

ANALIZA DOŽIVLJAJA OSNOVNIH TIPOGRAFSKIH ELEMENATA

Kuzmić A.¹, Tomiša M.¹, Valdec D.¹

¹Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, Hrvatska

Sažetak: U radu je obrađena tipografija, elementi i njihovo oblikovanje s namjerom da izazovu različite doživljaje kod ljudi. Istraženo je oblikovanje za pet doživljaja koji bi se mogli svrstati u osnovnu kategoriju. To su doživljaji pokreta, reda, prirode, tehnologije i bunta. Glavni problem koji se istražuje je taj kako oblikovati tipografiju da ona podsvjesno djeluje na čovjeka izazivajući željeni doživljaj.

Ključne riječi: tipografija, font, grafički elementi, doživljaj

Abstract: **Abstract:** This paper elaborates typography, elements and their formatting with the purpose of causing different experience for people. It explores formation of the five experiences that could be classified into primary category. The mentioned experiences are motion, order, nature, technology and rebellion. The main issue is how to design a typeface that subconsciously affects the body causing the desired experience?

Key words: typography, font, graphic elements, experience

1. UVOD

Pisana riječ je uz razgovor jedan od glavnih i najvažnijih sredstava komunikacije. Osim za svagdanje komuniciranje služi i za prijenos raznih podataka i informacija. Područje koje se bavi izborom i metodama razmještaja slova, izgledom slova i promjenama znakova u abecedi naziva se tipografija. Čitajući novine, časopise, reklame i knjige većina ne obraća pozornost na izgled teksta i naslova, tj. na tipografiju. Svjesno se ne obraća pozornost, no podsvjesna razina čovjekovog doživljaja tipografije nešto je potpuno drugo. Zašto nešto pročitatmo prvo? Zašto neke tekstove ne pročitatmo? Što upamtimo od pročitanog? Poruka se nekad ne prenosi samo tekstem već i načinom na koji je tekst, naslov ili naziv napisan. Tipografija djeluje na podsvjesnoj razini i više nego na razini svijesti. Osoba koja se bavi tipografijom i odabirom tipografije mora znati više od tehničkih obilježja tipografije. Mora ući u podsvijest promatrača i čitatelja i potaknuti željeni osjećaj.

2. DOŽIVLJAJ POKRETA

Pri spomenu riječi pokret svatko zamisli nešto na što ga pokret podsjeća. To mogu biti pokretni objekti kao što su

auto, avion, vlak, formula i sl. Riječ energija može pobuđivati osjećaje topline ili može potaknuti stvaranje podsvjesnih slika: sliku eksplozije, sunca, energičnih osoba i životinja. Prvi dojam na spomenute riječi prilično su individualna stvar i mijenjaju se od čovjeka do čovjeka. Riječi koje se javljaju kao asocijacija na energiju i pokret analiziraju se. Postavlja se pitanje što im je zajedničko i kako bi ih se opisalo. Elementi koji bi mogli proizaći iz spomenutih pojmova su nagib, tople boje, linije pokreta, te zamućenje i nakošena kompozicija.



Slika 1. Primjer postizanja tipografske energije

Najbrži i najučinkovitiji način da se od potpuno statičnog oblika slova stvori energični dojam je jednostavno preoblikovanje veličine, boje ili nagiba. Spomenuta tehnika koristi jednostavne elemente, pa se tek daljnjim istraživanjem dolazi do složenijih rješenja.

Kod dizajna koji se oslanja na odabir boja, za energični naslov bolje je koristiti snažne i jarke boje. U kombinaciji s neutralnom pozadinom, energija i pokret slova dolaze još više do izražaja. Osim jarke boje, energični font i uskličnik mogu pridonijeti povišenju vizualne energije naslova. Razni gotovi efekti koje nudi Photoshop imaju svojstva energije. Primjer na slici 2. prikazuje kako se mogu upotrijebiti boje i efekt skew (eng. ukošenje) da se dočara energija.



Slika 2. Primjer upotrebe efekta skew

Tipografiju kombiniranu s grafičkim elementima najčešće se viđa kod raznih zaštitnih znakova, reklama,

nekonvencionalnih tekstova ili kao svojstvena umjetnička djela. Slova se kombiniraju s grafikom ovisno o doživljaju koji se želi potaknuti. Slova i riječi se modificiraju tako da sadrže ili se stapaju s elementima koji naglašavaju pokret i energiju. Neki od takvih elemenata su krila, strelice, nepravilne linije i sl. Najveći utjecaj na prosječnog čitatelja ima tipografija koja kombinira doslovni smisao riječi i grafičko oblikovanje koje slijedi taj smisao.

3. DOŽIVLJAJ REDA

Ovo poglavlje se odnosi na izazivanje doživljaja (red, ravnoteža, stabilnost i urednost) kroz tipografiju i ostale dodatne grafičke elemente. Fontovi kao što su helvetica, futura i ostali sans serifni fontovi vrlo uvjerljivo prikazuju temu ovog poglavlja. Odlike takvih fontova su red, ujednačenost i stabilnost.

Ozbiljne teme zahtijevaju jednostavniju i stabilniju tipografiju. Za primjer se mogu uzeti naslovi u časopisima, novinama i knjigama političkog karaktera, poslovnog, medicinskog i sl. Naravno, to nije pravilo. I neke zabavne teme nekad zahtijevaju jasan i uredan dizajn. Poželjno je da tipografija bude u ravnoteži i ugodna oku, bez obzira na karakter teme.



Slika 3. Primjer reda i hijerarhije elemenata i tipografije

Red se može postići grupiranjem elemenata i tipografije u jednostavnije grafičke elemente kao što su linije, krug, kvadrat, pravokutnik i pravokutnik sa zaobljenim rubovima. Ispplanirano i pravilno grupiranje elemenata podsjeća na nešto uredno i stabilno. Hijerarhija elemenata je važna kada se želi postići uspješan završni dojam. Hijerarhijom se određuju najvažniji elementi i čitateljevo oko se vodi s jednog elementa do drugog. Prvo pogled pada na važniji dio koji je najnaglašeniji, pa prema ostalim elementima koji su u drugom i trećem planu.

Prvi primjer na slici 3. koristi nešto zanimljiviji font za glavni naslov, ali zato se koriste čiste linije koje imaju ulogu odjeljivanja informacija. Boje su prigušene i ozbiljne. Drugi primjer koristi element pravokutnika za odjeljivanje informacija. Korištenjem jačih boja prikazano je da red ne znači da boje moraju biti dosadne ili monotone.

Jedan od glavnih grafičkih elemenata koji simboliziraju red su ravne linije. Osim linija, ostali elementi koji su harmonični i organizirani obavljaju svoju zadaću i



Slika 4. Primjer ponavljanja elemenata

pozitivno djeluju na osjećaj reda kod ljudi. U slučajevima kada se kombiniraju riječ i grafički elementi važno je napraviti sklad koji će shvatiti ciljna skupina. Elementi koji naglašavaju temu su simetrija, ponavljanje elemenata, elementi koji su u suprotnosti s temom reda i sl. Sve ovisi o tome na koju riječ se primjenjuju elementi. Nekad ono što na prvi pogled nema veze s redom može najviše utjecati na prosječnog čitatelja.

Fontovi koji se uglavnom koriste da potvrde red i stabilnost su jasni, čitljivi i lišeni ukrasa koji se nalaze na fontovima zaigrane tematike. Ipak, to ne znači da font mora biti sterilan. Ima mnogo fontova koji su čisti, a odražavaju toplinu i kreativnost. Kad se takvi fontovi primjene u kombinaciji s jednostavnom pozadinom i grafičkom okolinom, dobiva se dašak živosti u klasiци i redu.

4. DOŽIVLJAJ PRIRODE

Kada se spominje nešto prirodno, u mislima se javljaju slike pejzaža, ljudskosti, poljoprivrede, biljaka, okoliša, tj. sve što je suprotno modernoj tehnologiji. Ukoliko se odluči da je najbolje rješenje prirodna tematika, moramo koristiti fontove koji su živahni i imaju prirodan tok linija.

Fontovi koji se koriste za organsku tematiku imaju meke linije, prirodne teksture, ukrase i oblike koje ljudi



Slika 5. Primjer vodenog efekta

prepoznaju kao prirodne. Porodica fonta papyrus dobar je primjer teksturiranog fonta koji ima obilježja ove tematike. Koriste se svi fontovi koji imaju spontani, nedigitalni izgled, fontovi zaobljenih serifa, fluidnih linija, rukopisni fontovi. Općenito, koriste se topli, prijateljski fontovi koje ljudi mogu povezati s prirodom i ljudskošću. Najbolji primjer takvih fontova su rukopisni fontovi.

Grafički elementi koji se većinom koriste da pobude organske doživljaje su razne linije koje podsjećaju na trsove, lišće, drveće, cvijeće i životinje. Ikone i elementi koji izgledaju kao da su nacrtani rukom također su dobro rješenje za neke projekte.

Vizualne identitete bazirane na poticanju prirodnog doživljaja koriste tvrtke koje žele uvjeriti ljude da su koncentrirane na prirodu. Često su to tvrtke koje se

6. DOŽIVLJAJ BUNTA



Slika 6. Primjer teksta u kombinaciji s ilustracijom

bave zdravom prehranom, prirodnom kozmetikom, hranom za djecu i alternativnom proizvodnjom energije. Za klijente koji ne žele direktan naglasak na prirodno dovoljno je koristiti suptilne elemente koji će ljude ipak nagnati da se povežu s prirodom. Prirodni simboli se mogu stilizirati te se stvara dojam bez gubitka smisla priče.

5. DOŽIVLJAJ TEHNOLOGIJE

Glavna tema vodilja u ovom poglavlju su pojmovi tehnologije, znanosti i budućnosti. Inspiracija za elemente koji se koriste da prikažu modernu tehnologiju nalaze se svuda oko nas. Najbolji primjer su mobiteli i računala. Nije neobično da se moderna tehnologija primjenjuje i na dizajn tipografije ili bilo kojeg drugog grafičkog proizvoda.

Ono što je vrijedilo za tipografiju organskog karaktera potpuno je suprotno od onoga što se traži u doživljaju tehnologije i modernog svijeta. Poželjna je tipografija bez ukrasa. Geometrijska struktura još je jedan od načina da se prikaže tehnološki dodir u dizajnu. Često se koriste fontovi čiji izgled oponaša prikaz tipografije na raznim elektroničkim uređajima.



Slika 7. Primjeri teksta kombiniranog s elementima tehnologije

Znanost i tehnologija imaju neke grafičke elemente koji su svojstveni samo njima. Primjer su razni matematički izrazi i simboli, kemijske strukture, znakovi koje koriste računala, dijagrami i slično. Tipografija se može povezati s grafičkim elementima na način da doslovni smisao riječi prate i doslovni elementi.

Bunt je stil koji nije čest kao ostale teme i uglavnom je namijenjen mlađoj populaciji. Pojmovi vezani uz bunt su individualnost, kaos, avangarda i spontanost. Inspiracija za ovu tematiku može biti gotovo sve, samo ju treba znati primijeniti na određen način. Možda je najbolji primjer i izvor inspiracije avangardna umjetnost, tj. umjetnici kao što su Wassily Kandinsky, Pablo Picasso, Joan Miro i Andy Warhol. Osim umjetnika, i određena vremenska razdoblja su izvor ideja za bunt. Neki od najpoznatijih avangardnih pravaca su dadaizam, kubizam, impresionizam i pop art.



Slika 8. Prilikom izražavanja bunta čitljivost je u drugom planu

Ekstremni kaos se rijetko kad može koristiti na tipografiji jer se gubi glavni smisao, a to je čitljivost. Ako je tekst

nevažan, na tipografiji se može koristiti kaos, ali samo kao vizualna komunikacija. Dizajn koji treba očuvati čitljivost teksta mora se oslanjati na druge dodatne elemente. To bi značilo da se svojstva kaosa i bunta primjenjuju na grafičke elemente koji upotpunjuju tipografiju. Elemente apstrakcije može imati pozadina, tekstura, uzorak ili dodatni grafički elementi.

Bunt se najbolje prikazuje kada se kombinira s ostalim grafičkim elementima. Tada se zadržava čitljivost teksta, a doživljaj buntovništva je svejedno prisutan. Kompozicija također uvelike utječe na doživljaj avangarde i bunta. I dizajn fonta sam po sebi može prikazati bunt. Klasična tipografija u kombinaciji s bojama, pozicioniranjem, elementima, efektima i kontrastom dobiva potpuno novi smisao i priča novu priču. Mogućnosti su beskonačne.

7. UPOTREBA PRAVILA NA POZNATIM VIZUALNIM IDENTITETIMA

Neki od najpoznatijih vizualnih identiteta sadrže već obrazložena obilježja (pravila) opisana u prethodnim poglavljima.



Slika 9. Energija i pokret, priroda i red



Slika 10. Tehnologija i bunt

8. ZAKLJUČAK

Prosječni čitatelj najbolje shvaća poruku kada je doslovno značenje teksta u kombinaciji s odgovarajućim grafičkim elementima. Osim takve kombinacije, vrlo snažnu poruku nosi oblikovanje teksta i grafičkih elemenata koji nose kontrast između doslovnog značenja teksta i oblikovanja. Skriveno značenje također ima vrlo snažan utjecaj, ali ga prosječni čitatelj često može krivo protumačiti.

Primjeri oblikovanja tipografije u časopisima, posterima, vizualnim identitetima, raznim knjigama i na ambalaži proizvoda najbolji su primjer potvrde da tipografija utječe na doživljaje ljudi. Grafička rješenja iz stvarnog života potvrđuju informacije izložene u radu. Iz prikazanih primjera vidimo da se opisana pravila koriste čak i za izradu najpoznatijih vizualnih identiteta.

9. LITERATURA

- [1] Krause J. (2007), *Type idea index*, HOW Books, Ohio,
- [2] Headley G. (2005), *The encyclopaedia of fonts*, Cassell Illustrated, Velika Britanija
- [3] Wikipedia (2010), *Typography*, raspoloživo na: <http://en.wikipedia.org/wiki/Typography>. Dostupno: 01.12.2010.
- [4] Esperfonto (2010), *Esperfonto*, raspoloživo na: <http://esperfonto.com>. Dostupno: 01.12.2010.
- [5] Will Harris (2010), *Use Type*, raspoloživo na: <http://www.will-harris.com/use-type.htm>. Dostupno: 01.12.2010.
- [6] Smashing magazine (2010), *Smashing magazine*, raspoloživo na: <http://www.smashingmagazine.com>. Dostupno: 01.12.2010.