Knjiga "Ma to su samo slova"

Šok, Vanja

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:341482

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište Sjever

Završni rad br. 56/MED/2017

Knjiga “Ma to su samo slova”

VANJA ŠOK, 0066112045

Koprivnica, rujan 2017. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Koprivnica
Trg dr. Žarka Dolinara 1, HR–48000 Koprivnica

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL: Odjel za medijski dizajn

PRISTUPNIK: Vanja Šok | MATIČNI BROJ: 0136/2013

DATUM: 22.09.2017. | KOLEGIJ: Kreativni proces

NASLOV RADA: Knjiga "Ma to su samo slova"

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU: Book "These are just letters"

MENTOR: Igor Kuduz | ZVANJE: Docent

ČLANOVI POVJERENSTVA:

1. doc. Andro Giunio, predsjednik
2. doc. Niko Mihaljević, član
3. doc. Igor Kuduz, mentor
4. doc. Iva Matija Bitanga, zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ: 56/MED/2017

OPIS

Cilj završnog rada je kroz eksperimentalni pristup prikazati na koji način ljudi reagiraju na tipografiju koja ih okružuje. U svakodnevnom životu okruženi smo slovima, gdje god pogledamo oko sebe nešto piše određenim fontom. Natpise nalazimo u novinama, ljekarnama, trgovinama, na ambalaži raznih proizvoda, svakodnevno koristimo kompjutere, programe koji sadrže razne fontove. Slova su naša sveprisutna svakodnevnica. Svjesna činjenice da većina ljudi tipografiju doživljava izričito kao način sporazumijevanja i pismenosti željela sam to ispitati i potvrditi. Upotrebljavajući fotografiju kao medij prikazana je prva spontana reakcija ljudi kada ugledaju font koji ih svakodnevno okružuje ili onaj koji vide prvi puta. Prije samog eksperimenta ispitanicima nije bilo rečeno o kakvom eksperimentu, odnosno anketi je riječ. U njihovo prirodno okruženje intervenirano je tipografijom kako bi sto iskrenije reagirali. Na kraju fotografiranja, osim zabilježenih reakcija fotografijom, zabilježene su i verbalne izjave svakog od ispitanika dajući anketi kroz verbalni dio točku personalizacije ispitanika. U eksperimentu je sudjelovalo 20 osoba, različitih dobnih skupina (od 19 do 80 godina). Rezultat istraživanja potvrdio je inicijalnu tezu sa početka ankete da ljudi zaista slova ne vide. Slova su samo stavka koja nas okružuje i koristi nam isključivo za čitanje i sporazumijevanje.

U radu je potrebno:
- Istražiti odabrane tipografije za potrebe ankete i knjige
- Realizirati fotografsko portretiranje ispitanika i bilježenje izjava
- Osmisliti i objasniti koncept foto-tipografske knjige
- Oblikovati sociološki eksperiment u formi knjige
- Primjeniti stećena znanja u idejnom i izvedbenom dijelu procesa
- Primjeniti stećena znanja u prezentacijskoj formi

ZADATAK URUČEN: 28.09.2017. | POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE SJEVER

Sveučilište Sjever

Medijski dizajn

Završni rad br. 56/MED/2017

Knjiga “Ma to su samo slova”

Student

VANJA ŠOK , 0066112045

Mentor

Igor Kuduz, doc.

Koprivnica, rujan 2017. godine

Predgovor

Ovaj završni rad kroz eksperimentalni pristup prikazuje na koji način ljudi reagiraju na tipografiju koja ih okružuje. Ideja rada bila je pokazati da li su ljudi svjesni činjenice da tipografija nije samo sredstvo komuniciranja i sredstvo koje koristimo kako bismo se mogli pismeno izraziti. U svakodnevnom životu okruženi smo slovima, gdje god pogledamo oko sebe nešto piše određenim fontom.

Natpise nalazimo u novinama, ljekarnama, trgovinama, na ambalaži raznih proizvoda, svakodnevno koristimo kompjutere, programe koji sadrže razne fontove. Slova su naša sveprisutna svakodnevnica. Većina ljudi gleda slova i kao da ih zaista ne vide, ne ostvaruju nikakvu emocionalnu poveznicu prilikom gledanja u njih. Njihove reakcije na izabrane fontove kroz ovaj eksperimentalni pristup trebala su potvrditi spomenutu tvrdnju.

Rad je koncipiran kao publikacija (foto knjiga) koja sadrži fotografije ispitanika i njihove verbalne izjave nakon fotografiranja dodajući im komponentu personalizacije. Dimenzije publikacije su 18x22cm. Knjiga prikazuje spoj fotografije, tipografije te određen psihološki profil svakog od ispitanika.

Sažetak

Završni rad kroz eksperimentalni pristup prikazuje na koji način ljudi reagiraju na tipografiju koja ih okružuje. U svakodnevnom životu okruženi smo slovima, gdje god pogledamo oko sebe nešto piše određenim fontom. Svjesna činjenice da većina ljudi tipografiju doživljava izričito kao način sporazumijevanja i pismenosti željela sam to ispitati i potvrditi.

Upotrebljavajući fotografiju kao medij prikazana je prva spontana reakcija ljudi kada ugledaju font koji ih svakodnevno okružuje ili onaj koji vide prvi puta. Prije samog eksperimenta ispitanicima nije bilo rečeno o kakvom eksperimentu, odnosno anketi je riječ. U njihovo prirodno okruženje intervenirano je tipografijom kako bi sto iskrenije reagirali. Na kraju fotografiranja, osim zabilježenih reakcija fotografijom, zabilježene su i verbalne izjave svakog od ispitanika dajući anketi kroz verbalni dio točku personalizacije ispitanika.

U eksperimentu je sudjelovalo 20 osoba, različitih dobnih skupina (od 19 do 80 godina). Rezultat istraživanja potvrdio je inicijalnu tezu sa početka ankete da ljudi zaista slova ne vide. Slova su samo stavka koja nas okružuje i koristi nam isključivo za čitanje i sporazumijevanje.

Ključne riječi: tipografija, fotografija, font, psihološki pristup, verbalne izjave, eksperiment, anketa, publikacija.

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Definicija dizajna 3
2. 1. Grafički dizajn 3
3. Tipografija 5
3. 1. Osnovni pojmovi tipografije 6
4. Fotografija kao medij 9
4. 1. Definicija fotografije 9
4. 2. Povijest fotografije 10
4. 3. Svjetlo i boje u fotografiji 11
4. 4. Analogna i digitalna fotografija 11
5. Psihologija definicija 13
5. 1. Verbalna i neverbalna komunikacija 13
5. 1. 1. Verbalna komunikacija 13
5. 1. 2. Neverbalna komunikacija 13
5. 1. 3. Govor tijela 14
6. Praktični dio 15
6. 1. Podjela fontova 15
6. 2. Primjer dobrog i lošeg fonta 16
6. 3. Popis odabranih ispitanika 17
6. 4. Popis verbalnih izjava odabranih ispitanika 18
6. 5. Fotografije izraza lica odabranih ispitanika 19
7. Zaključak 25
Literatura 27
Popis slika i tablica 28

1. Uvod

Tema ovog završnog rada je istražiti na koji način ljudi reagiraju na tipografiju odnosno slova. Ideja za rad potekla je iz vlastite ljubavi prema tipografiji i znatiželje kao buduće dizajnerice na koji način je ljudi percipiraju. Razmišljajući o tome kako tipografija u meni uvijek pobuđuje određenu emociju zavisno o fontu koju gledam, zapitala sam se da li je tako doživljavaju i ljudi kojima ona nije fokus nekakvog stvaralačkog izričaja. Pogled na određeni font kod mene osobno pobuđuje negativan ili pozitivan osjećaj te određenu reakciju koja se očituje na mome licu.

Svjesna činjenice kakve osjećaje tipografija pobuđuje u meni željela sam to ispitati i kod drugih ljudi. U razgovoru sam raznim ljudima, dizajnerima koji tipografiju doživljavaju na sličan način kao ja shvatila sam da svi dijelimo isto mišljenje o tome kako ljudi ne doživljavaju slova koja ih okružuju. To se nekako podrazumijeva i pretpostavka je da ga ne treba istraživati i potvrđivati.

Odlukom da ću provesti istraživanje unaprijed sam bila svjesna da postoje samo dva moguća ishoda ankete. Prvi je bio vodeći se izrekom da "Iznimka potvrđuje pravilo" dokazati da postoji bar jedan čovjek koji će reagirati baš kako ja priželjkujem, tj. da će tipografija za njega biti više od običnog slova koje mu netko pokaže na papiru. Drugi očekivani ishod eksperimenta je bio da ću zaista potvrditi ravnodušnost ljudi naspram tipografije te će njihove zabilježene reakcije to i potvrđivati. Razmišljajući o pristupu na koji da zabilježim reakcije ispitanika, odlučila sam koristiti fotografiju. Upotrebljavajući fotografiju kao medij željela sam prikazati prvu spontanu reakciju ljudi kada ugledaju font koji ih svakodnevno okružuje ili onaj koji vide prvi puta.

Prema vlastitim preferencijama u tipografiji fontove sam podijelila u dvije kategorije po vlastitom "subjektivnom" doživljaju na "dobre" i loše". Želeći ljude u potpunosti osloboditi i lišiti zavedenosti sadržajem na običan list A4 papira bijele boje određenim fontom ispisala sam potpuno generičku rečenicu – pangram: The quick brown fox jumps over the lazy dog. Tekst je tretiran dosadno i ravnodušno u tipografskom smislu. Našavši ispitanika u njegovom trenutnom okruženju prikazala sam mu svoj odabir fontova, jedan po jedan zabilježujući reakcije u sekvencama od 5 sekundi, točnije 5 fotografija po fontu. Prije samog eksperimenta ispitanicima nije bilo rečeno o kakvom eksperimentu, odnosno anketi je riječ. Željela sam intervenirati u njihovo prostor sa tipografijom kako bi sto iskrenije reagirali. Na kraju fotografiranja, osim zabilježenih reakcija fotografijom, zabilježila sam i verbalne izjave svakog od ispitanika dajući anketi kroz verbalni dio točku personalizacije ispitanika.

U eksperimentu je sudjelovalo 20 osoba, različitih dobnih skupina (od 19 do 80 godina), različitog obrazovanja i mjesta stanovanja.
Kroz prvi dio pismenog rada opisujem grafički dizajn te čime se on bavi i njegove glavne karakteristike. Ako se bavim dizajnom, u ovom slučaju grafičkim s naglaskom na tipografiju važno je da smo upoznata i sa drugim smjerovima kao što su u ovom slučaju tipografija, fotografija, općenito grafičke publikacije. Poznavajući ta područja olakšava se rad na projektu i u konačnici je kvalitetan. Uz definiranje dizajna opisujem i načela tipografije koja nam služe za njezino lakše korištenje i iščitavanje. Zatim opisujem fotografiju općenito kao medij kojim sam odlučila zabilježiti reakcije ispitanika.
Praktični dio rada sastoji se od anketiranja ispitanika odabranih za prije objašnjen eksperiment. Prvo bilježim reakcije njihovih lica kroz medij fotografije te na kraju ispisujem njihove verbalne izjave zabilježene nakon provedene ankete. Eksperiment je uobličen u publikaciju pod nazivom
“Ma to su samo slova” koja već u samom nazivu iskazuje stav ispitanika prema tipografiji.

Na kraju je iznesen zaključak koji opisuje sam proces eksperimenta i zaključak dobiven iz provedenog ispitivanja. Također je pobliže definirana svrha i uloga tipografije koja ne smije biti izostavljena niti u jednom segmentu dizajna, te općeniti već, u ovom slučaju, prepoznatljiv stav ljudi (“tipografskih laika”) prema njoj.

.

2. Definicija dizajna

Dizajn je *proces* donošenja serije odluka koje imaju za cilj konstruiranje, oblikovanje ili kreiranje nečega. Dizajn se obično odvija po unaprijed određenom planu, ideji ili zamisli. Svrha dizajna je realizacija plana ili ideje koji mogu biti uzrokovani potrebom da se riješi određen problem. Zbog toga se proces dizajna često definira i kao proces rješavanja problema [*https://bs.wikipedia.org/wiki/Dizajn, 23.09.2017.*]

Kada se govori od dizajnu nekog proizvoda, predmeta ili objekta, obično se pod dizajnom smatra aranžman ili konfiguracija pojedinačnih komponenti koji čine cjelinu proizvoda, predmeta ili objekta. Riječ *dizajn* ima korijen u latinskim riječima *de* i *signare*.

Danas dizajn ne predstavlja specifičnu profesiju niti disciplinu jer je pojam preširok. Dizajn (engl. *design*) se prakticira i promovira kao djelatnost koja je posrednik između korisnika i predmeta te između pojedinca i zajednice, a ujedno i kao spoznajna tehnika u odnosu korisnika i predmeta. U kontekstu suvremenih društava koja funkcioniraju u sklopu ideje masovne proizvodnje i potrošnje te globalne razmjene kapitala i rada, dizajn bi se najlakše mogao definirati kao intelektualna i kreativna interdisciplinarna djelatnost koja funkcionira unutar društva koje ima potrebu materijalizirati mitove kako bi u sklopu kulturalnog sustava poticala posredovanje identiteta pojedinca u zajednici ali i identifikaciju pojedinca sa zajednicom [*http://dizajn.hr/blog/dizajn/, 23.09. 2017.*].

2. 1. Grafički dizajn

Glavna uloga grafičkog dizajna je da on komunicra informacije. Ako se osvrnemo oko sebe okruženi smo dizajnom u svemu što vidimo i što nas okružuje. Dizajn spada u najodgovorniju djelatnost jer ovisi o tome kako će proizvod komunicirati. Uključuje sav proces od istraživanja, analize informacija, planiranja, skiciranja, itd.

Grafički dizajn nas okružuje – svuda oko nas raznorodni proizvodi grafičkog dizajna objašnjavaju, uređuju, identificiraju, označavaju. Nalazimo ga u gotovo svemu što vidimo, svemu što radimo, svemu što kupujemo. Nalazimo ga na ulici, u poštanskom sandučiću, na stranicama trendovskog časopisa i na stranicama telefonskog imenika. Dizajnira se poštanska marka i aplikacija na avionu. Knjige, časopisi, filmske špice, ambalaža, web stranice, plakati, prometni znakovi… Grafički dizajn toliko prožima našu svakodnevicu da je postalo gotovo nemoguće bez njega zamisliti bilo koje područje života [*http://dizajn.hr/blog/graficki-dizajn/, Piše: Ira Payer, 23.09.2017.*].

Sama definicija grafičkog dizajna glasi: “Dizajn je rješavanje problema”. Prema ICOGRADA-i, “zadatak grafičkog dizajnera je proslijediti pravi odgovor na probleme vizualnih komunikacija u svakoj vrsti ili svakom dijelu društva.” Ova definicija usmjerena je na složeni dizajnerski proces, a ne na proizvod tog procesa (što je najčešći nesporazum i uobičajeno površno shvaćanje grafičkog dizajna) te na naglašavanje komunikacije kao osnovne zadaće grafičkog dizajnera danas [*http://dizajn.hr/blog/graficki-dizajn/, Piše: Ira Payer, 23.09.2017.*].

“Dizajn se danas u Hrvatskoj shvaća i prakticira kao datost, kao društvena djelatnost koja je pojmovno neupitna jer operativno funkcionira u tradicijski postavljenom trokutu između naručitelja, autora/izvođača i potrošača, što znači – netko je voljan platiti za tu intelektualnu uslugu pa to pretpostavlja i određenu društvenu relevantnost.”[1]

[1] Tomiša M.; Milković M.: Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2013. g.

3. Tipografija

Riječ tipografija je složenica grčkih riječi τύπος (typos = forma ili žig) i γράφειν (grafein = pisati). Tipografija svoje korijene vuče iz prvih izbušenih kalupa (matica za odljevke) koji su se koristili za izradu pečata i kovanica još u antici. Tipografija s pokretnim metalnim modulom pojavila se u XIII. st. u Koreji. U Europi je razvoj tipografije krenuo od sredine XV. st. razvojem tiskarstva.

Ona je pojam koji predstavlja znanost o slovima, vještinu izrade i slaganja nekog slova kako bi bilo funkcionalno, ali i umjetnost. Nijemac Johann Guttenberg, nazvan i tvorcem suvremene tipografije prvi izumljuje pomična slova i tiskarski stroj te tako uvodi novu revolucionarnu tehnologiju crtanja slovnih znakova prema točno odgovarajućem rukopisnom uzorku na čijem su se temelju izrađivali kalupi i na taj način lijevala olovna slova da bi se na kraju mogla otisnuti na sam papir.

Tipografija u grafičkom dizajnu oduvijek je bila glavno sredstvo izražavanja.

Neke od definicija tipografija su još:

- znanost o slovima
- umjetnost korištenja tipografskih slova
- vještina slaganja, izrade, oblikovanja i funkcionalnog korištenja slova
- vještina izrade i otiskivanja tiskovnih formi

[*www.ss-graditeljska-ck.skole.hr/dokumenti?dm_document_id=105&dm_dnl=1tipografija, 23.09.2017.g].*

"Tipografija-umjetnost odabira odgovarajućeg pisma za određeni projekt, njegova organizacija na način da se ostvari što efikasnija komunikacija, i da bude što ugodnije ljudskom oku za gledanje (Thames and Hudson, Rječnik kaligrafije)."[2]

[2] *www.ss-graditeljska-ck.skole.hr/dokumenti?dm_document_id=105&dm_dnl=1tipografija, 23.09.2017.g.*



Slika 1. Guttenbergov tiskarski stroj

3. 1. Osnovni pojmovi tipografije

Osnovni pojmovi tipografije su pismo, font, rez, porodica i slovo.

Pismo - sačinjavaju ga svi slovni i ostali znakovi (brojke, znakovi interpunkcije, posebni znakovi itd.), kojima je zajedničko to da su jednoobrazni i da svojim oblikom odgovaraju jedan drugom. U engleskom jeziku za taj pojam se koristi termin "typeface".

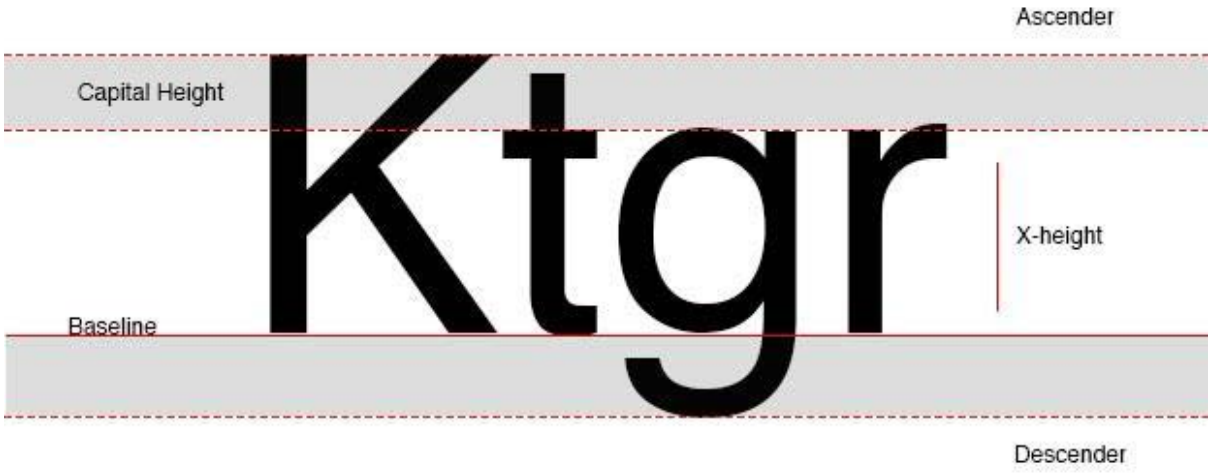
Font - ovaj pojam koji se u današnjoj digitalnoj eri gotovo obavezno koristi kao sinonim za pismo, pa čak i za porodicu pisama, potječe iz doba olovnih slova i ima ponešto drukčije značenje. U to doba svaka se veličina slova nekog pisma morala lijevati odvojeno, a jedna takva skupina slova nazivala se upravo font, dakle dva skupa znakova istog pisma veličine 9 pt i 10 pt čine zapravo dva fonta.

Tipografska točka *(eng. Point)* - glavna mjerna jedinica slovnog znaka 12pt

Bazična linija *(eng. Baseline)* - je horizontalna crta na kojoj leže sva slova osim slova koji prelaze liniju kao što su „p“, „g“ ,y“ „y“ prelaze u descender ili slova kao što su: : b, d, h, t, k, l prelaze u ascender. Zaobljena verzalna i kurentna slova kao „c“ ili „o“ uvijek su malo ispod i iznad početne vrijednosti [*http://www.typographydeconstructed.com/category/anatomy-of-type/ dostupno 24.09.2017.*].

x-veličina *(eng. X-height)* - označava visinu kurenata bez dijelova koji prelaze u ascender ili descender. Svako pismo ima drugačiju vrijednost x heighta

Kapitalna veličina *(eng. Capital height)* - označava veličinu verzala od baselinea do Capital heighta.



Slika 2. Pozicije elemenata slovnog znaka (bazična linija, capitalna veličina, x-veličina, ascender descnder)

Rez – je određena stilizacija nekog pisma. Konkretno to znači da isto pismo može imati različite stilove - bold (zadebljana slova) i italic (nakošena slova, kurzivna slova).

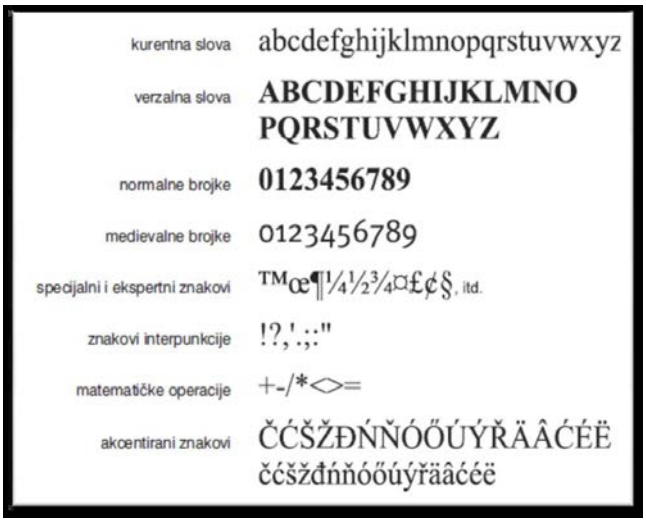
- *Pismovni rez* - s obzirom na odnos bjeline i tamnoće klasificira se kao tanki (thin), ultrasvijetli, svijetli (light), normalni, poludebeli, debeli (bold) (masni-fet) i ultradebeli (black).

Porodica – porodica nekog pisma sastoji se od svih rezova nekog određenog pisma (npr. pismo Futura u svim svojim rezovima čini pismovnu porodicu Futura) [*www.ss-graditeljska-ck.skole.hr/dokumenti?dm_document_id=105&dm_dnl=1tipografija, 23.09.2017.g.].*



Slika 3. Imena fontova (povijesna)

Slovo – slovo ili slovni znak je glavni element pisma. Slaganjem slova nastaju riječi, slaganjem redaka nastaju stupci, koji čine dio sloga. "Slovni znak ili slovo je glavni element pisma. Slaganjem slova nastaju retci, slaganjem redak nastaju stupci koji čine dio sloga. Pojam slova u digitalnom pismu se razlikuje od pojma u olovnom smislu. U digitalnom pismu pod pojmom slova podrazumijeva se isključivo pismovna slika, a u olovnom slogu taj pojam odnosio se na tzv. olovni stožac."[3]
Razmak između riječi također je slovni znak.



Slika 4. Slovni znakovi

Danas je tipografija široki pojam koji se ne temelji samo na oblikovanju slova. Njome danas oblikujemo prijelom novina, knjiga, časopisa, u službi je prenošenja informacija te kao i dizajnerska forma koja određenom slovnom kompozicijom ili nekim apstraktnim načinom primjene čini dizajnerska rješenja.

"Typography at its best is a visual form of language linking timelessness and time."[4]

[3] Tomiša M.,Milković, M.: Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2013. g., str. 85
[4] Bringhurst, Robert: The Elements of Typographic Style, Point Roberts, Vancouver, 2004. g.

4. Fotografija kao medij

Kad se pojavila kao medij, kao novi medij u umjetnosti, fotografija je bez sumnje obnovila vizualne mogućnosti predstavljačke umjetnosti, ali je isto tako unijela elemente koji će izazvati nesagledive posljedice, kako u kontekstu same umjetnosti, tako u sklopu čitave kulture. Do pojave fotografije, umjetnost je manje ili više shvaćena kao nešto izvanvremensko, to jest vječno, bez obzira na vrijeme i njegove mijene i bez obzira na samu povijest. "Pronalazak fotografije dao je svijetu najdemokratskije sredstvo izražavanja, jer je omogućio da se događaji prikažu slikom potpuno vjerno da ih svatko može shvatiti. Fotografija postaje savršena i nužna dopuna štampanoj riječi."[5]

Fotografija je danas u umjetnosti stvarnost. Postala je medij u umjetnosti, odnosno, priznat joj je status ravnopravnog umjetničkog medija [*http://www.msu.hr/files/16205/Fotografija%20kao%20medij.pdf, 24. 09. 2017.g.*].

4. 1. Definicija fotografije

Fotografija je tehnika digitalnog ili kemijskog zapisivanja prizora iz stvarnosti na sloju materijala koji je osjetljiv na svjetlost koja na njega pada.

Riječ dolazi od grčkog φως *phos* ("svjetlo"), te γραφις *graphis* ("crtanje") ili γραφηgraphê, koje zajedno znače otprilike "crtanje pomoću svjetla". Riječ svjetlopis se ponekad koristi kao domaća riječ za fotografiju [*https://hr.wikipedia.org/wiki/Fotografija, 24. 09. 2017.*].

Fotografija je način zabilježavanja događaja, stvari, likovnih elemenata kao i svijeta oko nas uz pomoć leće i svjetlosti. Fotografija je vizualna umjetnost te kao takva spada pod granu likovnih umjetnosti gdje fotograf (autor umjetničkog djela) uz pomoć svoga znanja te foto-kamere zabilježava svijet oko sebe te ga prezentira javnosti. Postoji više grana fotografije: dokumentarna fotografija, umjetnička fotografija, portretna, mrtva priroda, reklamna, i dr.

[5] Fizi, M.: Fotografija, grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1977. g., str. 9

4. 2. Povijest fotografije

Preteča fotografije je tzv. “camera obscura” koju su primjenjivali slikari pejzaža i portretisti sve do 19. stoljeća. Međutim, bit fotografije je da se ona mora sama stvoriti i zadržati na nekom fotoosjetljivom materijalu. Problem s ranom fotografijom je bio upravo u tome kako sliku zadržati. Postojali su materijali koji su u doticaju sa svjetlom mijenjali boju i koji bi onda u kombinaciji s mračnom komorom davali fotografije, ali one nisu bile trajne.

Problem je 1825. riješio Nicéphore Niepce. Njegova metoda zahtijevala je višesatnu ekspoziciju uz jako dnevno sunce. Ipak, njegova metoda se nije pokazala najboljom pa je u partnerstvu s pariškim slikarem Jacques Daguerreom pokrenuo istraživanje nove metode. 1833. godine Niepce je umro, pa je Daguerre sam nastavio s istraživanjima.

1839. Jacques Daguerre najavio je da je pronašao način kako proizvesti permanentni pozitiv. Taj je izum nazvan Dagerotipija, a francuska je vlada izum odmah otkupila i ponudila svima zainteresiranim mogućnost da se bave fotografijom i dalje ju razvijaju. Daguerre i Nepceov unuk su zauzvrat dobili doživotnu rentu.



Slika 5. Prva održana fotografija u povijesti koju je uslikao Nicéphore Niepce 1826. godine

Istovremeno je u Engleskoj William Fox Talbot otkrio drugi postupak, nazvan kalotipija, ali je otkriće držao u tajnosti. Za razliku od dagerotipije, rezultat kalotipije je bio negativ iz kojeg se je moglo proizvesti neodređen broj pozitiva. Talbot je svoje otkriće patentirao što je uvelike limitiralo razvoj i popularnost te metode.

U sljedećih nekoliko desetljeća fotografi su umnogome unaprijedili cijeli postupak, ali vjerojatno najbitniji pomak je učinio George Eastman koji je izumio fotografski film, tj. tanku prozirnu traku s fotoosjetljivim slojem. Prvi aparati koje je proizveo u svojoj tvrtci Kodak su imali ugrađen film, a nakon što bi se potrošila rola filma - cijeli fotoaparat bi se vraćao u

Kodak, a oni bi film razvili, napravili pozitive i vratili aparat vlasniku zajedno s fotografijama i novom rolom filma.

1925. godine na tržište je puštena 35milimetarska Leica - aparat čija je rola filma bila široka 35 mm, što je bilo puno manje od svih dotadašnjih (velikoformatnih) aparata. Leica je snimala fotografije čije su stranice (najčešće) imale omjer 2:3, što je od tada postao standard.

Sljedeći veći tehnološki korak je bila fotografija u boji. Samo po sebi to nije bilo revolucionarno otkriće, jer bilo je nekoliko više ili manje uspješnih eksperimenata s bojom tokom devetnaestog stoljeća. Prvi moderni film u boji, Kodachrome, pušten je u masovnu proizvodnju 1935. godine [*https://hr.wikipedia.org/wiki/Fotografija, 24.09. 2017*.].

4. 3. Svjetlo i boje u fotografiji

Bez svjetla nema fotografije. Da bi na njoj bilo barem nešto što možemo vidjeti treba nam svjetlo (sunčevo, ono koje dolazi od vatre ili nekog rasvjetnog tijela; žarulje, bljeskalice i sl.). Svjetlo je zato za fotografa saveznik i prijatelj ako ga fotograf razumije i zna odrediti. Uravnoteženo svjetlo na fotografiji čini je ugodnom oku. Fotografi od svih svjetala najviše vole tzv. bijelo svjetlo (to je svjetlo koje proizvodi Sunce). Ono zapravo nije bijelo već se sastoji od svih boja koje ljudsko oko može vidjeti. Taj skup boja zovemo spektar boja. Svjetlo se ponaša kao val. Širi se pravocrtno i to brzinom od 300 000 km/s.

Boja je fenomen koji je potaknut svjetlom ili osjećaj koji u mozgu izaziva svjetlost koju emitira neki izvor svjetla (Sunce, žarulja, reflektor) ili ju reflektira (odbija) neka površina. Tri su osnovna obilježja boja koja zanimaju fotografe: ton boje (eng. hue), zasićenost (eng. saturation) i svjetlina (eng. lightness ili luminance) [*http://os-fkrezme-os.skole.hr/upload/os-fkrezme-os/images/static3/887/attachment/osnove_fotografije.pdf, 24. 09. 2017*.].

4. 4. Analogna i digitalna fotografija

Analogna fotografija podrazumijeva snimanje na film, a digitalna na neki fotoosjetljivi medij (svjetlosni senzor). Digitalna fotografija pohranjuje se na neki digitalni medij (najčešće na memorijsku karticu, tvrdi disk ili CD-ROM), ali može se razviti na papir. Isto tako analogna se fotografija skeniranjem može digitalno pohraniti. Film je jedan od izuma u fotografiji koji je omogućio jednostavno zapisivanje svjetla na medij. Film je engleska riječ koja u prijevodu znači tanki sloj.



Slika 6. Prikaz filma u fotografiji

U digitalnoj se fotografiji umjesto filma i kemije koristi svjetlosni senzor (čip) i električna energija. Digitalni fotoaparati zato ne mogu raditi bez izvora električne energije (baterije). Prvi digitalni fotoaparati bili su puno slabije kvalitete od analognih, ali s vremenom je digitalna fotografija dostigla analognu i pokazala neke svoje prednosti.

Prije svega – jeftinija je i praktičnija. Međutim, pravi ljubitelji fotografije (i amateri i profesionalci) osim digitalne fotografije koriste i analognu. Mnogi kažu da nikad zapravo ne naučiš fotografiju ako nisi naučio razvijati filmove i fotografije u tamnoj komori [http://os-fkrezme-os.skole.hr/upload/os-fkrezme-os/images/static3/887/attachment/osnove_fotografije.pdf, 24. 09. 2017.].



Slika 7. Fotoaparat za analagnu i digitalnu fotografiju

5. Psihologija definicija

Izraz psihologija je sastavnica koja potječe iz grčkog psiha = *duh, duša, život, um, dah* i logos = *govor, riječ, promišljanje, rasuđivanje*. Doslovno tako psihologija znači promišljanje ili rasuđivanje o duhu ili duši. Značenje pojma ostaje nepromijenjeno sve do šesnaestog ili sedamnaestog stoljeća, kada mu je pridodano novo značenje u smislu "znanost o svijesti".

Moderna psihologija je prirodna i društvena znanost koja se bavi moždanim procesima i njihovim izražavanjem u ponašanju. Psihologija nastoji sustavnim empirijskim istraživanjima steći znanje o uzrocima i načinu ponašanja pojedinca, te o tome na koji način ljudi doživljavaju svijet u kojem žive. Među psihičke procese ubrajamo razmišljanja, osjećaje (emocije) i motivacije [https://hr.wikipedia.org/wiki/Psihologija, 24. 09. 2017.].

5. 1. Verbalna i neverbalna komunikacija

5. 1. 1. Verbalna komunikacija

Verbalna se komunikacija temelji na jeziku, a znači komuniciranje riječima. Uspješnu verbalnu komunikaciju prati neverbalna komunikacija. U poslovnom svijetu verbalna komunikacija slijedi pravila formalnijeg jezika. Osobito je važna u javnom izlaganju poput prezentacija, javnih govora i medijskih nastupa.

5. 1. 2. Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija se odnosi na namjerno i nenamjerno komuniciranje tijelom, odnosno to je komuniciranje bez riječi. Uglavnom se koristi za izražavanje emocija i stavova, odražavanje osobina ličnosti, i poticanje ili mijenjanje verbalne komunikacije. Kad je neverbalno ponašanje u skladu s govorom, poruka koja se govori je jasna i snažna. Neverbalni znakovi uključuju izraze lica, ton glasa, geste, položaj tijela ili pokret, dodir i pogled [http://www.elementa-komunikacije.hr/poslovna-komunikacija/neverbalna-verbalna-komunikacija, 24. 09. 2017.].

5. 1. 3. Govor tijela

Neverbalnu komunikaciju ili govor tijela proučavamo oko 50 godina, premda će nas socijalni antropolozi podsjetiti na njezin postanak još u vrijeme nastanka ljudskog roda, prije izgovorene riječi. "Govor tijela će uvijek biti najpouzdaniji pokazatelj kod prenošenja osjećaja, stavova i emocija. Živimo svakodnevnicu nesvjesno prikazujući svoje unutarnje misli. Govor, kao relativno nov oblik komunikacije, ispunjava ulogu prenošenja informacija (činjenica i podataka) dok tijelo ispunjava ulogu prenošenja osjećaja."[6] Činjenica je da naši neverbalni postupci upravo vrište o našim raspoloženjima i osjećajima daleko više nego što bismo mi to možda željeli razotkriti.



Slika 8. Tipovi komunikacije – neverbalna (govor tijela)

[6] Borg, J.; Govor tijela, Verble commerce, Zagreb, 2009. g., str. 3

6. Praktični dio

Praktični dio rada sastoji se od provedenog eksperimenta (ankete) provedenog na izabranim ispitanicima. U eksperimentu je sudjelovalo 20 osoba, različitih dobnih skupina (od 19 do 80 godina), različitog obrazovanja i mjesta stanovanja. Ideja rada bila je pokazati da li su ljudi svjesni činjenice da tipografija nije samo sredstvo komuniciranja i sredstvo koje koristimo kako bismo se mogli pismeno izraziti. U svakodnevnom životu okruženi smo slovima, gdje god pogledamo oko sebe nešto piše određenim fontom.

6. 1. Podjela fontova

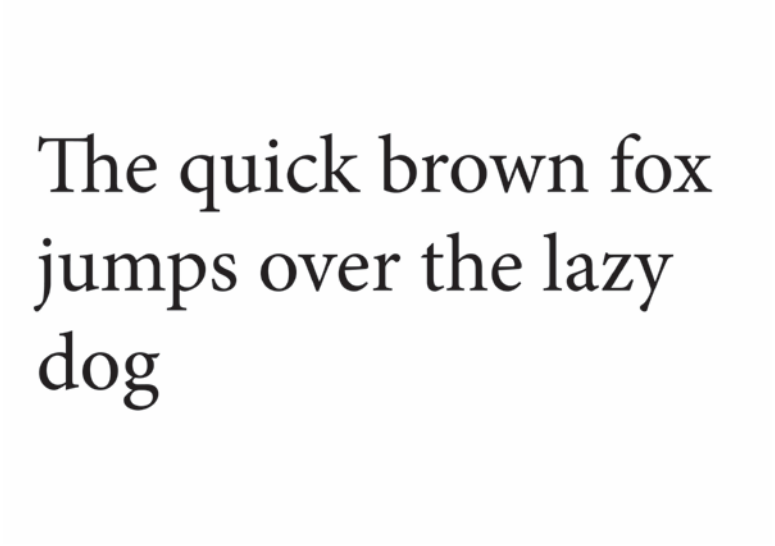
Prema vlastitim preferencijama u tipografiji fontove sam podijelila u dvije kategorije po vlastitom subjektivnom doživljaju na dobre i loše. Želeći ljude u potpunosti osloboditi i lišiti zavedenosti sadržajem na običan list A4 papira bijele boje određenim fontom ispisala sam potpuno generičku rečenicu – pangram: The quick brown fox jumps over the lazy dog. Tekst je tretiran dosadno i ravnodušno u tipografskom smislu. Našavši ispitanika u njegovom trenutnom okruženju prikazala sam mu svoj odabir fontova, jedan po jedan zabilježujući reakcije u sekvencama od 5 sekundi, tocnije od 5 fotografija po fontu. Prije samog eksperimenta ispitanicima nije bilo rečeno o kakvom eksperimentu, odnosno anketi je riječ.

Loši :	Dobri :
Minion Pro	Calibre
Times New Roman	Greta Text Pro
Chiller	Monospace 821 BT
Complex	Typonine Sans Pro
Verdana	Mote
Comic Sans	Museo sans
Calibri	Univers COnsended
Trajan Pro	Brioni sans
Hobo	Geofrotesque Stencil A
Bank Gothic	Sauna

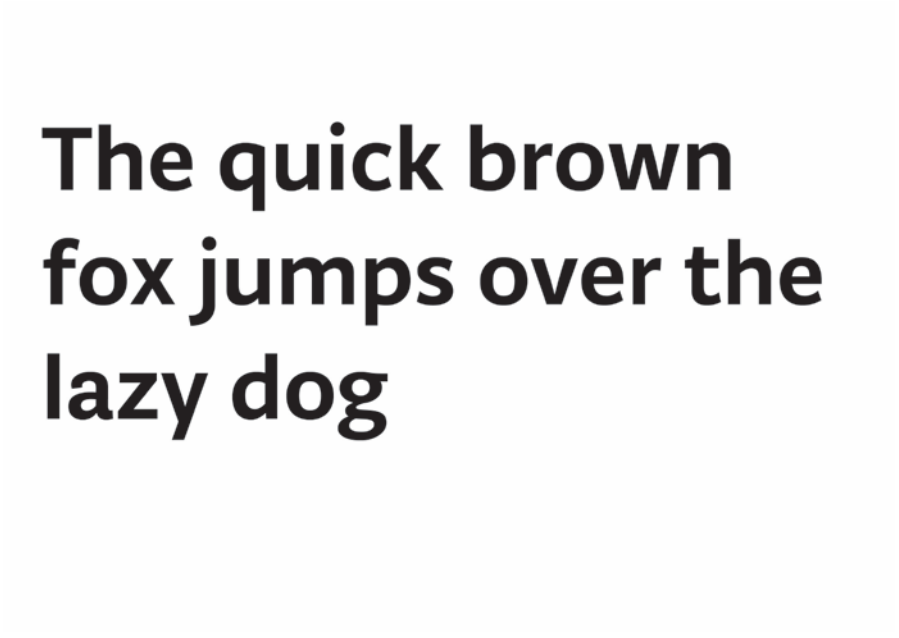
Slika 9. Popis odabranih fontova prema subjektivnom doživljaju

6. 2. Primjer dobrog i lošeg fonta

Na običan list A4 papira bijele boje određenim fontom ispisala sam potpuno generičku rečenicu – pangram: The quick brown fox jumps over the lazy dog. Svaki od ispitanika pogledao je font ne znjući što ga očekuje niti što će vidjeti.



Slika 10. Primjer lošeg fonta -Minion Pro



Slika 11. Primjer dobrog fonta - TyponineSans Pro

6. 3. Popis odabranih ispitanika

REDNI BROJ	ISPITANICI	GODINE STAROSTI	OBRAZOVANJE	RADNO MJESTO
1.	Antonio	19 godina	SSS (komercijalna srednja škola)	trgovac u dućanu sa sportskom opremom
2.	Nina	22 godine	SSS (škola primjenjene umjetnosti i dizajna)	studentica dizajna, smjer produkt dizajn
3.	Neven	24 godine	SSS (strojarski mehaničar)	trgovac
4.	Ema	26 godina	VSŠ (ing. agr.)	viši stručni referent nabave u trgovačkom lancu
5.	Katarina	30 godina	VSS (magistra farmacije)	farmaceut u ljekarni
6.	Lucija	30 godina	VSS (magistra farmacije)	farmaceut u tvrtci proizvodnji lijekova
7.	Marina	31 godina	VSS (profesor hrvatskog jezika i književnosti, informatolog – smjer bibliotekarstvo)	knjižničarka na visokoškolskoj ustanovi
8.	Davorka	31 godina	VSS (doktor medicine)	specijalizantica pulomologije
9.	Ana	32 godine	VSS (mr. oec. – magistrica ekonomije)	računovođa u zdravstvenoj ustanovi
10.	Marina	32 godine	VSŠ (viša ekonomska škola)	računovodstveni referent u visokoškolskoj ustanovi
11.	Hrvoje	35 godine	VSS (profesor kineziologije)	profesor tjelesnog odgoja u osnovnoj školi
12.	Slavica	43 godine	SSS (ekonomski tehničar)	blagajnik u Hrvatskoj pošti
13.	Vesna	44 godine	SSS (trgovačka škola)	šalterski službenik u HP
14.	Zdenko	48 godine	SSS (gimnazija)	poštar
15.	Štefica	54 godine	SSS (poštanska i telekomunikacijska škola)	PT operater
16.	Verica	57 godina	SSS (gimnazija)	umirovljena šalterska službenica
17.	Vlado	58 godina	SSS (policijska škola)	umirovljeni policijski službenik

18.	Vlado	62 godine	SSS (gimnazija)	tehnički crtač / direktor građevinske firme
19.	Štefica	63 godine	VSŠ (viša ekonomska)	voditelj računovodstva i financija u visokoškolskoj ustanovi
20.	Mira	82 godine	NKV (osnovna četverogodišnja škola)	domaćica u mirovini

Tablica 1. Popis ispitanika koji su sudjelovali u eksperimentu

6. 4. Popis verbalnih izjava odabranih ispitanika

REDNI BROJ	ISPITANICI	IZJAVE TOKOM I NAKON FOTOGRAFIRANJA
1.	Antonio	Pa ja nemam nikakvu reakciju na to! Meni sve izgleda isto? Jer to normalno?
2.	Nina	Jer su sad ovo bili dobri ili loši fontovi? Ja sam mislila da su svi pomiješani pa sam i u lošima gledala dobre! Uuu ovaj jedan mi je dobar!
3.	Neven	Ma daj, meni je to smiješno! Ne da mi se to gledati, ne mogu biti ozbiljan!
4.	Ema	Kamo moram gledati? Hm...pa vidim da su to različita slova, ali kaj sad sa time? Zašto svugdje mora isto pisati...čak mi je i malo smiješno. Ali ovaj mi je super.
5.	Katarina	Vidim da su to različita slova, ali kaj sad sa njima? Kako ti znaš koji je koji font? Ali ovaj mi je baš dobar (sauna font). Vidim da je ovaj malo drugačiji (chiller)
6.	Lucija	Lijepa su slova, vidim da su različita. Ovaj mi je baš dobar (chiller), podsjeća me na neki natpis ispisan krvlju na zid.
7.	Marina	Ja tu ništa ne vidim! Sve je isto. I sve isto piše! Kaj ako nisam imala nikakvu reakciju?
8.	Davorka	Jer mi frizura bila dobra? Uuu da tu se vidi razlika (gledala je u saunu). Ajde to napravimo pa idemo jest palačinke. E Vanja, kako ti znaš razliku između tih fontova? Ja vidim da su različiti, ali kako se to vidi?
9.	Ana	Ovaj font mi je dobar (sauna). Jer smo sad gotovi? Ok.
10.	Marina	Ja nisam imala nikakvu reakciju!
11.	Hrvoje	Kako ja sad moram reagirati? Kužim da je to različito, ali kaj sad sa ovim tekstom? Mislim da nisam nikako reagirao.
12.	Slavica	Lijepo to sve izgleda, al ne vidim razliku.
13.	Vesna	Sve lijepo izgleda, ali ne razumijem kakva je razlika. Vidjela sam da su slova drugačija.
14.	Zdenko	Meni su svi bili isti, samo je nešto pisalo u dva, a nešto u tri reda.
15.	Štefica	Ja nisam ništa tu vidjela, to su slova samo.
16.	Verica	Nisam uopće gledala slova, čitala sam tekst. Smiješna mi je lisica koja skače preko lijenog psa. Ali lijepa su slova kojima to piše.
17.	Vlado	Čuj nisam se baš obrijao da me slikaš! I to sve isto piše? Kaj kad ne znam engleski i nisam

		uzeo naočale.
18.	Vlado	The lazy brown fox jumps over the...Pa to je neka lijena lisica koja skače. Vidim da su to različit fontovi i drugačija slova, ali kaj to znači?
19.	Štefica	Pa to je sve isto! Apsolutno sve!
20.	Mira	Lijepo to izgleda, samo ne razumijem i ne vidim sve pročitati.

Tablica 2. Popis verbalnih izjava odabranih ispitanika tokom i nakon fotografiranja

6. 5. Fotografije izraza lica odabranih ispitanika

Slika 12. Ema, 26 godina, viši stručni referent nabave u trgovačkom lancu - reakcija na Minion Pro











Slika 13. Neven, 19 godina, prodavač u dućanu - reakcija na TyponineSans Pro











7. Zaključak

Cilj završnog rada je bio prikazati kroz eksperimentalni pristup na koji način ljudi reagiraju na tipografiju koja ih okružuje. U svakodnevnom životu okruženi smo slovima, gdje god pogledamo oko sebe nešto piše određenim fontom. Kao buduća dizajnerica bila sam svjesna činjenice da većina ljudi tipografiju doživljava izričito kao način sporazumijevanja i pismenosti te sa željela to ispitati i potvrditi. Upotrebljavajući fotografiju kao medij željela sam prikazati prvu spontanu reakciju ljudi kada ugledaju font koji ih svakodnevno okružuje ili onaj koji vide prvi puta. Eksperiment je pokazao točno ono što sam i predviđala tj. ono što sam znala da je mogući ishod ankete. Ljudske reakcije na prikazanu tipografiju bile su minimalne, gotove neprimjetne. Njihova mimika lica uglavnom je ostajala ista tokom cijelog fotografiranja, bez obzira u koji font bi gledali. Verbalne reakcije su isto bile očekivane, kroz njih se najbolje očitala psihološka strana svakog od pojedinaca. Nekome je bilo bitno da mu je dobra frizura i da dobro izgleda pred fotoaparatom, nekome je bilo dosadno, nekome zanimljivo iako je bio nesvjestan toga što zapravo gleda. Eksperiment je dokazao pretpostavljanu tezu da ljudi slova ne vide kao slova već kao sredstvo sporazumijevanja. Gotovo svi ispitanici su pri samom pogledu na A4 papir prvo počeli isčitavati napisani sadržaj što dokazuje da, iako sadržaj nije bio u prvom planu, ispitanici su i dalje njime bili zavedeni. Serija fotografija prikazuje sliku običnih ljudi, različitih zanimanja i godišta koji ne vide ništa osim slova na papiru koja služe za čitanje. Time je potvrđena njihova ravnodušnost spram samog dizajna slova i njegove ljepote.

U Koprivnici, 29. 11. 2017. godine

Potpis:

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Vanja Šok *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Knjiga „Ma to su samo slova" *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Vanja Šok
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Vanja Šok *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Knjiga „Ma to su samo slova" *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Vanja Šok
(vlastoručni potpis)

Literatura

Ang Tom; Digitalna fotografija priručnik, Znanje d. d., Zagreb, 2003. g.

Borg James; Govor tijela, Veble commerce, Zagreb, 2009.g.

Feđa Vukić; Teorija i povijest dizajna, Golden Marketing, Zagreb, 2012. g.

Fizi, Milan; Fotografija, grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1977. g.

Robert Bringhurst; The Elements of Typographic Style, Point Roberts, Vancouver, 2004. g.

Tomiša Mario, Milković Marin; Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2013. g.

Internetski izvori

https://bs.wikipedia.org/wiki/Dizajn, 23.09.2017.

http://dizajn.hr/blog/dizajn/, 23.09. 2017.

http://dizajn.hr/blog/graficki-dizajn/, Piše: Ira Payer, 23. 09.2017.

www.ss-graditeljska-ck.skole.hr/dokumenti?dm_document_id=105&dm_dnl=1tipografija, 23.09.2017.

http://www.typographydeconstructed.com/category/anatomy-of-type/ dostupno 24.09.2017.

http://www.msu.hr/files/16205/Fotografija%20kao%20medij.pdf, 24. 09. 2017.

https://hr.wikipedia.org/wiki/Fotografija, 24. 09. 2017.

http://os-fkrezme-os.skole.hr/upload/os-fkrezme-os/images/static3/887/attachment/osnove_fotografije.pdf, 24. 09. 2017.

http://www.elementa-komunikacije.hr/poslovna-komunikacija/neverbalna-verbalna-komunikacija, 24. 09. 2017.

https://hr.wikipedia.org/wiki/Psihologija, 24. 09. 2017.

.

Popis slika i tablica

Slika 1. Guttenbergov tiskarski stroj
Slika 2. Pozicije elemenata slovnog znaka (bazična linija, capitalna veličina, x-veličina, ascender descnder)
Slika 3. Imena fontova (povijesna)
Slika 4. Slovni znakovi
Slika 5. Prva održana fotografija u povijesti koju je uslikao Nicéphore Niepce 1826. Godine
Slika 6. Prikaz filma u fotografiji
Slika 7. Fotoaparat za analagnu i digitalnu fotografiju
Slika 8. Tipovi komunikacije – neverbalna (govor tijela)
Slika 9. Popis odabranih fontova prema subjektivnom doživljaju
Slika 10. Primjer lošeg fonta -Minion Pro
Slika 11. Primjer dobrog fonta - TyponineSans Pro
Slika 12. Ema, 26 godina, viši stručni referent nabave u trgovačkom lancu - reakcija na Minion Pro
Slika 13. Neven, 19 godina, prodavač u dućanu - reakcija na TyponineSans Pro