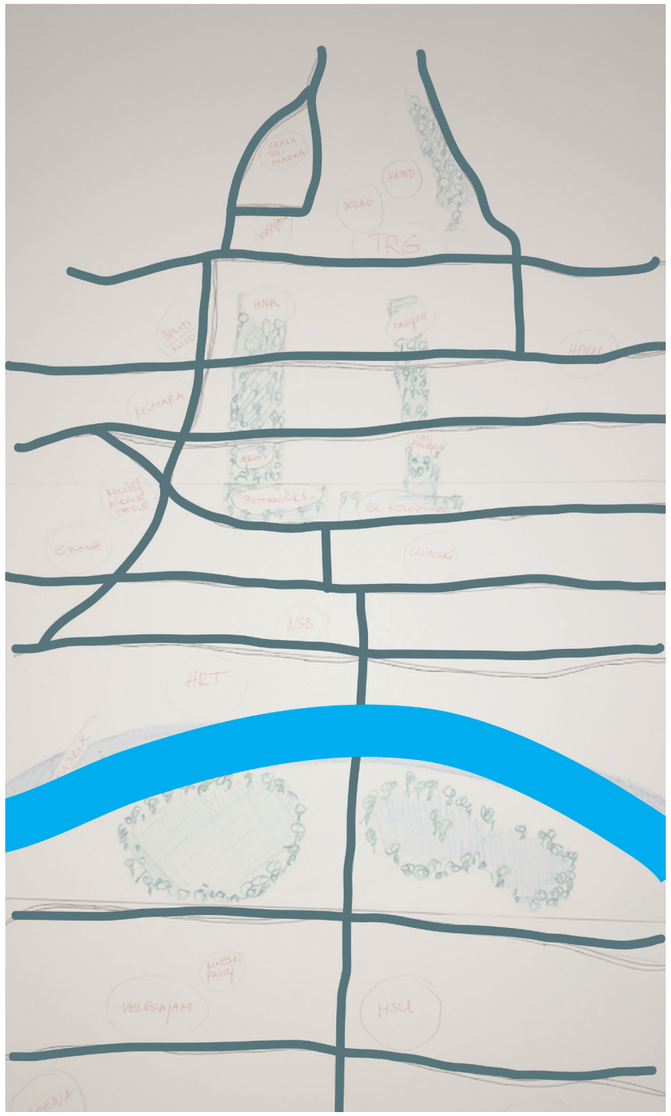
Inozemna konkurencija

Tom Wolley ilustrator je sa sjedištem u Birminghamu, Velika Britanija. Specijalizirao se za ilustrirane karte, 3D dijagrame i vektorske radove. Studirao je medijsku komunikaciju i videoprodukciju na Sveučilištu u Bardfordu. Ima popriličan broj poznatih klijenata na raznim područjima, a neki od njih su: *Lonely Planet, Wildlife Trust, Woodland Trust, Hilton Hotels, Simon & Schuster Publishing, Usborne Publishing*, časopis *Computer Computer Magazine*, časopis *Esquire*, *National Museum of Railway, McCain Foods, Jet2, King's College London* i muzeji *Leeds* itd.

Moodboard

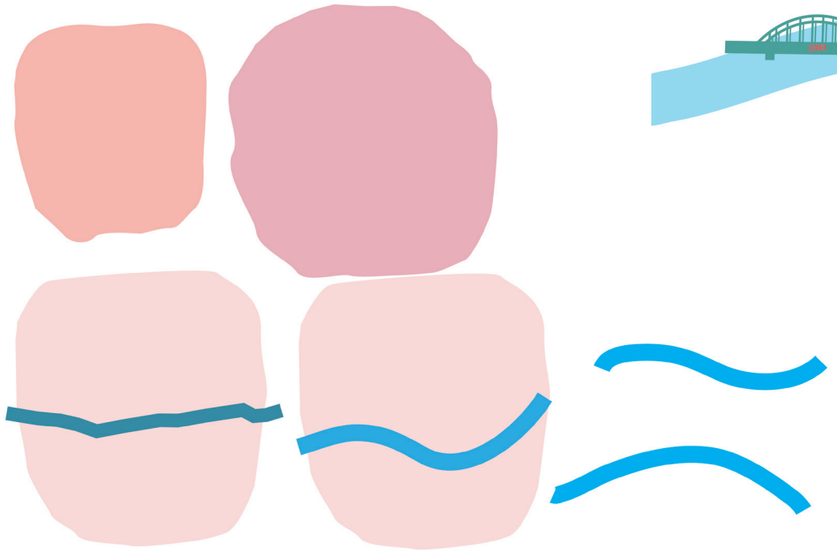
Moodboard (od engl. *mood* – raspoloženje i *board* – ploča) slojeviti je kolaž od slika, tekstova ili predmeta složenih u kompoziciju kako bi se ispričala priča i ideja. *Moodboard* je u ovom radu poslužio kao inspiracija. Povezao je elemente u cjelinu tako da vizualno približi stil, ilustraciju, dizajn, tipografiju i paletu boja ovog rada. Kao što možemo vidjeti, fotografije prikazuju mape ulica, vektorske motive građevina, rukopinu tipografiju, pastelne tonove boja i neke od promotivnih materijala (majica, bilježnica, torba, vrećica, šalica itd.). U kružnom elementu fotografija prikazuje i mobilnu mapu, što znači da će mapa biti dostupna i putemobilne aplikacije, ne samo fizički.
Predložene mape su jednostavnog, stiliziranog i dekorativnog karaktera radi lakšeg iščitavanja. Ideja je mape naglasak na glavnim ulicama te bitnim znamenitostima grada Zagreba.





Skice i razrada idejnog rješenja

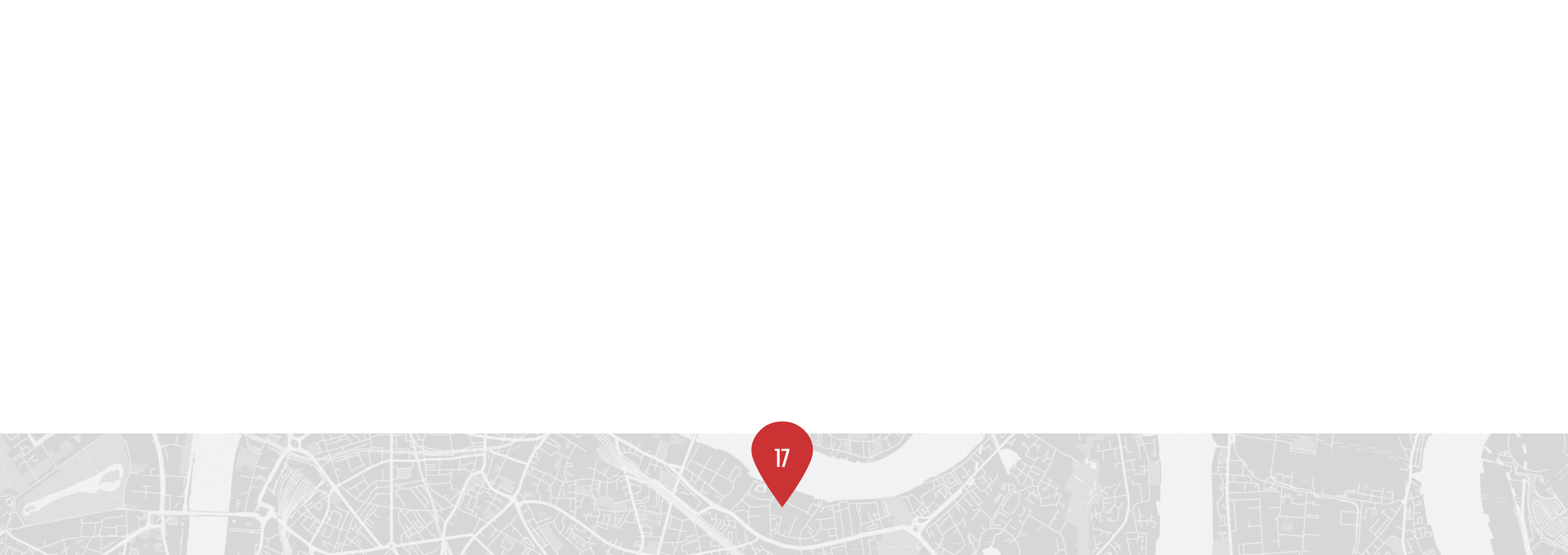
Prilikom samog početka skiciranja proučavala sam kartu Zagreba pomoću *Google Mapsa* i ostalih fizičkih karata koje sam dobila u Turističkoj zajednici grada Zagreba. To mi je pomoglo da odaberem glavne orijentire koje ću ravnomjerno rasporediti. Nakon toga je uslijedilo grubo skiciranje, iscrtavanje glavnih prometnica (cesta, rijeke itd.). Na taj se način postigao oblik karte. Skenirala sam svoju skicu i ilustrirala u Adobe Ilustratoru. Znamenitosti i građevina koje sam također grubo pozicionirala i rasporedila na skici karte. Nakon samog proučavanja krenula sam u izradu stiliziranih plošnih objekata koje sam ilustrirala u Adobe Ilustratoru. Isprobavala sam boje koje bi odgovarale za pozadinu te uspoređivala s objektima kao glavnim orijentima za postavljanje točnog tona boje. Pozadinom i bojom pokušala sam objediniti stilizirane objekte i elemente, ali da se ističu iz pozadine. Dodala sam pojedine oblike i poigrala se detaljima kako bi kompoziciju učinila zanimljivom i skladnom.



Skice i razrada idejnog rješenja

Grafički standardi

Grafički standardi osnovni su i polazni dokument u daljnjem razvoju ilustrirane mape. Nužno je postaviti striktnu standardizaciju svih vizualnih i grafičkih elemenata. Zbog lakše i pravilnije primjene postavljeni su uvjeti i standardi za logotip, boje i tipografiju.



Logotip - boja

Logotip se koristi gotovo uvijek uz ilustriranu mapu. Također se koristi na nekim izdvojenim elementima i proizvodima poput majice. Boja logotipa definirana je na stranici 26. Ostale boje logotipa koje se koriste definirane su na stranici 27.

Logotip - crno/ bijelo - pozitiv

Koristi se na bijeloj (svijetloj) podlozi kada je repodukcija ograničena na crnu boju.

Logotip - crno/ bijelo - negativ

Koristi se na crnoj (tamnoj) podlozi kada je reprodukcija ograničena na crnu boju.

Logotip - zaštitni prostor

Zaštitni prostor je minimalni slobodni prostor oko znaka. To znači da u tom prostoru ne smiju ući nikakavi grafički elementi koji bi narušili prepoznatljivost. Slovom ***a*** označeni je slobodnin prostor oko znaka.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent eu iaculis orci, id viverra mauris. Curabitur odio justo, eleifend eget finibus non, scelerisque nec tortor. Praesent malesuada at justo id finibus. Proin quam massa, fermentum id ultricies non, commodo dignissim felis. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Etiam sodales elit nec enim tempor, ac luctus ipsum ultrices. Maecenas suscipit, est ultrices sa c ut imperdi- et quam. Do odio nibh sit amet sapien. citur eros, ut pellentesque apibus, eros vel euismod dapibus elit tortor, nec pl urus. Maece- nas porta ter s condimen- tum est, auc m leo. Nam mauris nulla, es tincidunt vitae, faucibu llus sit amet tortor aucto rta eros sed congue temp tur. Cras nec lacus at quan equat purus, vel gravida a it ac. Sed eu lectus eget t ullamcorper, nulla vitae ir n tortor felis, luctus conse n scelerisque malesuada n vitae tempor sapien. In ele sequat. Ves- tibulum iacu Suspendisse potenti. Pelle blandit vel, placerat sit amet erat. Praesent auctor mi ut rutrum malesuada. Integer in porta lorem, at laoreet sem. Phasellus commodo, ligula a lacinia molestie, mauris dui pulvinar lectus, non malesuada odio ante vestibulum leo. Vivamus mauris mauris, fermentum sed blandit at, consectetur placerat metus. Fusce venenatis gravida neque, ac faucibus mauris facilisis sed. Sed ornare nunc non arcu ornare, vel commodo neque consectetur. Suspendisse dapibus eros ut urna aliquet imperdiet.

100%

70%

50%

25%

Logotip - dopuštena umanjenja/ uvećanja

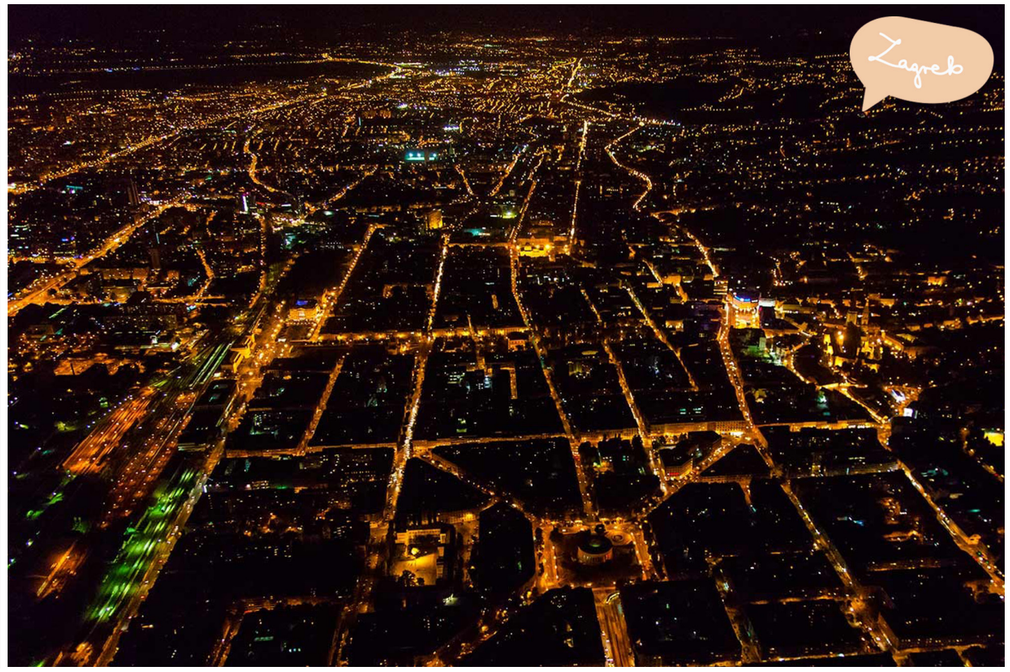
Dopuštena umanjenja i uvećanja su: 100 %, 70 %, 50 % i 25 % (2 cm).

Logotip - pozicija na proizvod

Logotip se aplicira se na stražnju stranu rokovnika, vrećice, majice i platnene torbe (ceker). Decentno se pozicionira na gornji ili donji dio predmeta.

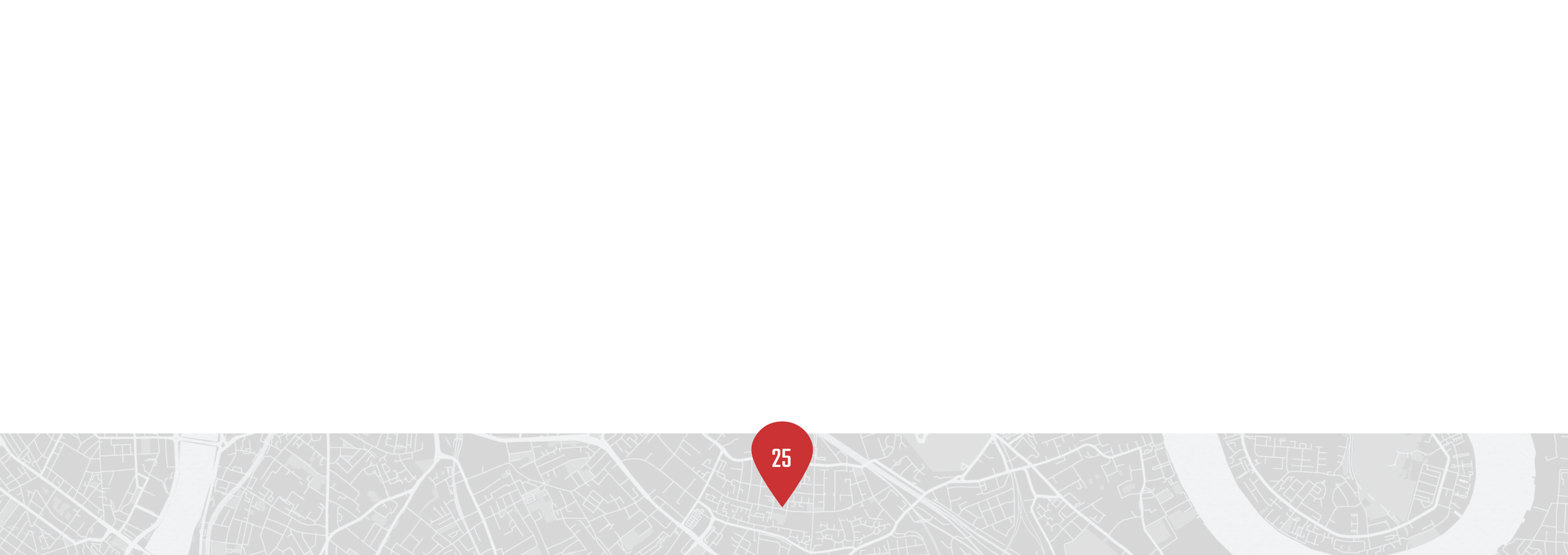
Logotip - pravila apliciranja

Prilikom upotrebe fotografija pozicija logotipa smještena je u desno zaglavlje fotografije.

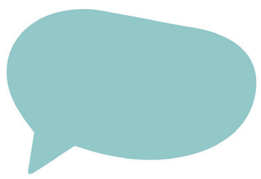


Sustav boja

Korištene palete su pastelni tonovi boje. Pastelne boje su one koje imaju nisku do srednju zasićenost i općenitno se opisuju kao ugašene, oprane, neutralne ili umirujuće boje. One izazivaju osjećaj neutralnosti, iskrenosti i opuštenosti prilikom promatranja. Izvrsne su za kombiniranje plošnog dizajna. Kontrast pastelnih tonova privlači pozornost onamo gdje je najpotrebnija. Istaknute boje u ovom dizajnu zapravo predstavljaju dan, zalazak i noć u gradu. Odabrane boje su kodirane za sustave apliciranja. Postavljeni su kodovi RGB-a za korištenje ekranskog prikaza, te CMYK i PANTONE za ispis.



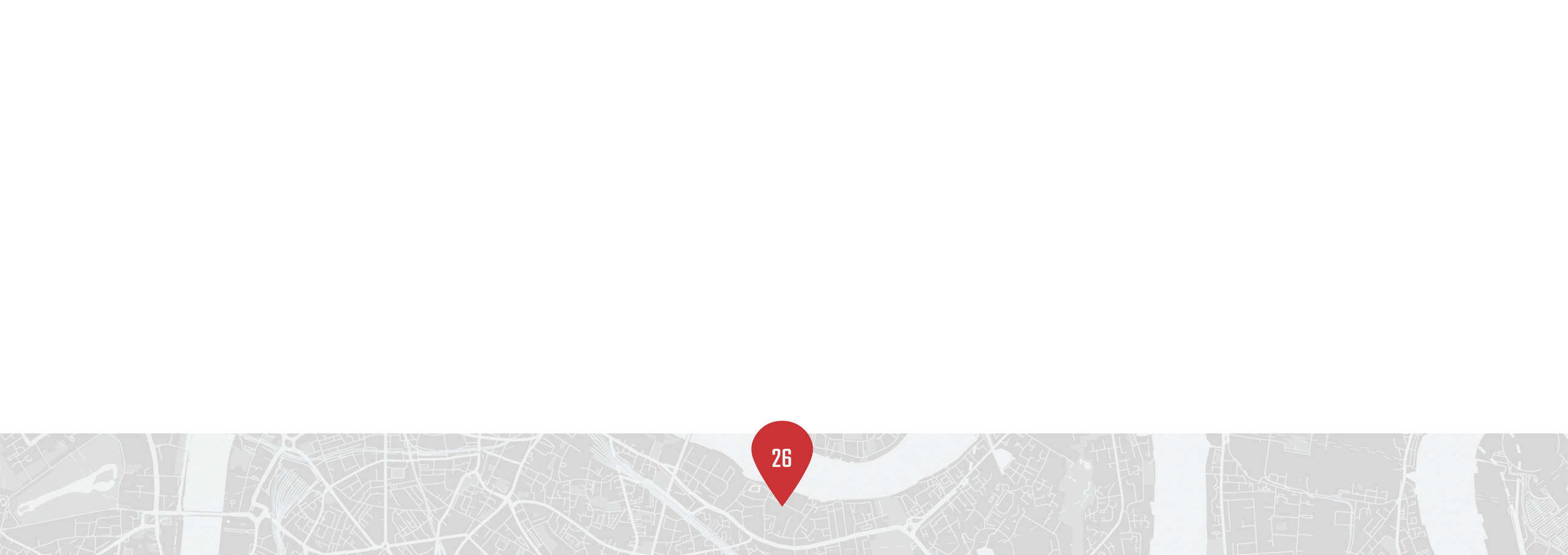
Boja logotipa



R: 147
G: 198
B: 200
#93C6C8

C: 42%
M: 7%
Y: 21%
K: 0%

PANTONE 9501 C
PANTONE 9502 U



Dopunske boje

R: 239
G: 202
B: 168
#EFCAA8

C: 5%
M: 21%
Y: 34%
K: 0%

PANTONE 9221 C
PANTONE 9202 U

R: 229
G: 173
B: 185
#E5ADB9

C: 7%
M: 36%
Y: 14%
K: 0%

PANTONE 9321 C
PANTONE 9302 U

logotip

R: 239
G: 202
B: 168
#EFCAA8

C: 5%
M: 21%
Y: 34%
K: 0%

PANTONE 9221 C
PANTONE 9202 U

mapa

R: 229
G: 173
B: 185
#E5ADB9

C: 7%
M: 36%
Y: 14%
K: 0%

PANTONE 9321 C
PANTONE 9302 U

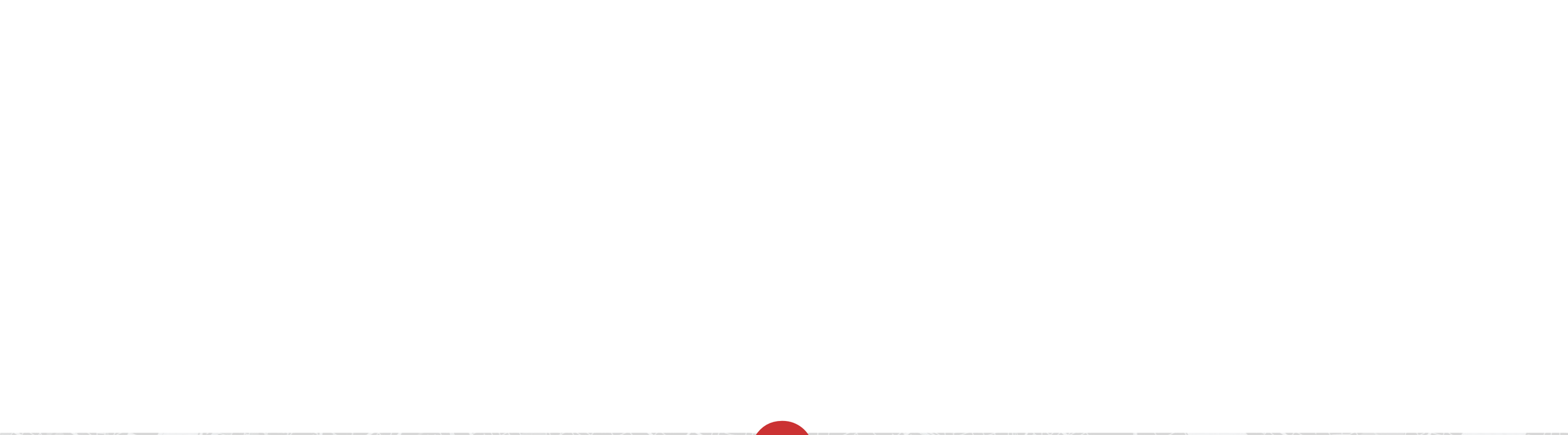
R: 161
G: 181
B: 189
#A1B5BD

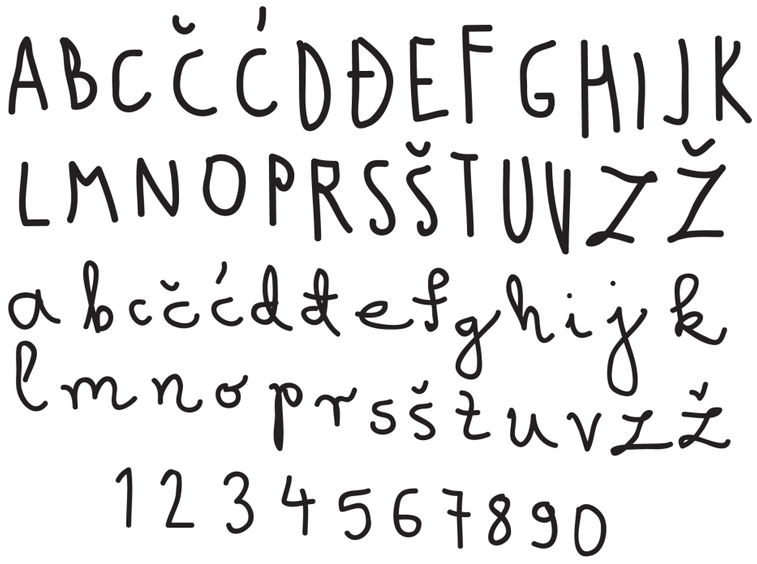
C: 38%
M: 20%
Y: 20%
K: 0%

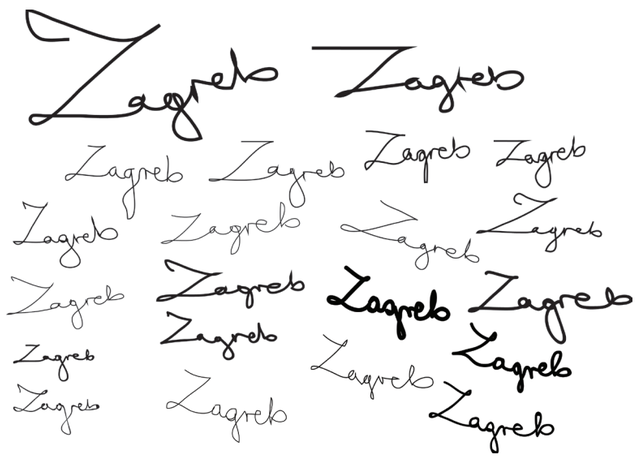
PANTONE 9443 C
PANTONE 9423 U

Sustav tipografije

Tipografija je jedan od bitnijih elemenata i savršena nadopuna dizajnu. Svaka tipografija komunicira određenu poruku publici svojim stilom, bojom i veličinom.







Primarna tipografija

Ručno crtanje slova (engl. *lettering*) u današnje vrijeme manje je zastupljeno zato što je računalna tehnologija napredovala. Iz tog razloga za ovaj su rad specijalno izrađena ručno iscrtana slova. Prilikom same izrade poslužio je *The Slate* tablet pomoću kojeg se crta po papiru dok on pamti poteze i automatski pretvara u vektor. Ova je ručno izrađena tipografija autentična i jedinstvena jer je nastala iz osobnog rukopisa. Ovakvom se tipografijom je još više dalo na važnosti ilustriranoj mapi grada.

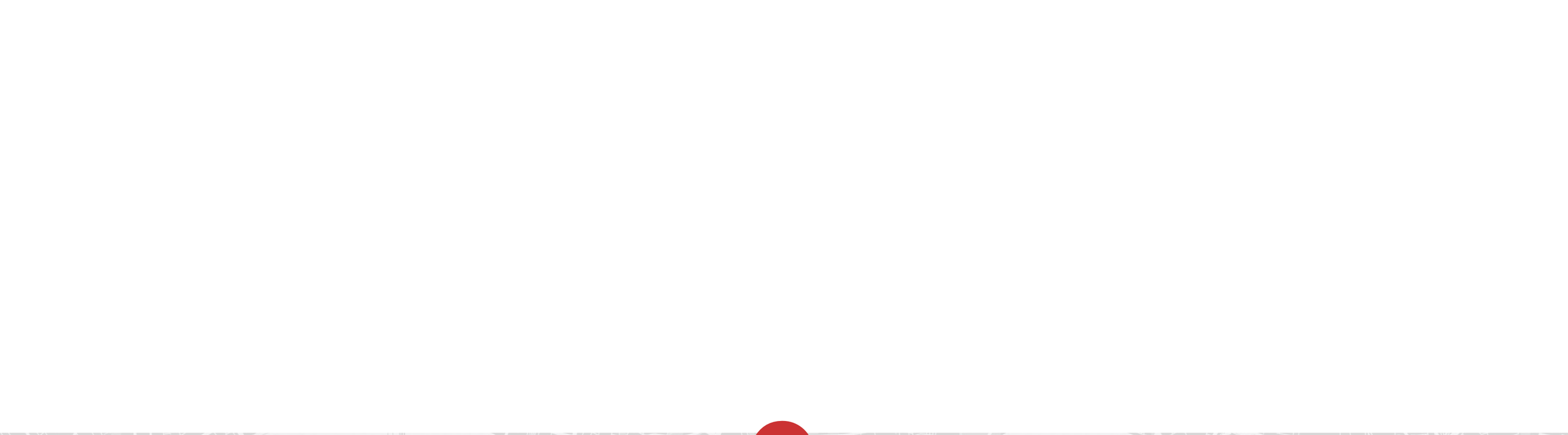
Sekundarna tipografija

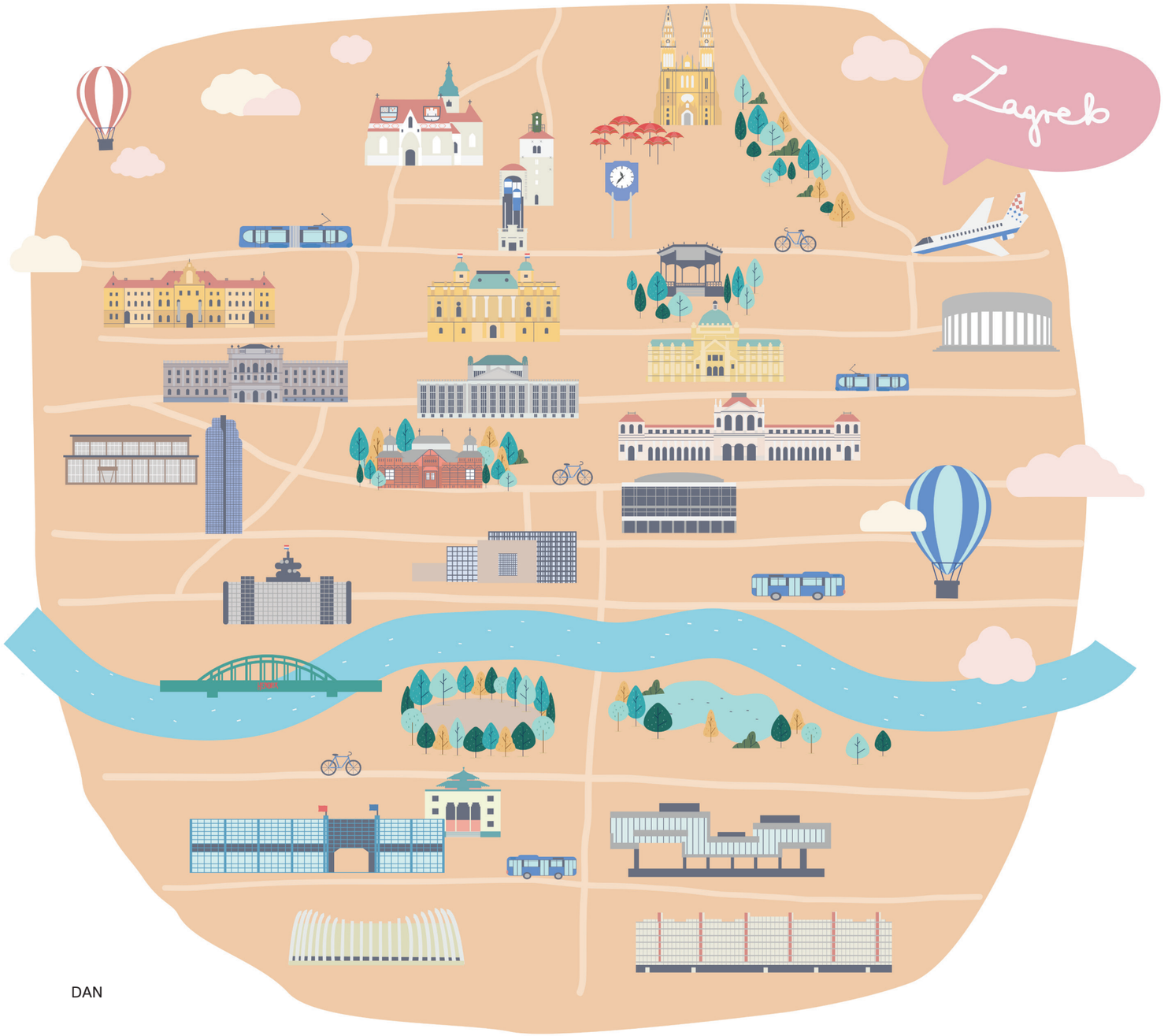
Teko font (pismo) još je jedan dio grafičkih standarda ovog rada. Koristi se za sekundarne opisne nazive ispod svake znamenitosti i ostale sekundarne informacije.

ABCČĆDĐEFGHIJK
LMNOPRSŠTUVZŽ
abcčćddđefghijk
lmnoprsštuvzž
1234567890

Finalno rješenje

Glavno finalno rješenje je ilustrirana mapa koja dolazi u tri inačice „dan”, „zalazak” i „noć”. Uz njih su i dvije pomoćne mape: mapa s direktorijem i opisna mapa znamenitosti. Na mapi s direktorijem iznad svakog objekta crveni je pin s brojem, dok je lijevo od mape popis svih objekata po bojevima. Opisna mapa znamenitosti sadrži ilustracije svih objekata (32) zasebno ispod kojih su natpisi.

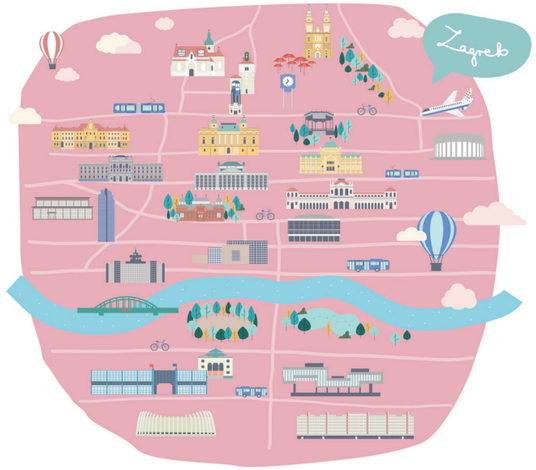




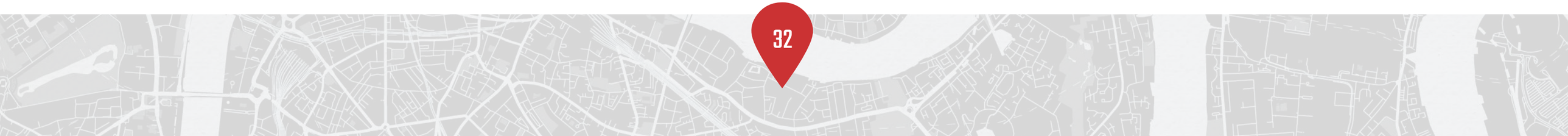
DAN

Ilustrirana mapa

ZALAZAK



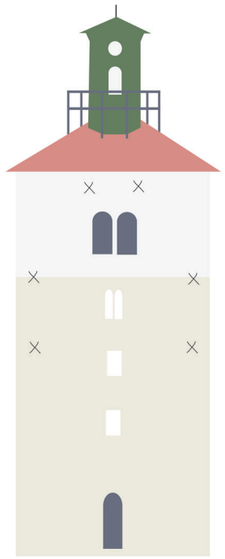
NOC

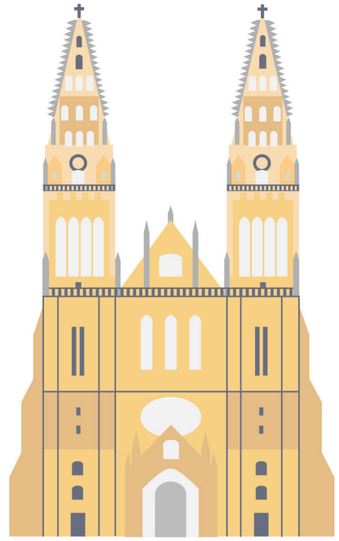


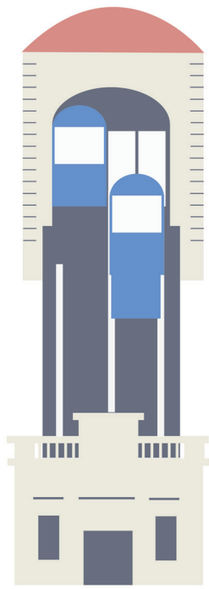
Mapa s direktorijem

1 SAT NA TRGU
2 TRŽNICA DOLAC
3 ZAGREBAČKA KATEDRALA
4 ZAGREBAČKA USPINJAČA
5 KULA LOTRŠČAK
6 CRKVA SVETOG MARKA
7 GLAZBENI PAVILJON NA ZRINJEVCU
8 UMJETNIČKI PAVILJON
9 MEŠTROVIĆEV PAVILJON
10 HRVATSKO NARODNO KAZALIŠTE
11 MUZEJ ZA UMJETNOST I OBRT
12 MUZEJ MIMARA
13 ZET: JAVNI PRIJEVOZ
14 GLAVNI ZAGREBAČKI KOLODVOR
15 IZLOŽBENI PAVILJON BOTANIČKOG VRTA
16 TEHNIČKI MUZEJ NIKOLA TESLA
17 CIBONIN TORANJ
18 KONCERTNA DVORANA LISINSKI
19 NACIONALNA SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA
20 HRVATSKA RADIOTELEVIZIJA
21 RIJEKA SAVA
22 HENDRIXOV MOST
23 HIPODROM
24 BUNDEK
25 MUZEJ SUVREMENE UMJETNOSTI
26 KINESKI PAVILJON
27 ZAGREBAČKI VELESAJAM
28 ARENA ZAGREB
29 MAMUTICA
30 BALON KLUB ZAGREB
31 CROATIA AIRLINES
32 NEXT BIKE

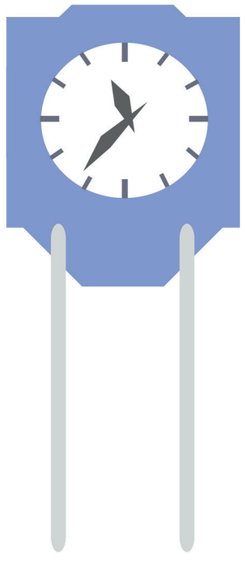
Opisna mapa znamenitosti

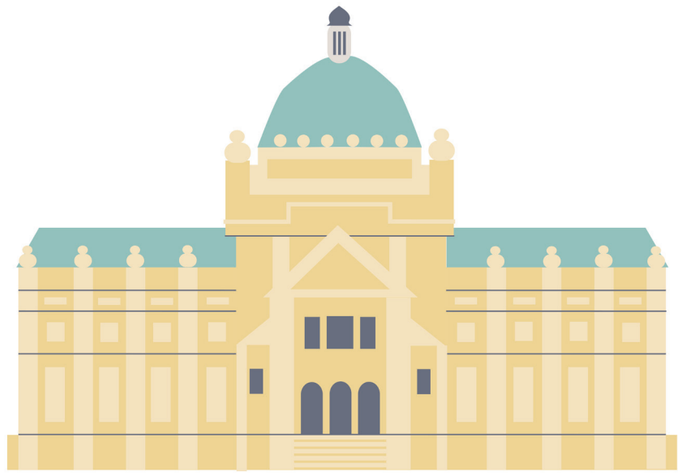


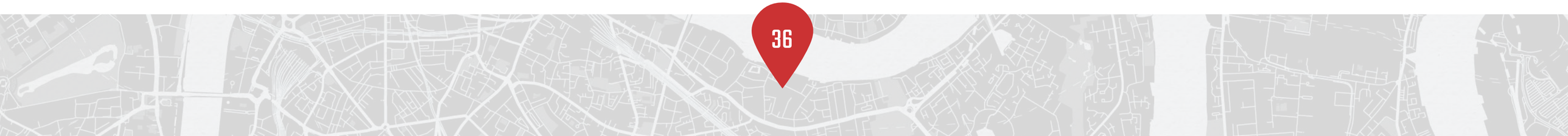


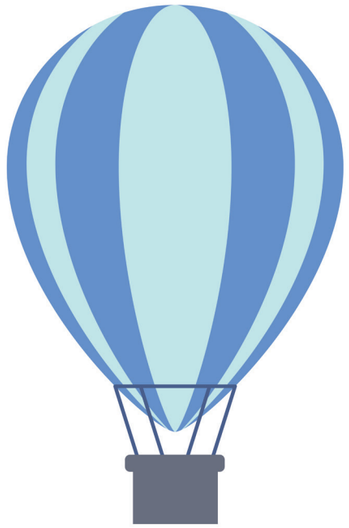


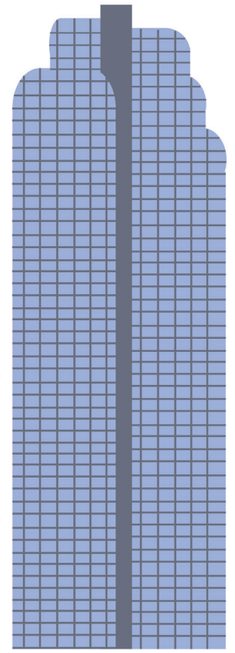
35

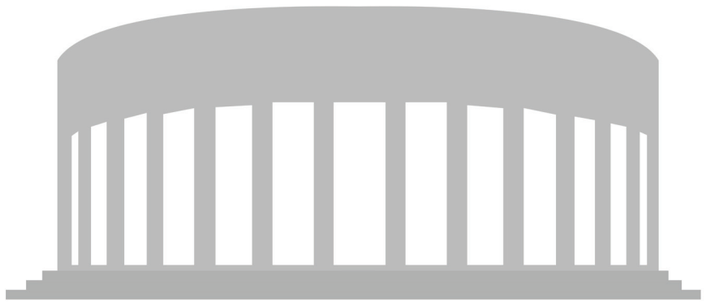


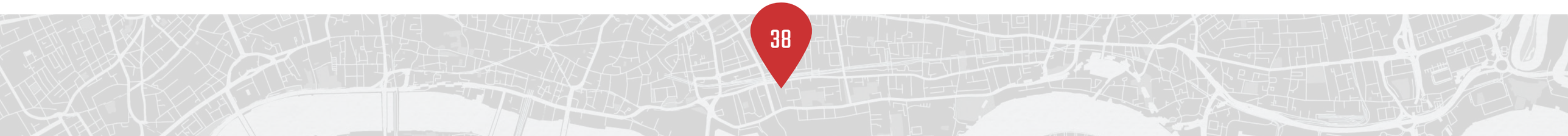


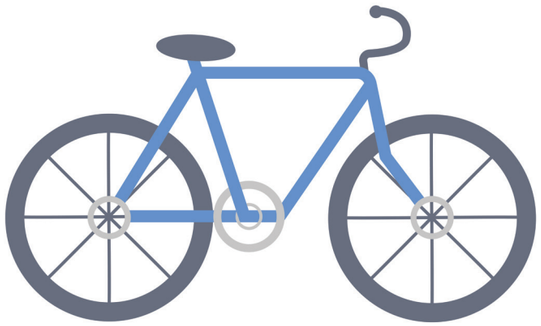

36

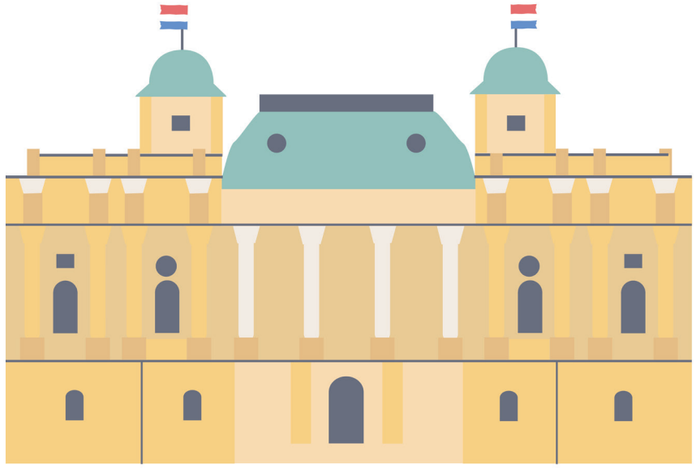


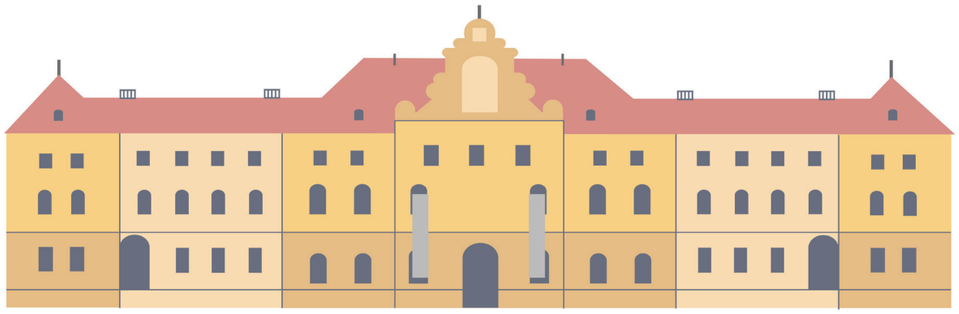


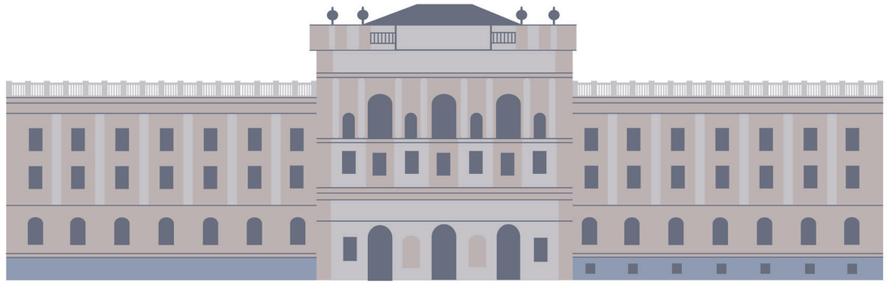



38

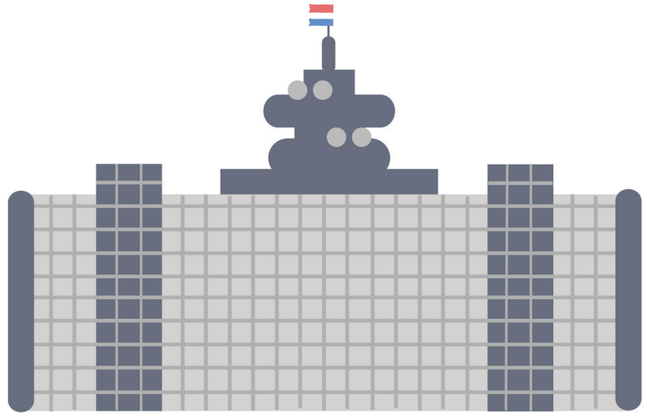


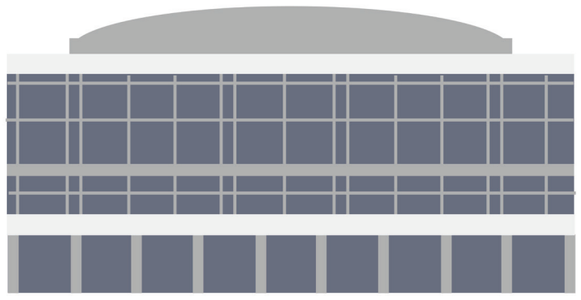




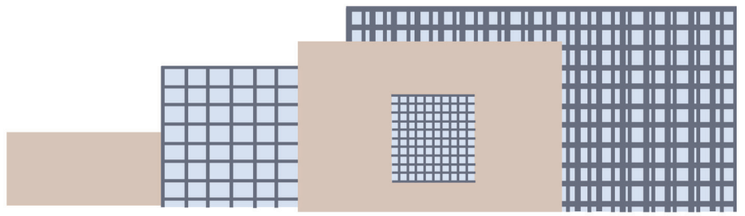


39

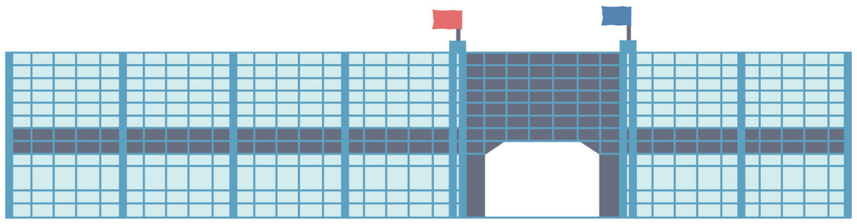


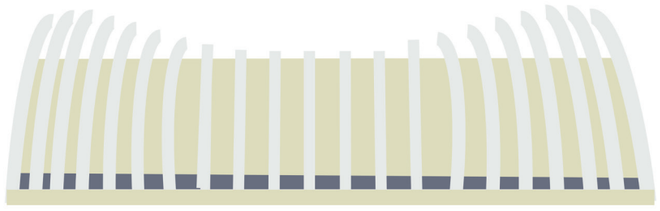


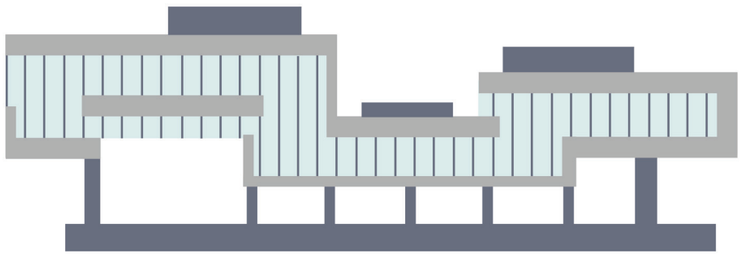
HENDRIX

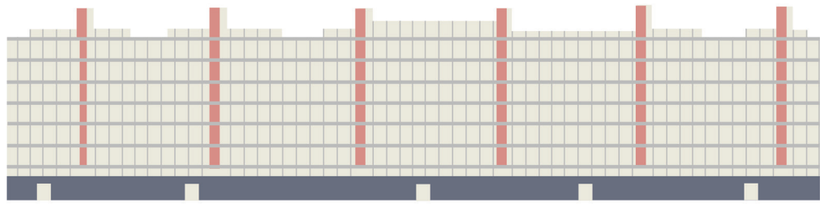


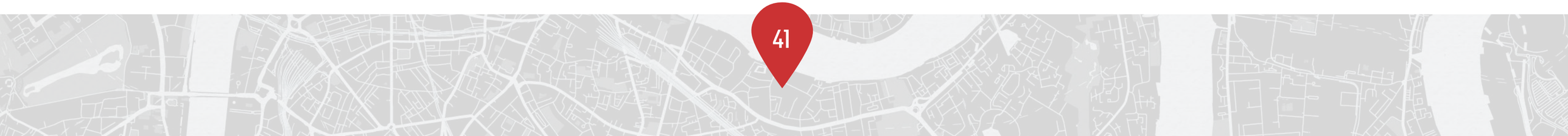
40

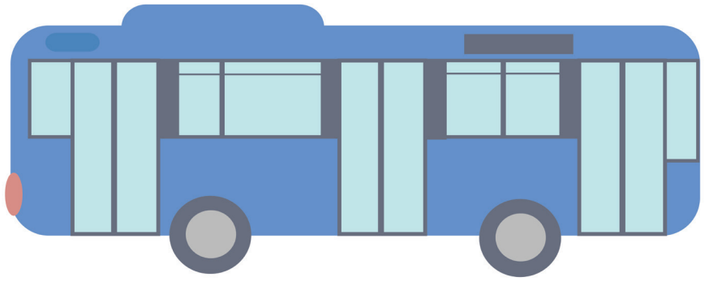


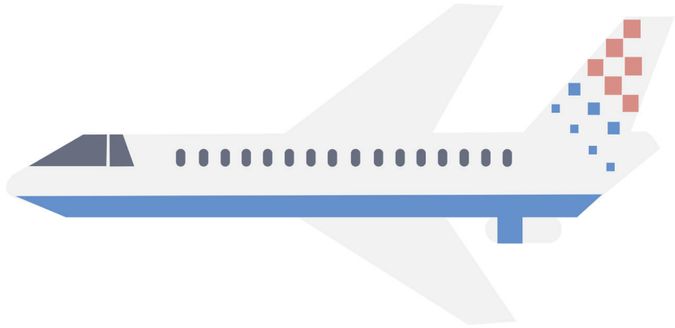


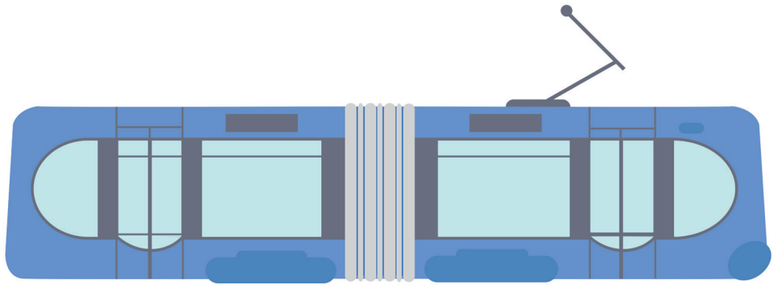





41



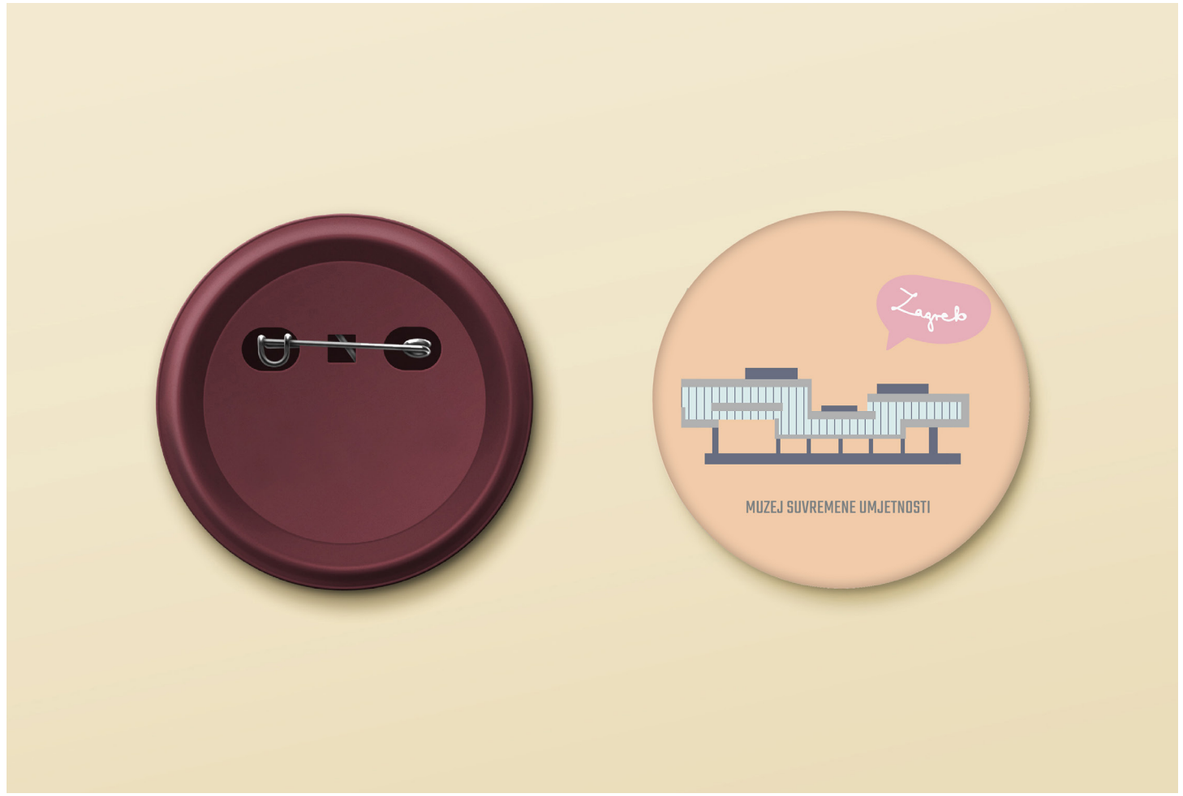




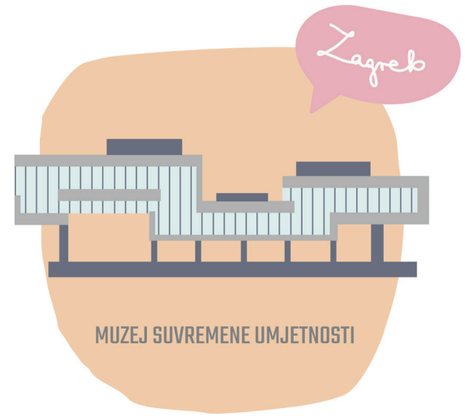
42

Aplikacije

Bedž



Osnovni element koji se aplicira na bedž je istaknuta neka od znamenitosti s ilustrirane mape.



Platnena torba (ceker)

Osnovni elementi koji se apliciraju na platnenu torbu su ilustrirana mapa i na stražnjoj strani logotip.

Jastuk

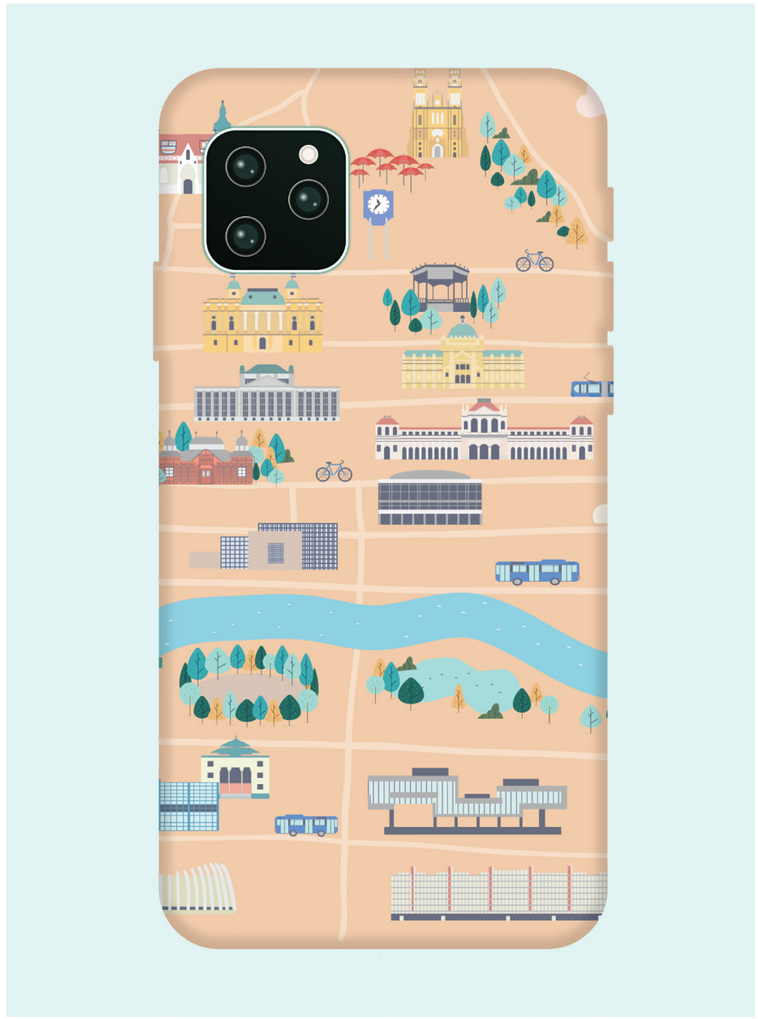
Osnovni element koji se aplicira na laptop torbu je istaknuta neka od znamenitosti s ilustrirane mape.

Laptop torba

Osnovni element koji se aplicira na laptop torbu je ilustrirana mapa.

Majica

Osnovni elementi koji se apliciraju na majicu su ilustrirana mapa / istaknuta znamenitost i na stražnjoj strani logotip koji je pozicioniran na gornji dio majice u sredini.

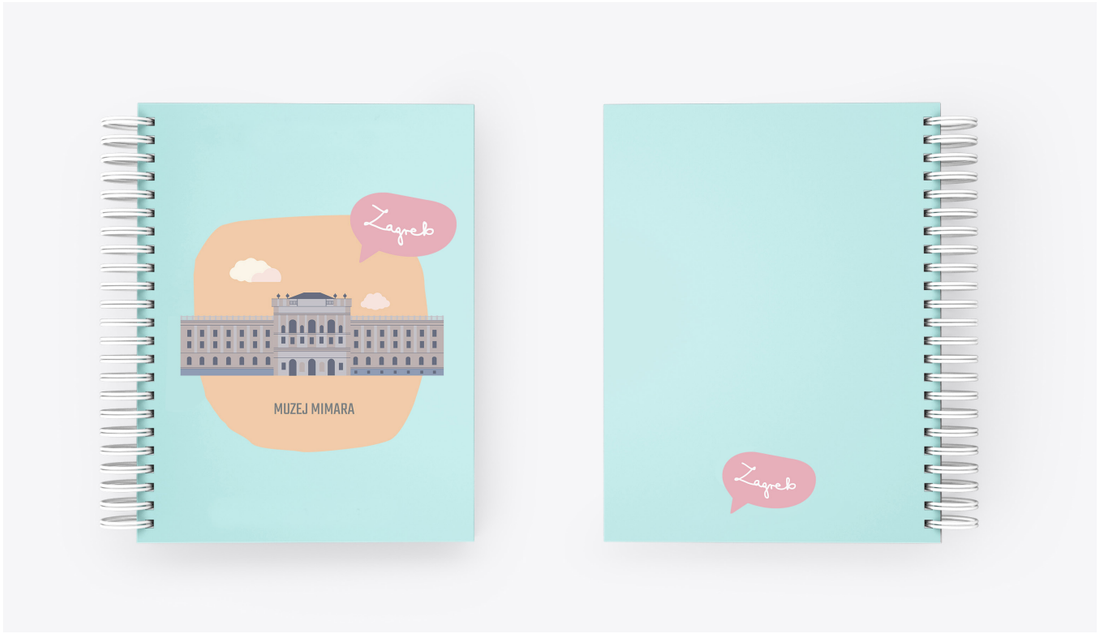


Maskica za mobitel

Potpuno prekrivanje s osnovnim elementom ilustrirane mape.

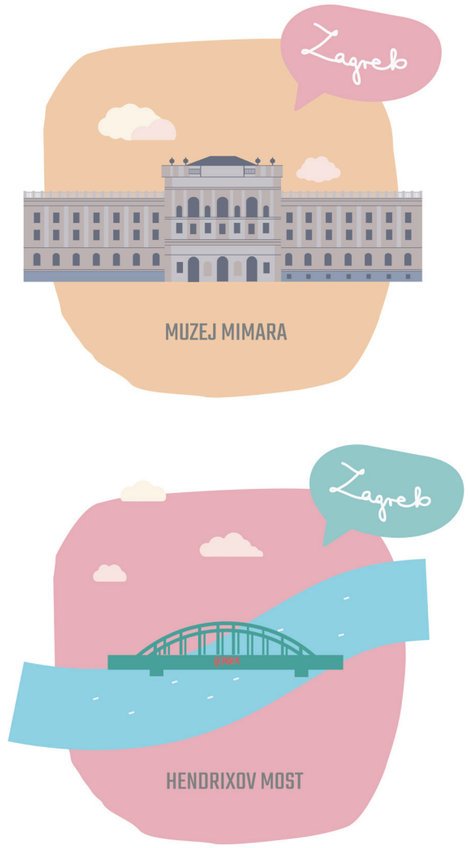
Naljepnice

Postoje u dvije inačice: jedna s prozirnom folijom gdje ilustrirana mapa poprima podlogu na koju se lijepi i druga s originalnom pozadinom dana, zalaska ili noći.



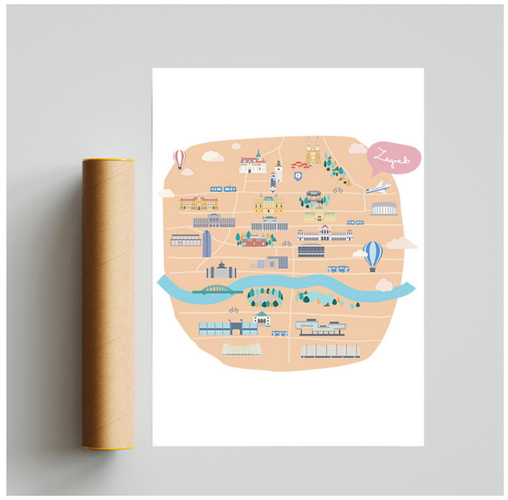
Rokovnik

Osnovni elementi koji se apliciraju na rukovnik je istaknuta neka od znamenitosti s mape i na stražnjoj strani logotip koji je pozicioniran na donji dio rukovnika u sredini.



Naljepnica za laptop

Potpuno prekrivanje s osnovnim elementom ilustrirane mape.



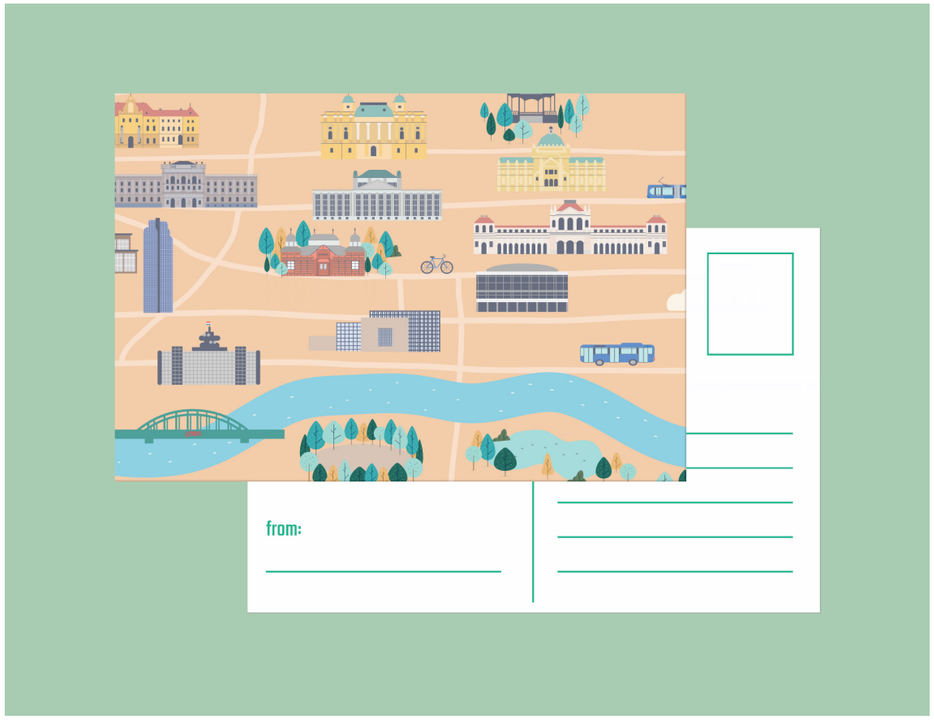
Poster

Osnovni element koji se aplicira je ilustrirana mapa. Posteri dolaze u dvije dimenzije A2 (420 x 594mm) i B2 (500 x 707mm).

Podmetači za čaše

Osnovni element koji se aplicira je istaknuta neka od znamenitosti s ilustrirane mape.

Razglednica



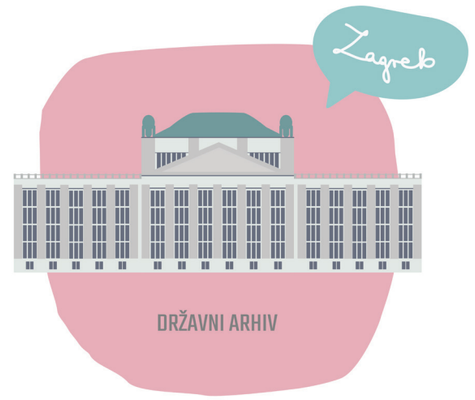
Osnovni element koji se aplicira je ilustrirana mapa.

Zidne naljepnice

Osnovni element koji se aplicira je ilustrirana mapa npr. u prostorijama Turističke zajednice grada Zagreba.

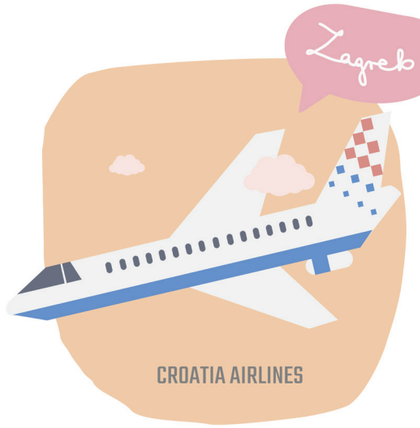
Šalica

Osnovni element koji se aplicira na šalicu je istaknuta neka od znamenitosti s ilustrirane mape.



Vrećica

Osnovni elementi koji se apliciraju na papirnu vrećicu je istaknuta neka od znamenitosti s ilustrirane mape i na stražnjoj strani logotip koji je pozicioniran na donji dio vrećice u sredini.



Digitalni medij

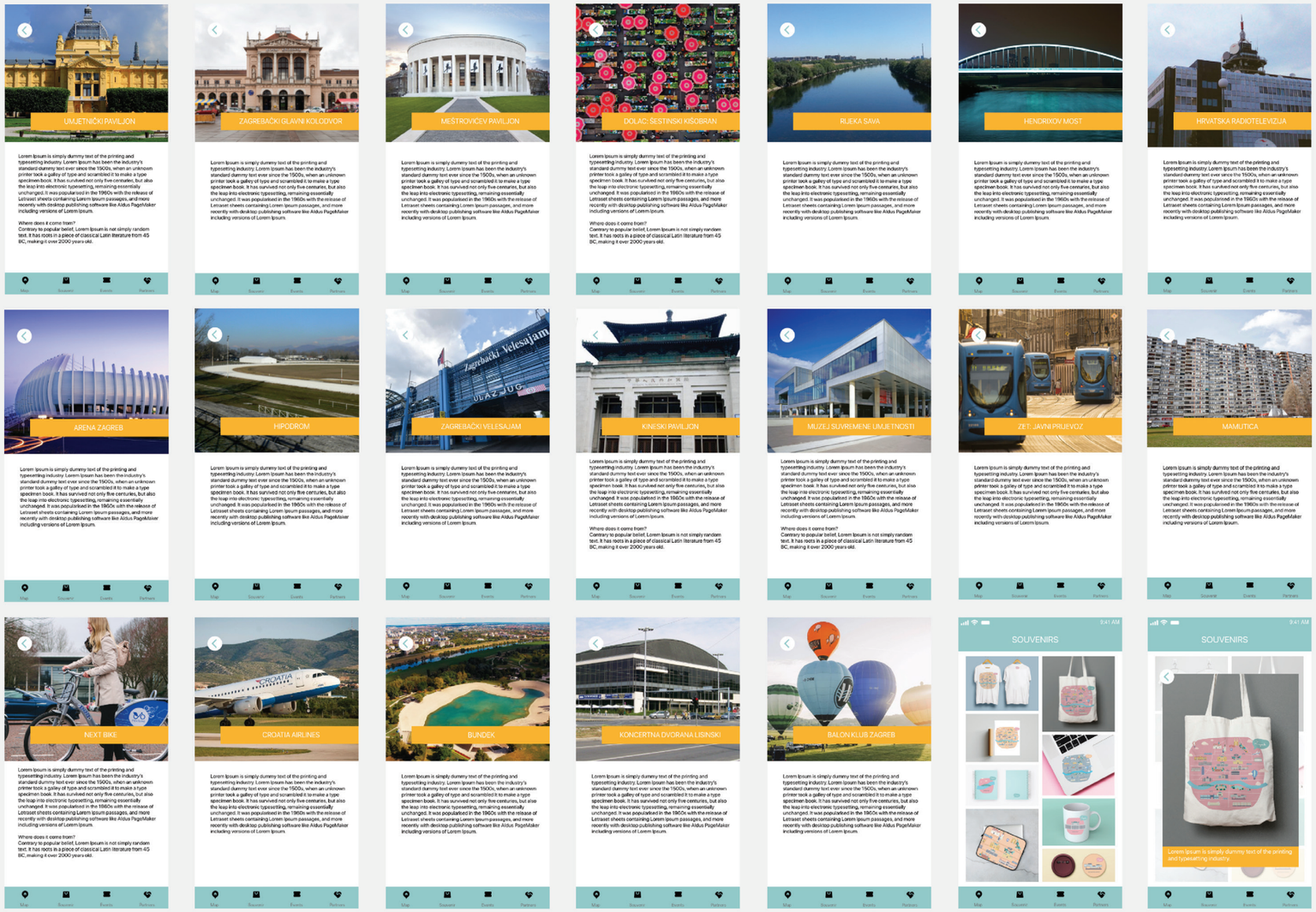
Digitalni mediji često se nazivaju i „novim medijima“, apodrazumijevaju sve medije koji svoj sadržaj objavljuju ili nude pomoću digitanih mreža i uređaja. Svakodnevno se koristimo medijskim sadržajem, komuniciramo i informiramo se pomoću elektroničkih medija.

Aplikacija: *Meet Zagreb*

Izrađeni prototip mobilne aplikacije „*Meet Zagreb*” (verzija 1.0) s interaktivnom ilustracijskom mapom služi za upoznavanje bitnih znamenitosti u gradu Zagrebu. Kroz mapu se korisnik može kretati odabirući ilustrirane objekte na mapi (prilikom dodira na svaki pojedini objekt). U aplikaciji se nalaze i ostali izbornici u kojima se nudi dodatni sadržaj: galeriju sa suvenirima na kojima je aplicirana ilustrativna mapa i znamenitosti, popisi aktualnih i nadolazećih događanja (festivala, izložbi, koncerata itd.) te popis partnera koji se oglašava ili doprinose razvoju aplikacije.

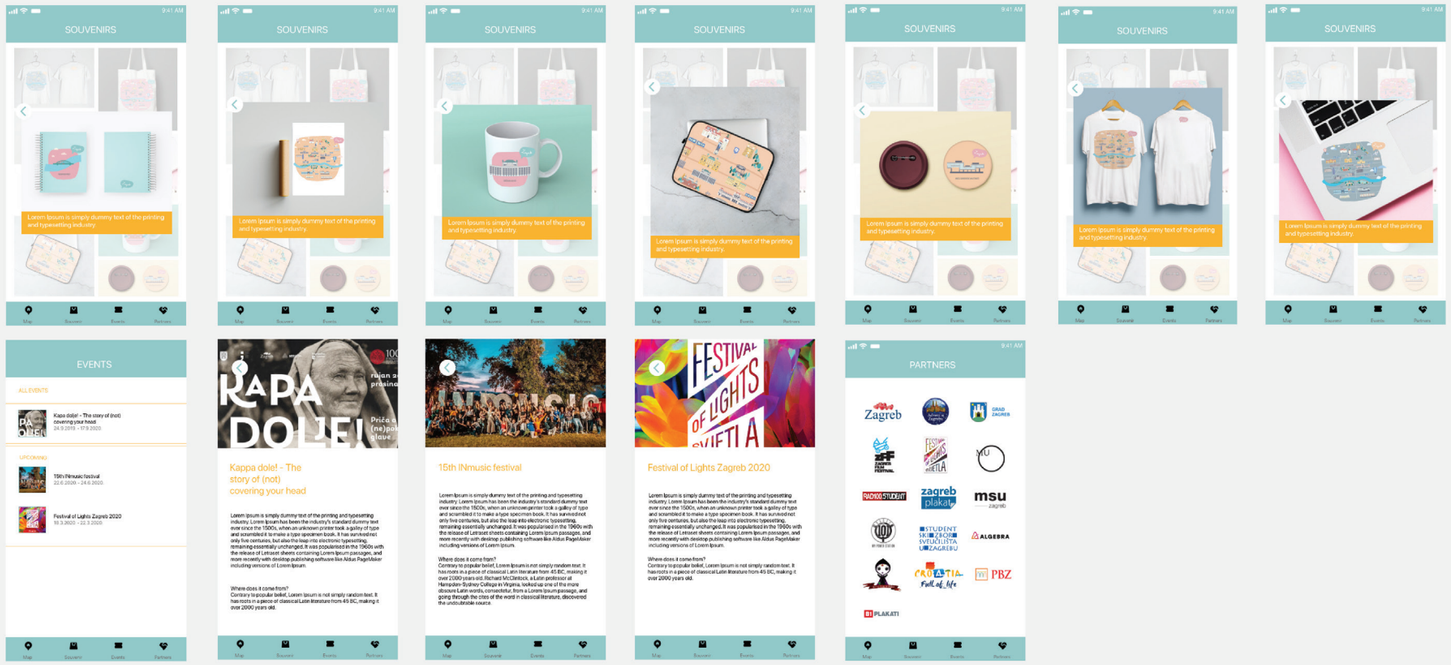
U idućim verzijama alikacije zamišljene su moguće nadogradnje poput: dodavanje novih funkcijalnosti - mogućnost rezervacije, kupovina aplikacijom, integracija s *Google Maps* i ostalo. Također su moguća dodavanja novih sadržaja unutar aplikacije kao npr. ugostiteljski objekti, tvornice, privatne galerije itd. Dizajn i prototip aplikacije izrađen je pomoću programa *Adobe XD* za iPhone 6/ 7/ 8.

Prikaz dizajna aplikacije

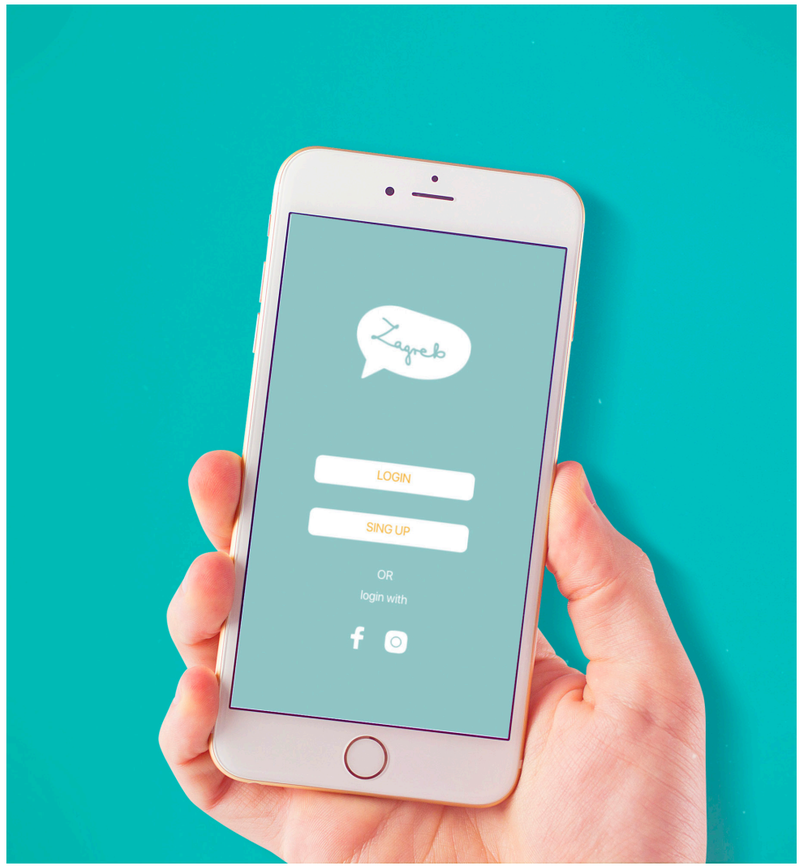


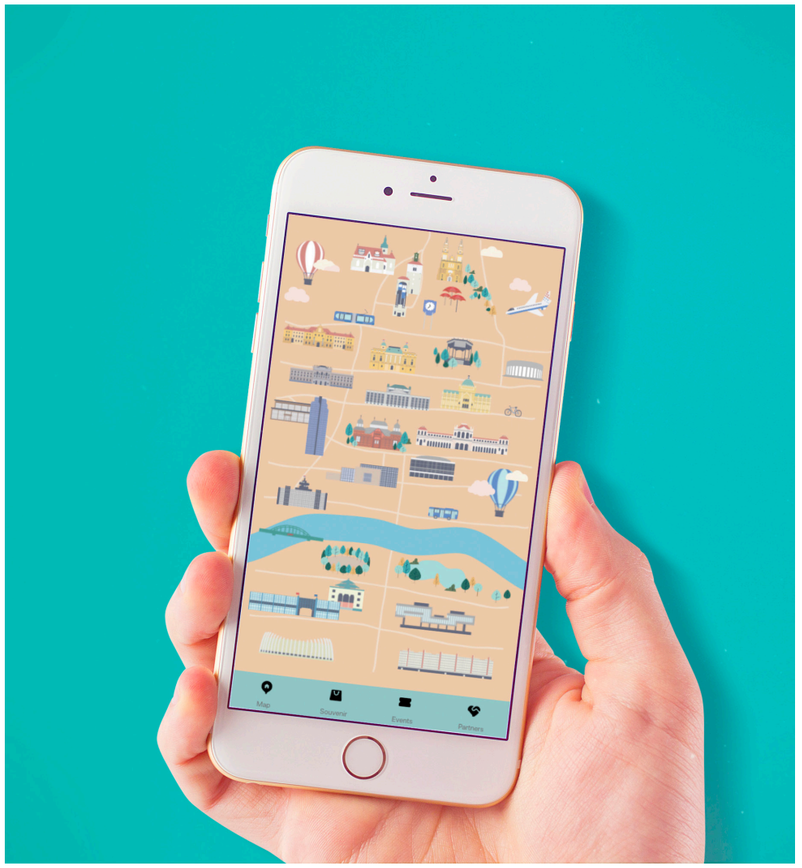
Prikaz dizajna aplikacije

Prikaz dizajna aplikacije

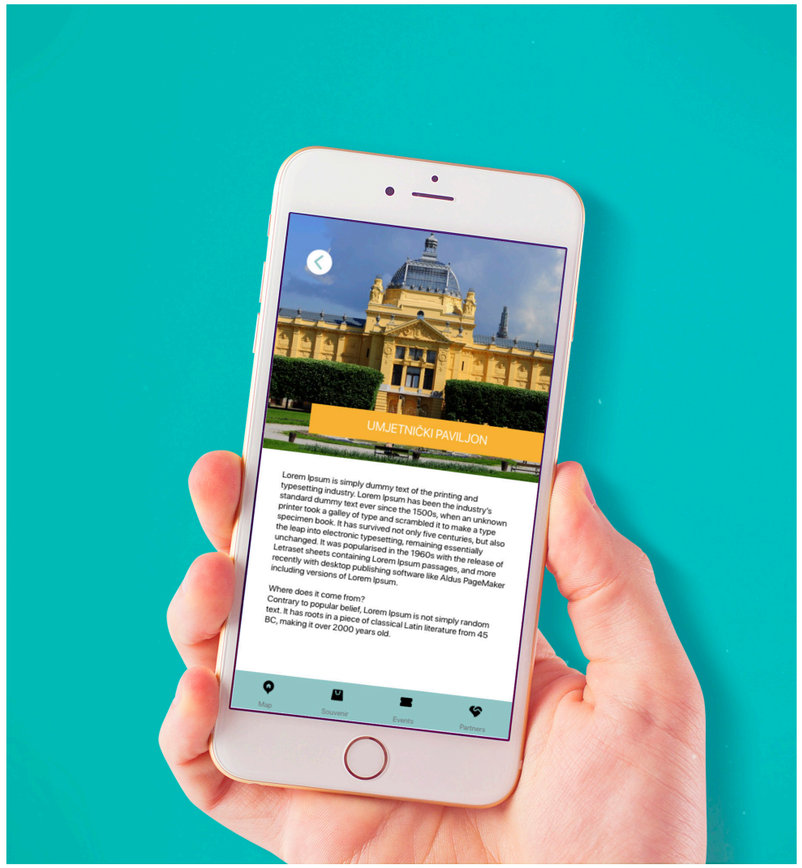


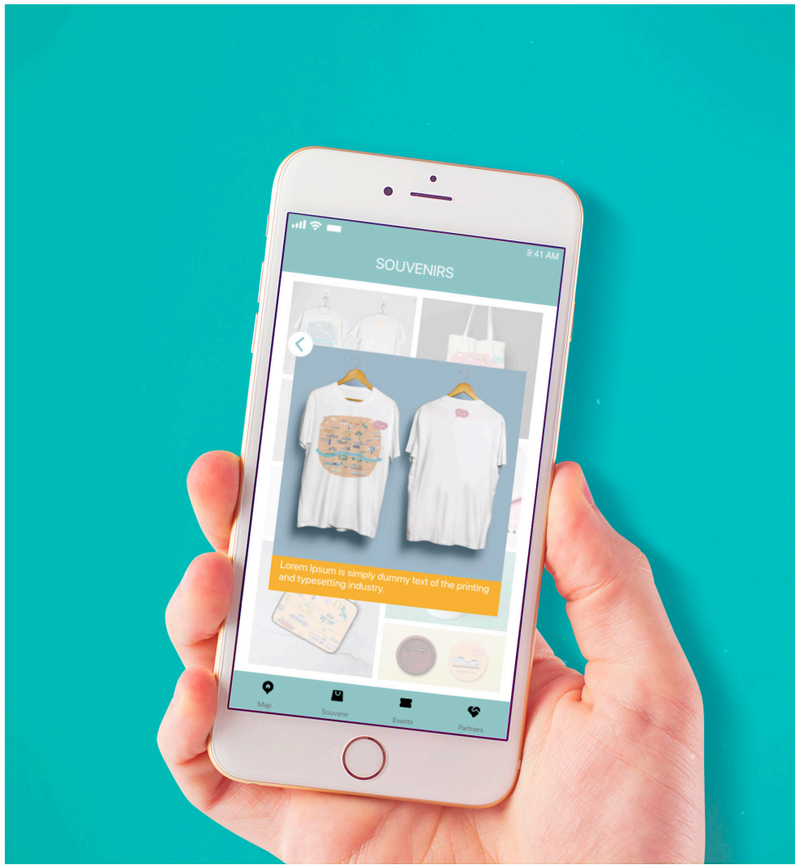
Prikaz aplikacije na mobitelu





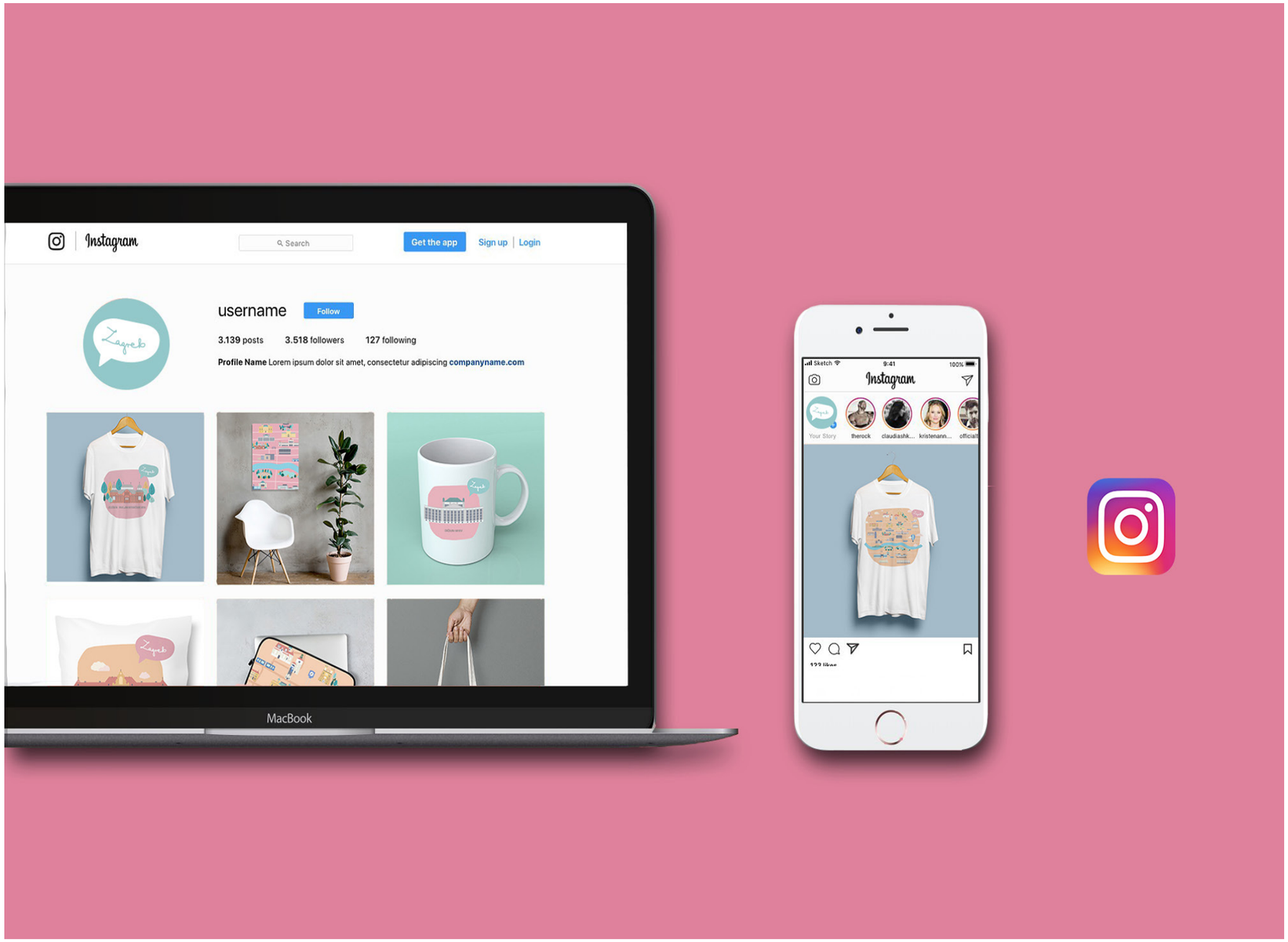
Prikaz aplikacije na mobitelu



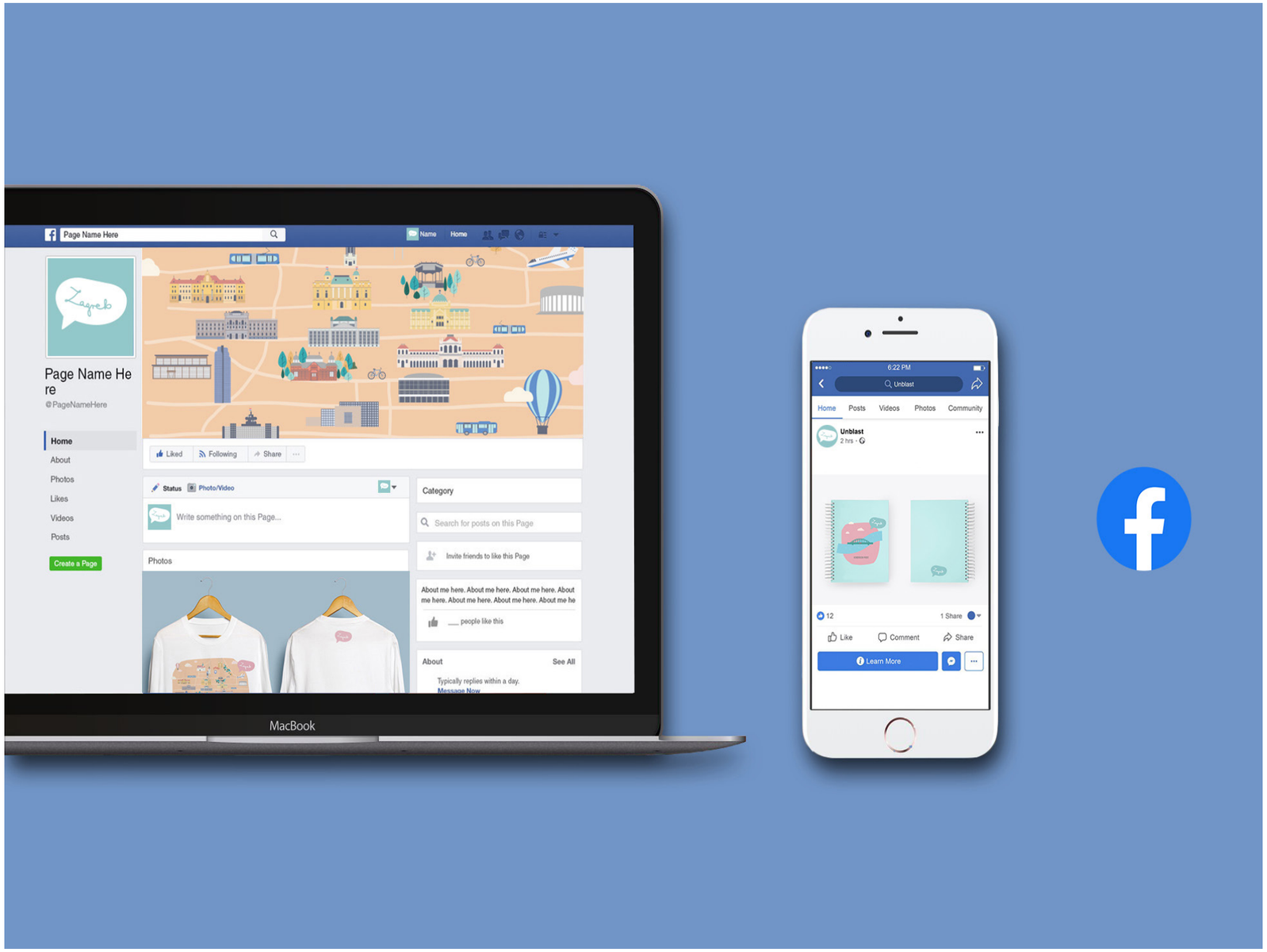


Društvene mreže

Društvene su mreže neizostavan dio naše svakodnevnice. Preko društvenih mreža možemo kumunicirati sa svojom publikom/ kupcima. Promoviranjem svojih proizvoda ili usluga stvaramo povjerenje i vjernost prema postojećim korisnicima, a na taj način privlačimo i nove korisnike. Fotografije danas imaju veliku ulogu, jer „*slika govori više od tisuću riječi*”. Idealna je prilika putem društvenih mreža doprijeti do svojih potencijalnih kupaca.

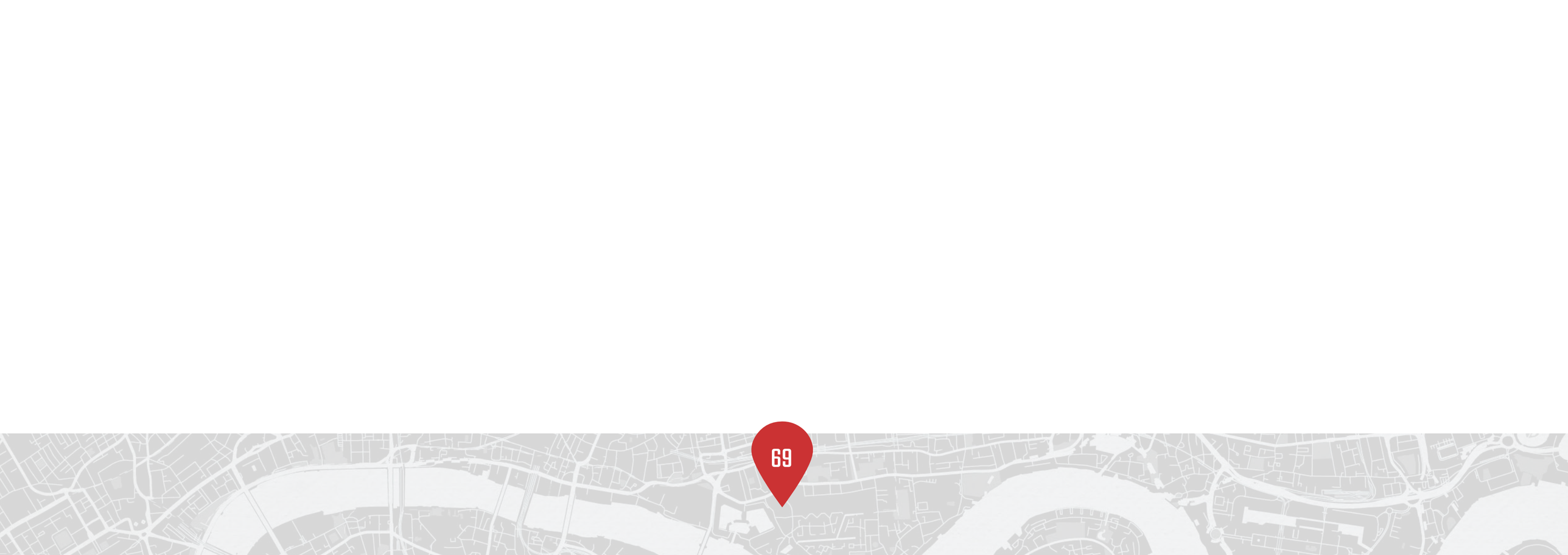

Instagram
Search
Get the app
Sign up | Login
username
Follow
3.139 posts
3.518 followers
127 following
Profile Name Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing companyname.com
MacBook
Sketch
9:41
100%
Instagram
Your Story
therock
claudiashk...
kristenann...
123 likes

Instagram


Page Name Here
Name
Home
Page Name He re
@PageNameHere
Home
About
Photos
Likes
Videos
Posts
Create a Page
Liked
Following
Share
Status
Photo/Video
Write something on this Page...
Category
Search for posts on this Page
Invite friends to like this Page
Photos
About me here. About me here. About me here. About me here. About me here. About me here. About me here. About me he
people like this
About
See All
Typically replies within a day.
Message Now
MacBook
6:22 PM
Unblast
Home
Posts
Videos
Photos
Community
Unblast
2 hrs
12
1 Share
Like
Comment
Share
Learn More

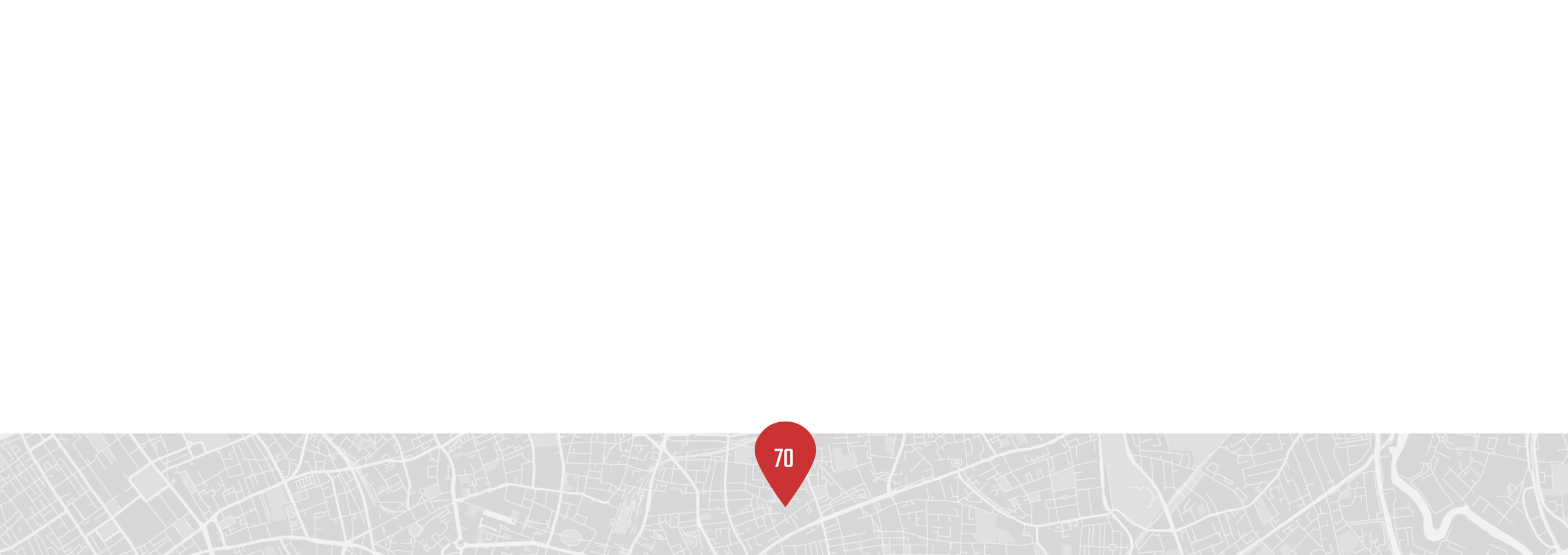
Facebook

Evaluacija komercijalnog potencijala



Metoda provedbe

Nakon finalne izrade ilustrirane mape koja je potom aplicirana na promidžbene materijale, zajedno s prototipom mobilne aplikacije, provedena je i druga anketa izaravnim susretom s ispitanicima na prometnom gradskom središtu, neposredno u blizini *Turističke zajednice grada Zagreba*. Odabir ispitanika bio je vođen jednakim ciljem – doći do ciljne skupine koja je bila ispitana prije same izrade ilustrirane mape, a to su ispitanici od 15 do 35 godina. Svaki sudionik je mogao vidjeti promotivni materijal i kretati se mobilnom aplikacijom. Sudjelovalo je sveukupno 46 ispitanika u 6 sati, koliko je bilo zamišljeno za provođenje ankete, u dva ciklusa. Odgovori na tih nekoliko kratkih pitanja doveli su do rezultata i preporuka.



Rezultati i preporuke

Rezultati provedene ankete:

• Ispitanici su pomoću ljestvice od 1 (nimalo mi se ne sviđa) do 5 (u potpunosti mi se sviđa) u kontekstu sviđanja dali prosječnu ocjenu 4,4.

• Ispitanici su pomoću ljestvice od 1 (nimalo inovativno) do 5 (iznimno inovativno) za ocjenu inovativnosti dali prosječnu ocjenu 4,2.

• Ispitanici su na ljestvici od 1 (nimalo vjerovatno da ću kupiti proizvod) do 5 (iznimno vjerovatno), procijenili namjeru kupnje proizvoda s prosječnom ocjenom 4,7.

• Ispitanici daju visoku procjenu spremnosti korištenja aplikacije na razini 4,5 na ljestvici od 1 (uopće ne bih bio/la spreman/na koristiti aplikaciju) do 5 (u potpunosti bih bio/la spreman/na).

• Ispitanici su za izrađene promotivne materijale bili spremni izvojiti za:
plakat s ilustriranom mapom (format A2): 30 – 50 kuna
šalicu s ilustiranom znamenitosti: 30 – 70 kuna
platnenu vrećicu: 50 – 80 kuna
torbu za laptop: 80 – 200 kuna

Preporuke:

• ispitanici su predložili da ilustrirana mapa bude aplicirana na boljim materijalima

• da se razmisli o mogućnosti tiskanja na ekskluzivnije predmete

• da se aplikacijom može naručivati (odabrati pojedina ilustrirana znamenitost s mape i predmet na koji bi se aplicirala)

• da pojedine gradske četvrti dobiju svoje samostalne ilustirirane mape

• da se osmisli društvena igra na koju bi se primijenio dizajn

Zaključak

Ovim radom sam htjela proširiti svoje vidike i okušati se u kartografiji svojim vlastitim stilom i viđenjem Zagreba kao nadasve zanimljive, urbane destinacije koja je kontekstu komercijalizacije još uvijek nedovoljno iskorištena, a dakako, ima veliki potencijal biti u rangu s vodećim europskim metropolama u segmentu turizma. Iskustvo proučavanja kartografije, novih grafičkih formi i pristupa uvelike je obogatio i moj dizajnerski portfolijo. Sami rad može dobiti svoju ekstenziju i doprinos struci te poslužiti i kao prilika da se iste ilustrirane mape osmisle i naprave i za ostale, manje zastupljene gradove u Hrvatskoj, gdje bi se mladi grafički dizajneri iz ostalih sredina imali priliku povezati i dijeliti iskustva.

Zadnjih nekoliko provedenih mjeseci u izradi ovog završnog rada sam zaista uživala, prateći vlastiti proces sazrijevanja pristupa samoj temi. Iznenadila sam se koliko detalja sam uočavala prilikom crtanja i ilustriranja zgrada i ostalih objekata, baš onih pored kojih prolazim gotovo svakodnevno. Osim što sam osobno zadovoljna finalnom izvedom, jako sam sretna što su reakcije mojih ispitanika, a tako i obitelji i prijatelja jako pozitivne. S nekoliko novih ideja koje su mi se pojavile potkraj završetka rada, nastavljam dalje u istraživanje i otkrivanje novih horizonta.

Literatura:

Knjige:

J. G. Hancock, H. Haworth, S. Hill, S. King; The Art of Map Illustration: A step-by-step artistic exploration of contemporary cartography and mapmaking; Izdavač; Walter Foster Publishing (2018) ISBN-13: 978-1633224841

J.K. Berry, L.McNeilly; Map Art Lab; Izdavač; Quarry Books (2014) ISBN-13: 978-1592539055

D. Damjanović; Arhitektonski atlas; Izdavač; AGM (2014)

A. Antoniou, R. Klanten, H.Ehmann, H.Helige: "A Map od the World: The World According to Illustrators and Storytellers"; Gestalten (2013)

Stručni članci:

Ruth Watson: "Mapping and Contemporary Art" (2009)
http://ruthwatson.net/wp-content/uploads/2016/01/caj47_Watson.pdf

S. Frangeö, N. Frančula, M. Lapaine "The Future of Cartography" (2002)
https://hrcak.srce.hr/file/4395

Web stranice (blogovi, portali i ostalo):

Tom Woolley, CreativeBlog.com (2019)
https://www.creativebloq.com/how-to/map-illustration

Marianna Cerini, CNN: "The future of maps: Cartography in the 21st century"
https://edition.cnn.com/style/article/cartography-in-the-21st-century/index.html

Web stranice (blogovi, portali i ostalo):

Lisa Hassell, Digital Art online: "30 brilliant tips for creating Illustrated maps"
https://www.digitalartsonline.co.uk/features/illustration/30-brilliant-tips-for-creating-illustrated-maps/

Maria Popova, Brain Pickings portal: "Illustrators and Visual Storytellers Map the World"
https://www.brainpickings.org/2013/03/07/a-map-of-the-world-according-to-illustrators-and-storytellers/

5. Kelly Richman-Abdou, My Modern Met portal: "20+ Pieces of Modern Map Art Putting a Contemporary Spin on Cartography"
https://mymodernmet.com/modern-map-art-design/

Maja Tomljenović:
http://www.majatomljanovic.com/

Like a Map:
https://www.elegant.hr/like-a-map-kartografske-ilustracije/

Nina Mašina:
http://fpuknjiga.org/aleksandra-nina-knezevic/

Tom Wolley:
https://www.behance.net/TomWoolley/info