

**GRAFIČKI DIZAJN TISKANOG  
I DIGITALNOG PROIZVODA. FILOZOFSKI FAKULTET  
SVEUČILIŠTA JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U  
OSIJEKU; HRVATSKA SVEUČILIŠNA NAKLADA,  
ZAGREB, 2022.**

U izdanju Filozofskog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Hrvatske sveučilišne naklade Zagreb u srpnju 2022. godine objavljena je knjiga *Grafički dizajn tiskanog i digitalnog proizvoda* autorice Josipe Selthofer, docentice na Odsjeku za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Osijeku. Znanstvena monografija obuhvaća temeljne pojmove grafičkog dizajna u tiskanom i digitalnom okruženju, potkrijepljene znanstvenim spoznajama, ali i slikovnim i praktičnim prikazima koji upotpunjuju tekst. Ovaj naslov zaslužuje pozornost ne samo grafičkih urednika i stručnjaka nego i znanstvenika iz društveno-humanističkih znanosti koji se u svom radu bave i (ili) susreću s grafičkim dizajnom. U samom uvodu autorica ističe širinu uporabe pojma *dizajn* u svakodnevnom životu, ali i obezvrjeđivanje pojma *dizajna* koji u svakodnevnom društvu često podrazumijeva samo dodavanje estetskih vrijednosti proizvodu. Time se negira svrha dizajnerskog postupka i procesa oblikovanja funkcionalnog proizvoda. Kako autorica navodi, razumijevanje današnjeg grafičkog dizajna počiva na poznavanju njegovih principa, elemenata, procesa i postupaka, ali i njegove namjene.

Knjiga je podijeljena na 12 poglavlja, slične strukture. Svako poglavlje započinje definicijom i (ili) podjelom nakon koje slijedi tumačenje osnovnih pojmova, njihova nastanka i razvoja te znanstveno utemeljenih spoznaja.

U prvom poglavlju „Definicija grafičkog oblikovanja“ autorica iznosi različite definicije pojmova *grafički dizajn* i *dizajn* analizirajući ih kroz povijest oblikovanja te promatra osnovna teorijska polazišta za razmišljanje o grafičkom dizajnu. Ističe kako je za razumijevanje navedenog potrebno poznavati osnovna likovna i estetska načela, kao i zakone usklađivanja elemenata na plohi poput simetrije, ritma i proporcije. Poglavlje se dalje dijeli na potpoglavlja koja obuhvaćaju povijest tiskarstva i razvoj grafičkih tehnika otiskivanja, umjetničke pravce i njihov utjecaj na grafičko oblikovanje, „Isotype projekt“, propagandne plakate, postkubistički slikovni modernizam, pionire modernog grafičkog oblikovanja, internacionalne tipografske stilove i moderno grafičko oblikovanje te digitalnu revoluciju i promjene u nakladništvu i elektroničke medije. Kraj poglavlja bavi se grafičkim oblikovanjem u Hrvatskoj koje uključuje početke tiskarstva i razvoj grafičkog obliko-

vanja, moderni hrvatski grafički dizajn te naposljetku stvaranje novog vizualnog identiteta nakon 1991. godine.

Drugo poglavlje naziva „Komunikacija slikom i tekстом“ bavi se povijesnim pregledom usmjerenim na čovjekovu sposobnost međusobnog komuniciranja koja je ovisna o učinkovitosti dostupnog medija za prijenos poruke. Autorica u tom poglavlju predstavlja razumijevanje tipografije kroz povijesni razvoj pisma, mnoge slikovne elemente i nadalje raspravlja o nastanku i razvoju tipografije. Kako bi razumijevanje napisanog bilo što detaljnije, poglavlje donosi i teorijske definicije tipografije i osnovnih pojmova, kao i klasifikacije pisma, dok je kraj poglavlja posvećen digitalnoj i kinetičkoj tipografiji.

„Fotografija i grafičko oblikovanje“ sljedeće je poglavlje koje daje teorijski pregled znanstveno-stručne literature s fokusom na nastanak i razvoj fotografije, iz čega slijedi analogna i digitalna fotografija te vektorska i rasterska grafika.

Pojam *ilustracije*, kao i njezin povijesni razvoj te povezanost vektorske grafike danas s ilustracijama, objašnjen je u poglavlju „Ilustracija i grafičko oblikovanje“.

Poglavlje „Animacija i grafičko oblikovanje“ sastoji se od potpoglavlja koja donose povijesni pregled animacije te upotrebu animacije u računalnoj grafici i dizajnu sučelja.

„Osnovni elementi grafičkog oblikovanja u tiskanom i digitalnom okruženju“ poglavlje je koje obuhvaća temeljne pojmove poput linije, plohe, oblika, znakova, simbola i boja. Kroz detaljnu teorijsku podlogu ključnih pojmova te mogućnosti primjene istih, autorica je jednostavnim jezikom objasnila navedeno. Sljedeće poglavlje nastavlja se na spomenuto te analizira estetiku tiskanog i digitalnog izdanja. Kako bi se pojam *estetike* jasnije shvatio, autorica je teorijski objasnila osnovne estetske zakone s naglaskom na harmoniju, kontrast, ravnotežu, dominaciju i jedinstvo. Nadalje, objašnjava i zakone komponiranja, kao i pojam *bjeline* koji je važan kod prijeloma stranice i grafičkog oblikovanja.

Poglavlje „Grafičko oblikovanje tiskanog proizvoda“ obuhvaća sve ključne elemente grafičke pripreme za tisak. Autorica u tom poglavlju donosi iscrpan pregled svih elemenata grafičke pripreme. Pregled započinje tehnološkim procesom izrade tiskanog proizvoda te obuhvaća sve elemente pripreme faze prije tiskanja a u pretposljednem potpoglavlju donosi poseban pogled na tiskanu knjigu s naglaskom na ulogu grafičkog dizajnera koji mora tehnički i estetski udovoljiti postavljenim uvjetima pojedine publikacije, poput slikovnice i ilustrirane knjige, časopisa, tiskanih novina i informacijskih grafika. Zadnje potpoglavlje posvećeno je stripu i grafičkim romanima (novelama).

Slijedom prethodnog poglavlja koje se odnosilo na tiskani proizvod, iduće poglavlje tematski obrađuje grafičko oblikovanje u virtualnom okruženju te je koncipirano tako da teorijski i praktično obrađuje digitalne proizvode, predstavlja značajke grafičkog oblikovanja u mrežnom okruženju, objašnjava pojmove *UI* i

*UX* dizajna. Nadalje donosi pregled literature o grafičkom oblikovanju mrežnih stranica, kao i o kulturološkim obilježjima grafičkog oblikovanja. Kraj poglavlja donosi potpoglavlje koje se bavi elektroničkom knjigom.

Posljednja tri poglavlja knjige naslovljena su „Sličnosti i različitosti oblikovanja u tiskanom i digitalnom okruženju“, „Vizualna pismenost i komunikacija“ te „Vizualni identitet“. U knjizi se vizualna pismenost tumači kao pretpostavka vizualne komunikacije, dok je vizualni identitet analiziran kroz tisak i nakladništvo. Posljednje poglavlje detaljnije definira vizualni identitet, kao i područje primjene, predstavlja elemente vizualnog identiteta (logotip, tiskanice (posjetnice i memorandume), ostale tiskanice, letke i brošure i, naposljetku, plakate. Kako je korisnicima vizualna značajka marke vrlo važna, posljednje potpoglavlje knjige donosi teorijske primjere i tumačenja stvaranja brenda kroz vizualni identitet.

Ovu knjigu obilježavaju značajni obrazovni, kulturološki i teorijski doprinosi. Prvenstveno, u obrazovnom smislu doprinos je ključan jer primjena nije usmjerena samo na stručnjake iz područja grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija već i na učenike i (ili) studente iz istog područja, ali i na široki spektar znanstvenika iz tehničkih i društveno-humanističkih znanosti. Nadalje kulturološki i teorijski doprinos značajan je jer je knjiga pisana na hrvatskom jeziku, a daje pregled domaće i inozemne literature sa slikovnim priložima recentnih autora. Docentica Selthofer ovom je knjigom zaokružila cjelokupan proces tiskanih i digitalnih proizvoda kroz elemente grafičkog dizajna te omogućila širokoj populaciji dostupnu knjigu na hrvatskom jeziku s temeljnim pojmovima i primjerima iz grafičkog dizajna.

Ines Hocenski  
ihocenski@ffos.hr