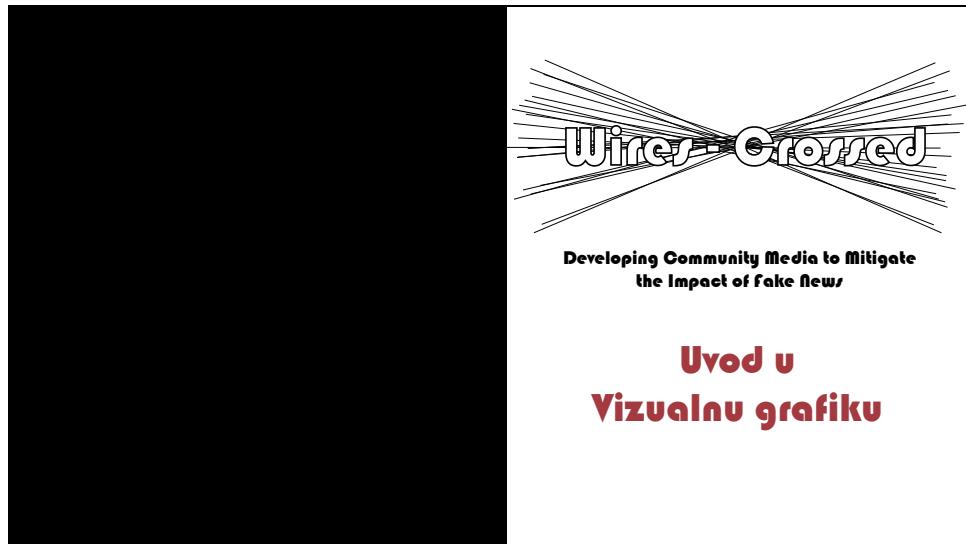


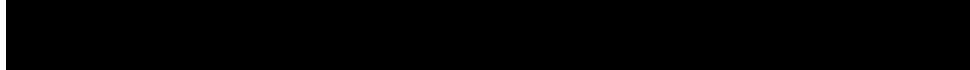


Pozdrav!





Što je "Vizualna grafika"?





Što je "Vizualna grafika"?

Vizualni grafički dizajn je proces vizuelne komunikacije pomoću
Tipografije, Fotografije, Ikonografija i Ilustracije.

Kombinacija je dizajna i razvoja informacija i uglavnom se bavi načinom na koji komunikacijski mediji poput **tiskanih, izrađenih, elektroničkih medija ili prezentacija** komunicira s ljudima.



Kratka povijest vizualne komunikacije

Povijest vizualne komunikacije stara je koliko i sama povijest čovječanstva.

Čini se da su ljudi oduvijek imali urođenu želju prema umjetnosti!



Rane špiljske slike

otisaka ruku, životinja i događaja poput lova datiraju iz prapovijedskih vremena.





drveni reljeфи

Još od 200 CE Kina ih koristi
za ispis i pečat dizajna na
svilenoj odjeći.





Do srednjeg vijeka, čovječanstvo je počelo razvijati svoju kreativnost kroz slova i riječi i tako je došlo lansiranja **Tipografije**.

Tipografija je li *umjetnost* i Tehnika od **Uređivanja** fontova kako bi pisani JEZIK bio čitljiv i *Estetski* kada se prikazuje.



Prvi logotipi na svijetu bili su tehnički **grbovi** koji su korišteni kao simbol za prikaz obiteljskih kuća ili teritorija.





Slično kao **Logotip**, grb kuće trebao je predstavljati vrijednosti, likove i običaje njezinih ljudi.

Logotip je grafička oznaka, kao što je emblem ili simbol, koji se koristi za promicanje javne identifikacije i prepoznavanja. On može biti *Figurativen* ili *Sažetak* dizajna i može uključivati *Tekstualnu poruku* imena koje predstavlja.



Možete li se sjetiti još nekih primjera?



Do 15 ^{tog} stoljeća tiskara je stigla u Europu i ljudi su konačno mogli stvoriti tekst, umjetnost i dizajn u većim razmjerima.

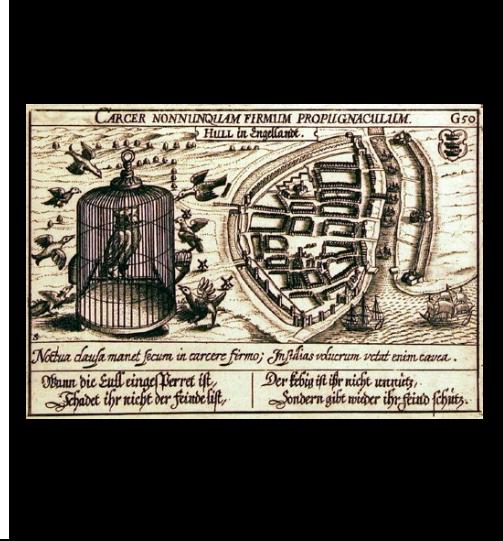
Nije trebalo dugo da ljudi shvate kako su takvi vizuali utjecali na ponašanje pri kupovini i povećavali zaradu.

To je brzo dovelo do rađanja vizualne grafike.



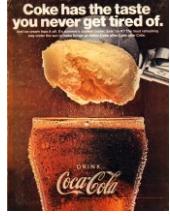
Do 1620-ih rani informativni
široki listovi pod nazivom
'corantos (corantos)'

Sadržavali su prve masovno
proizvedene tiskane reklame.



Fenomen s kojim se sada susrećemo gotovo stalno, na način komercijalnog, javnog servisa, promotivnog ili informativnog.



Komercijalni



Javna služba



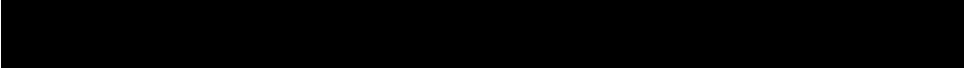
Promotivni

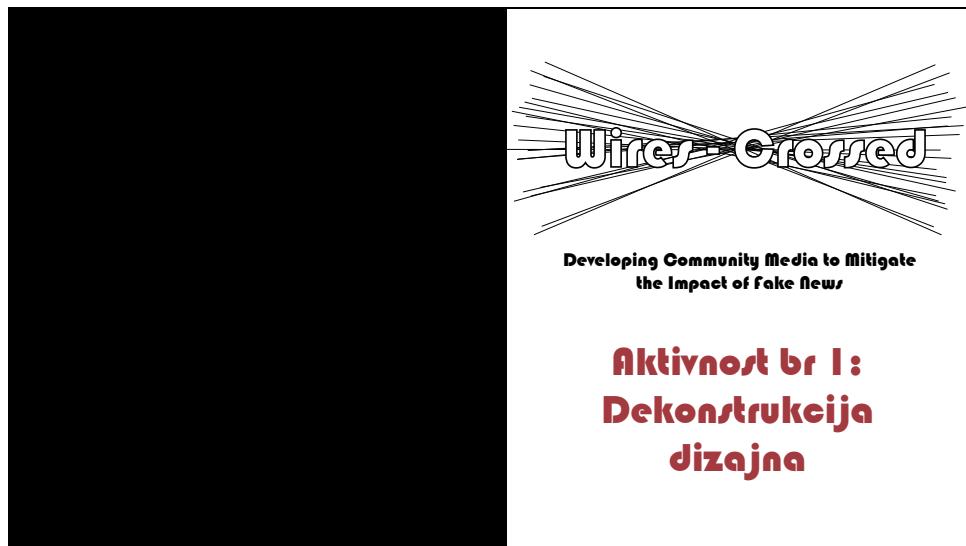


Informativni



Ima li pitanja ili zapožanja?











Vizualna grafika – rekapitulacija!

Vizualni grafički dizajn, ponekad se naziva grafički dizajn, i on je u suštini **umjetnost sa svrhom**.

Koristi se za informiranje, on mami, usmjerava, organizira, zabavlja i privlači pozornost.



Vizualna grafika – bliži pogled

Vizualni grafički dizajn kombinira umjetnost i tehnologiju kako bi iskомуunicirao poruku.

To se radi strateškim postavljanjem slika i teksta.



Ikea – Svakodnevno

Dior – Idealistički

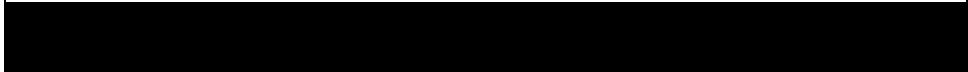
Pepsi – Karakteristična shema boja



Možemo mi to – Nadahnjuje
Umjetnička izložba – Informiranje
Tobasko (1998.) - Očarati

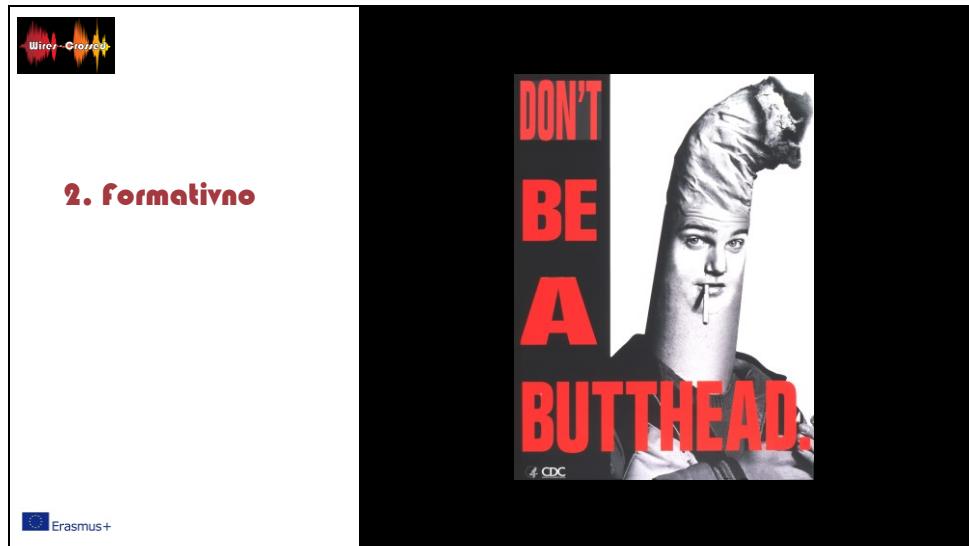


**Plakati dolaze u različitim
formatima**





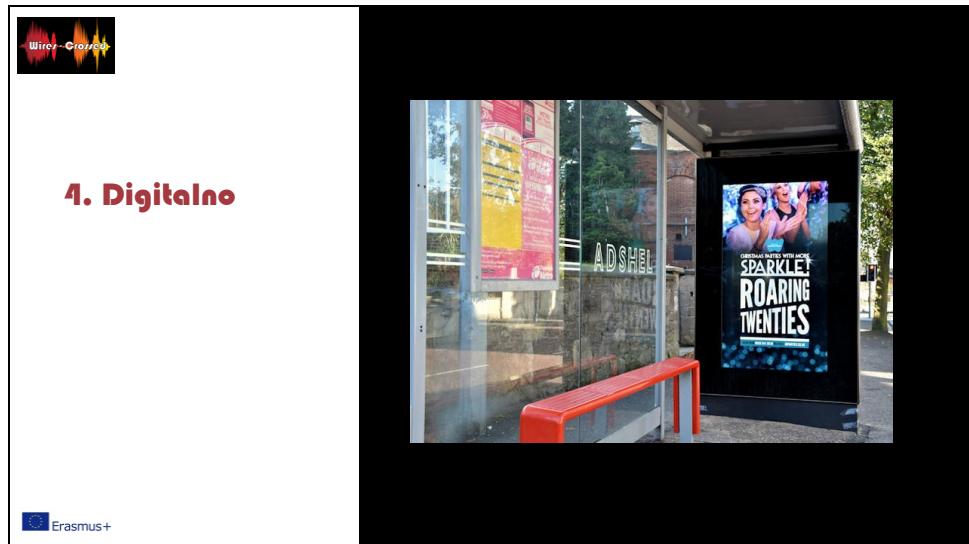
Ovo je jedan od najčešćih formata i široko se smatra osnovnim oglasnim plakatom koji će često vidjeti u izlozima trgovina ili na oglasnim pločama. Obično će privlačiti pažnju i imati veliku sliku zajedno s nekoliko isječaka informacija. Često uključuju podnože koje obavještava čitatelja gdje može dobiti proizvod ili uslugu.



Ovaj format se koristi za stvaranje svijesti. Često ih koriste medicinske tvrtke i liječničke prakse i ne promiču poslovanje, proizvod ili uslugu. Umjesto toga, oni šire svijest o nekom javnom pitanju.



Format emisije naziva se i "kinematografski plakati" i obično se koristi za promicanje umjetnosti. Obično koriste sliku i uključuju samo ključne točke informacija kao što su datumi i mjesto održavanja.



4. Digitalno

Najmoderniji format je 'digitalni', ovaj format nije tiskan i često se kreće. Koriste se na mreži, projiciraju na prostor ili se mogu prikazati LED zaslonom.

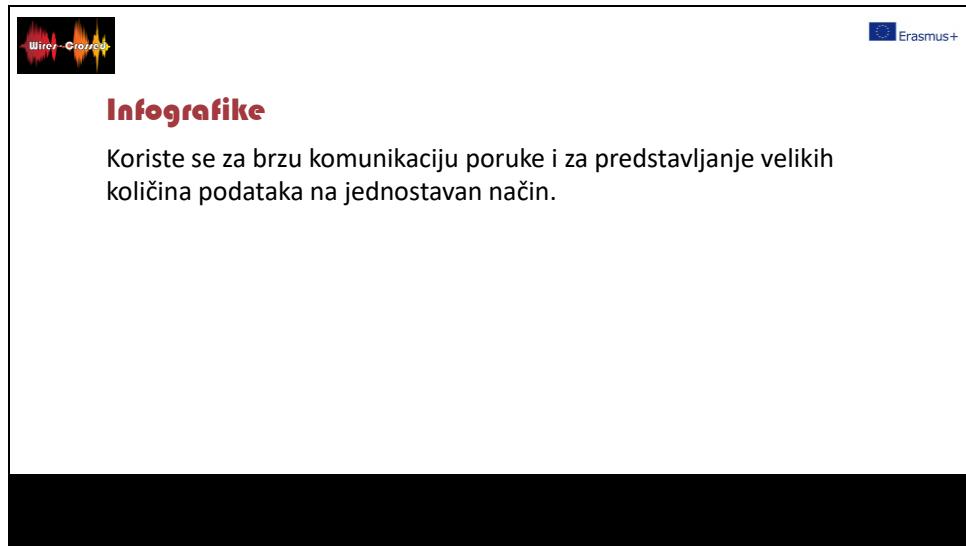


Infografike

Infografika ili informativna grafika vizualni je prikaz informacija ili podataka.

[REDACTED]

Namijenjen je tome da podaci gotovo odmah budu lako razumljivi.



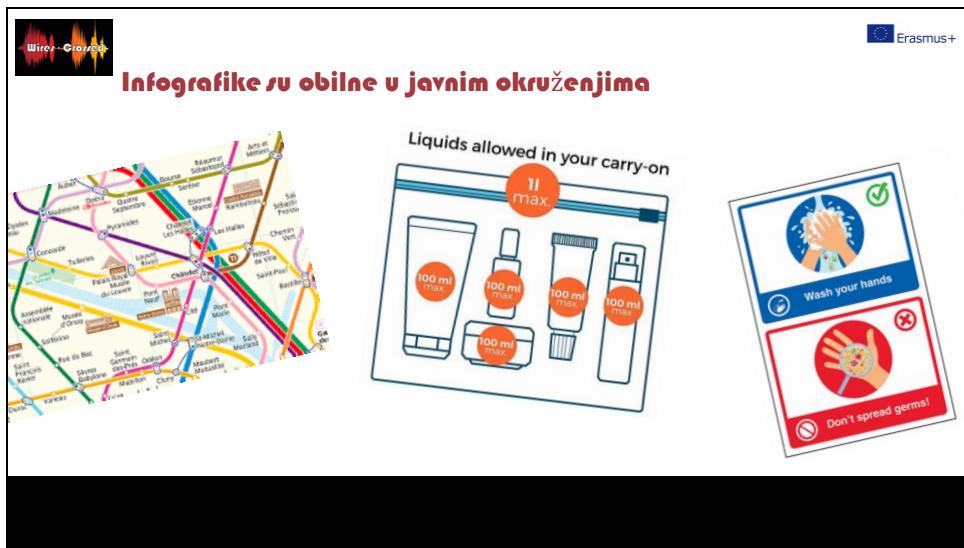
The slide features a black header bar at the top with the text "Infografike" in white. Below the header is a white content area containing the following text:

Infografike

Koriste se za brzu komunikaciju poruke i za predstavljanje velikih količina podataka na jednostavan način.

The slide is framed by a thin black border. In the top right corner, there is a small logo of the European Union flag with the text "Erasmus+" next to it.

Slike uključene u infografiku trebaju činiti više od privlačenja ili uzbudjenja. Oni bi trebali pomoći gledatelju da razumije i zapamti podijeljene podatke.





Infografike

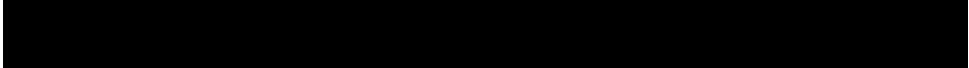
Stalno dobivaju na popularnosti, kako u digitalnim medijima tako i u tisku, tako i u organizacijama i obrazovanju.

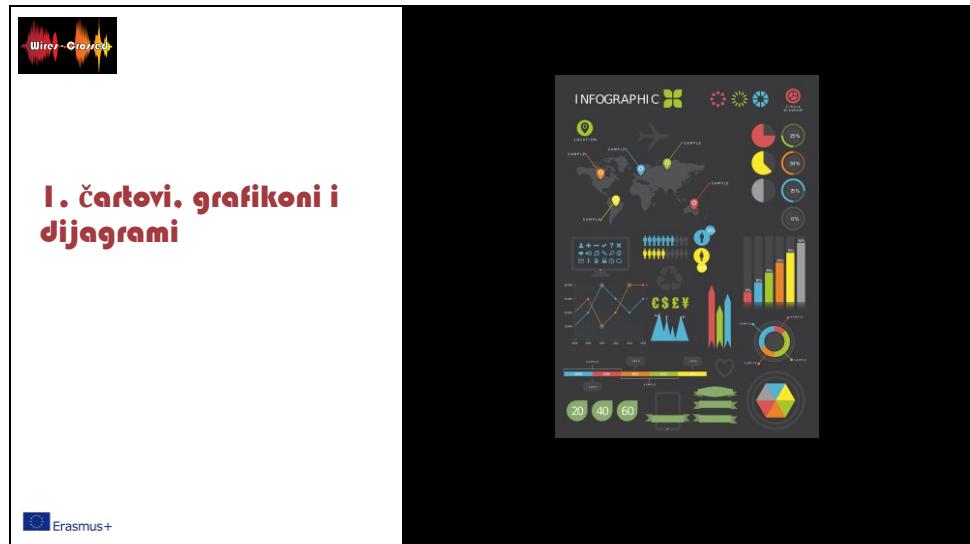
Učinkovita infografika je **jasna, učinkovita i vizualno zanimljiva**.

Trebao bi predstaviti različite informacije uz zadržavanje pozornosti gledatelja.

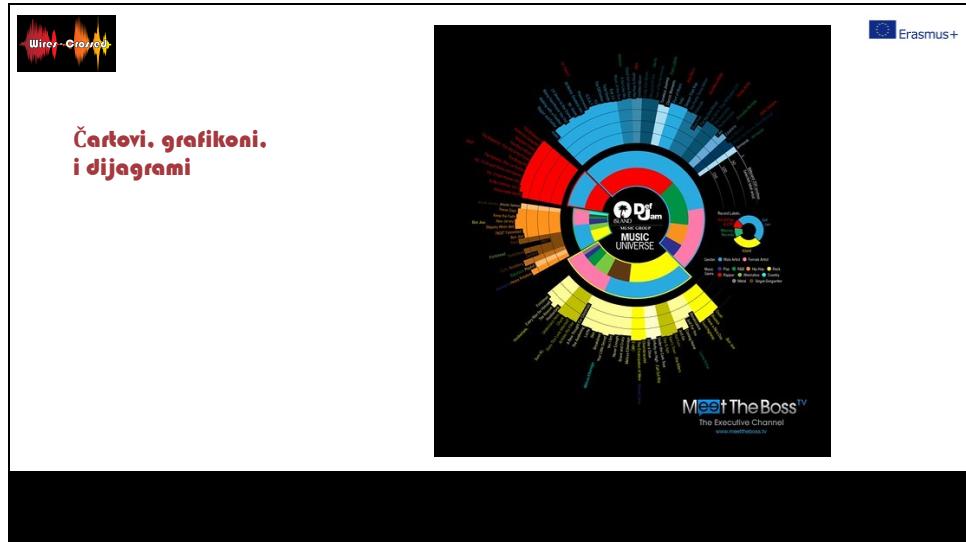


**Infografike također dolaze u
različitim formatima**

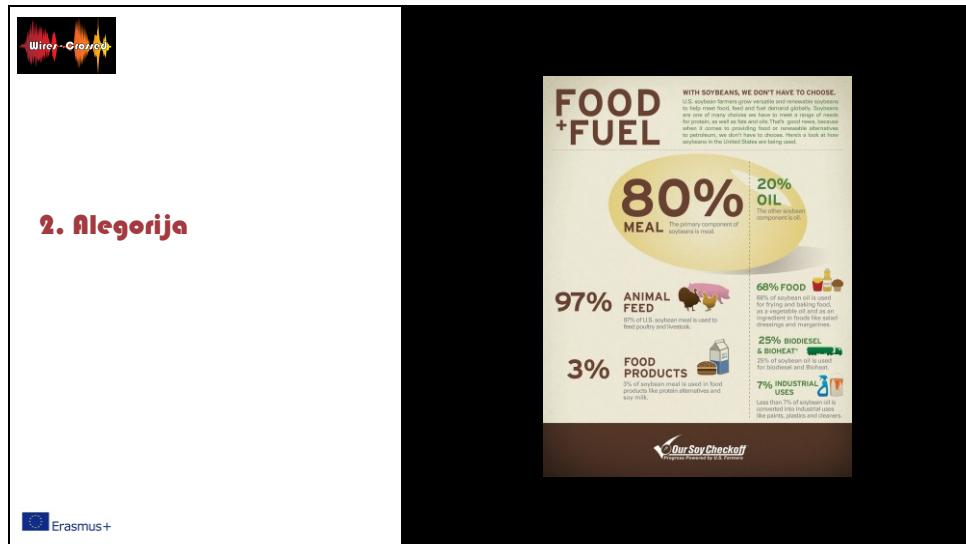




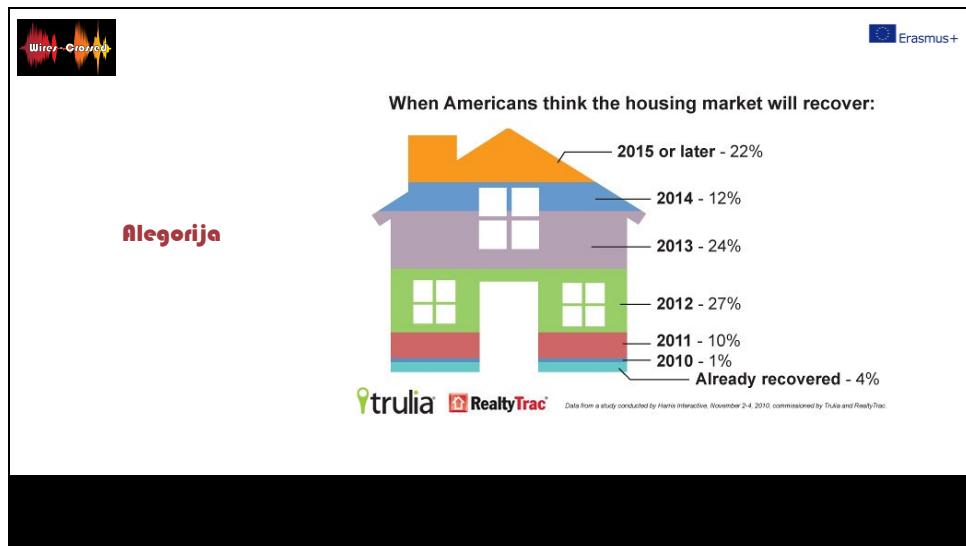
Ovo je najapstraktniji stil infografike i koristi čartove, grafikone i dijagrame za prijenos informacija.

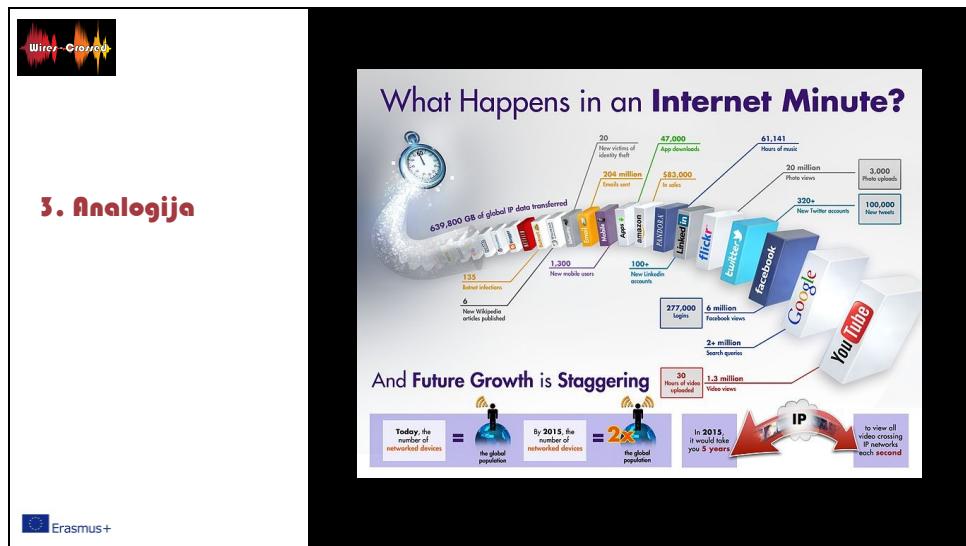






Ova vrsta formata obično će izgledati kao fizički objekt, ali je obično pojednostavljena i apstraktna. Često koriste sliku kao vizualni primjer za nešto drugo, u suštini oni su vizualna metafora.



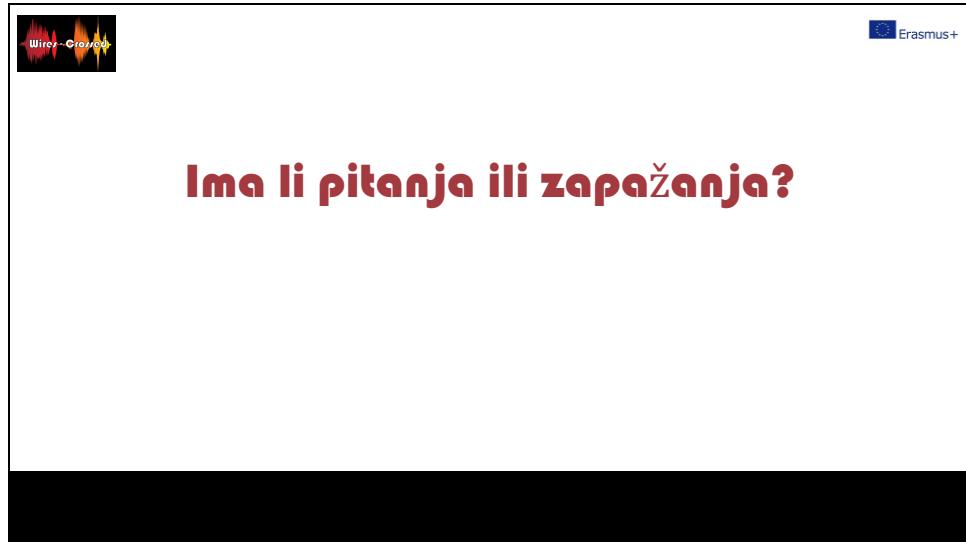


Ovaj format je sličan u smislu da će često izgledati kao objekt, ali objekt je doslovni simbol za podatke koji se predstavljaju.

The infographic is titled "THE SANDWICH GENERATION" and features a central image of a sandwich with two people's faces on it, representing the "Sandwich Generation". To the left, the word "Analogija" is written in red. The right side contains three columns of statistics:

Statistic	Description
Approximately 18% of Americans ages 45-56	are providing significant amounts of care to both their children and their aging parents. We call these people "The Sandwich Generation."
Roughly 20 million households	
Spend \$18 billion annually and	
Give 2.3 billion hours of service annually.	

Erasmus+ logo is in the top right corner.



Pozovite sudionike da odgovore na ovo pitanje, dobrodošli na razne primjere.





Psihologija boja

Suprotno imenu, boja 'psihologija' nije egzaktna znanost.

Iako imamo emocionalne odgovore na određene boje, na te odgovore lako utječu osobne preferencije, iskustva, kulturološke razlike i kontekst.

Međutim, važno je uzeti u obzir osobnost vašeg branda i raspoloženje vašeg dizajna prilikom odabira paleta.

Wire-Crossed

Teorija boja

Da biste to učinili učinkovito, srećom postoji egzaktna znanost!

COLOR

Erasmus+



Razvijanje vizualne grafike

Iako može biti zabavno sjesti za računalo ili bilježnicu za skiciranje i poigravati se s nekim slikama i lijepim fontovima, kako bi se stvorio uistinu učinkovit grafički dizajn, postoje razne stvari koje treba uzeti u obzir i planirati.

Iako ne postoji 'pravi' način dizajniranja, postoje neke najbolje prakse koje biste trebali slijediti.



I. Identificirajte cilj svog dizajna

Razmislite o informacijama koje želite prenijeti i planirajte svoj dizajn oko toga.

Neka bude jednostavno i odnosi se na taj cilj tijekom cijelog procesa dizajna, osiguravajući da osnovna poruka ne bude izostavljena.



2. Razmotrite svoj brand i ciljanu publiku

Za koje se vrijednosti zalažete, kako želite da vas ljudi vide?

Održavanje jasne ideje o odnosu između vašeg branda i njegove publike pomoći će u održavanju kohezije.

To će također utjecati na mnoge vaše dizajnerske izbore, u smislu izgleda i boje.



3. Odlučite gdje ćete podijeliti ovaj dizajn

Važno je predvidjeti gdje će vaš dizajn biti postavljen prije nego što započnete proces projektiranja.

Odlučite hoće li biti tiskan, ako je tako koje veličine? Hoće li biti obješen u blizini drugih vizualnih grafika; zahtijeva li „preljevanje“, a to je kad slika dodirne sam rub stranice i nema tipičnu bijelu liniju oko ruba papira.

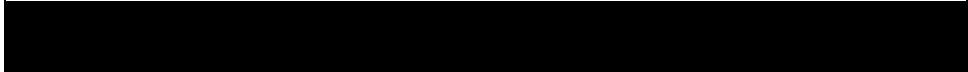
Možda ćete htjeti optimizirati svoj dizajn za društvene medije, u ovom slučaju je važno odabrati prave dimenzije.



4. Uključite jasan poziv na akciju

Vaš dizajn trebao bi jasno navesti ono što biste željeli da gledatelji učine sljedeće.

To može biti kupnja, posjet web stranici ili daljnje širenje informacija koje se dijele na plakatu sa svojim vršnjacima.





5. Sastavite nacrt

Uvijek je mudro stvoriti nacrt kako bi se osiguralo da su sve informacije jasne i sažete.

Ponekad ćemo u početku uključivati previše informacija, ali s vizualnom grafikom, manje je više.

Želite biti sigurni da ne prelavite gledatelja.



Izrada vizualne grafike

Postoje brojne platforme otvorenog koda za stvaranje vlastite vizualne grafike. Tri najpopularnija su:



Canva (1998)



VENNGAGE



Piktochart (1998.)

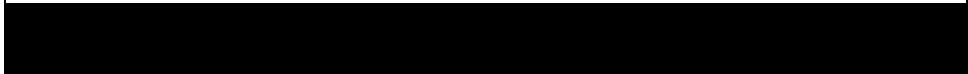




Izrada vizualne grafike

Ove platforme nude profesionalno dizajnirane predloške, slike, ikone i fontove.

Za sve slike koje želite uključiti, ali ih ne prikazujete na tim web-lokacijama, možete posjetiti besplatnu web-lokaciju s fotografijama na zalihamu.





Zaliha fotografija

Stock (zaliha) fotografija je profesionalno snimljena fotografija, obično zajedničkog mjesta, znamenitosti, prirode, događaja ili osobe koja je besplatno domaćin i može se koristiti sve u komercijalne svrhe dizajna.

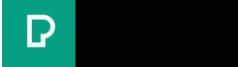
Sljedeće web stranice nude široku paletu slika koje možete koristiti za svoj dizajn, bez kršenja autorskih prava.



Pixabay (1998.)



Unsplash (1998.)

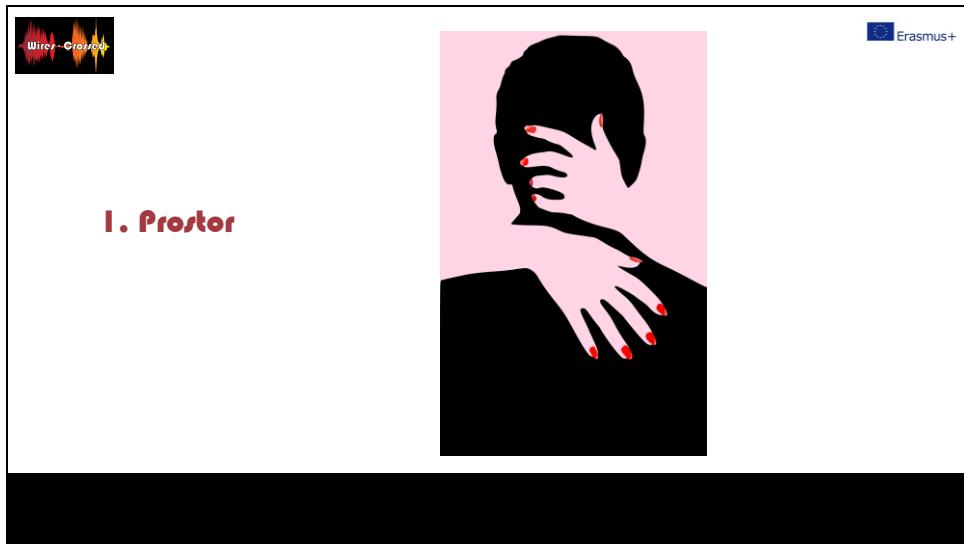


Pekseli



Izrada vizualne grafike

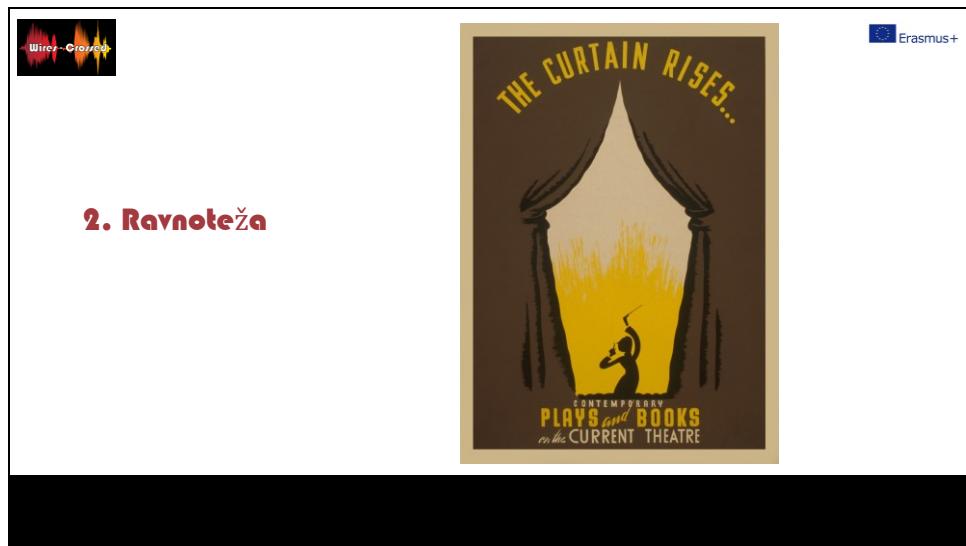
Sada kada smo gotovo spremni početi dizajnirati vizualnu grafiku, evo nekoliko osnovnih načela dizajna koje treba imati na umu



Vaš dizajn ne mora biti potpuno pun elemenata (oblici, tekst, slike).

Oko treba mjesto za odmor ili nešto uvjerljivo da ga zadrži.

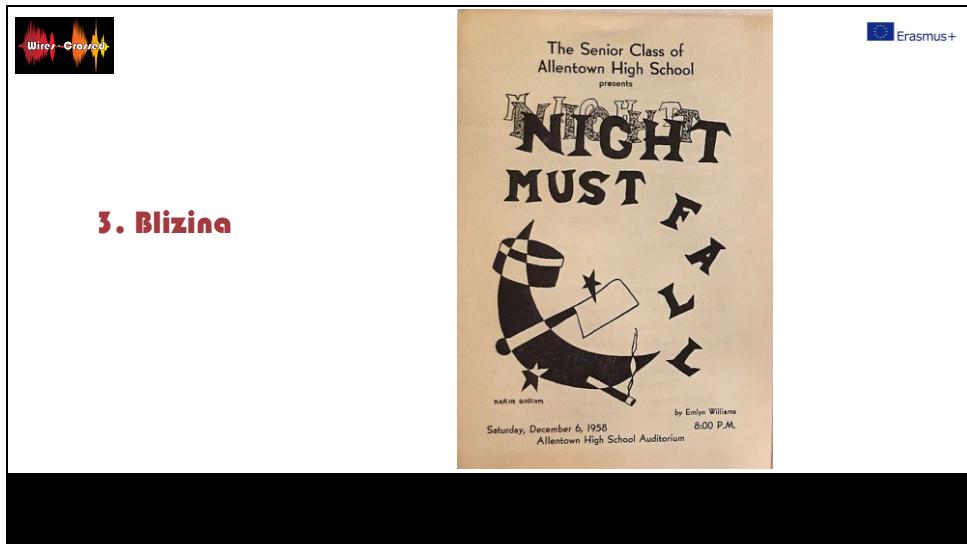
Dopustite svom dizajnu da diše i izbjegavajte zamršene elemente.



Ravnoteža je važna za strukturu cjelokupnog dizajna.

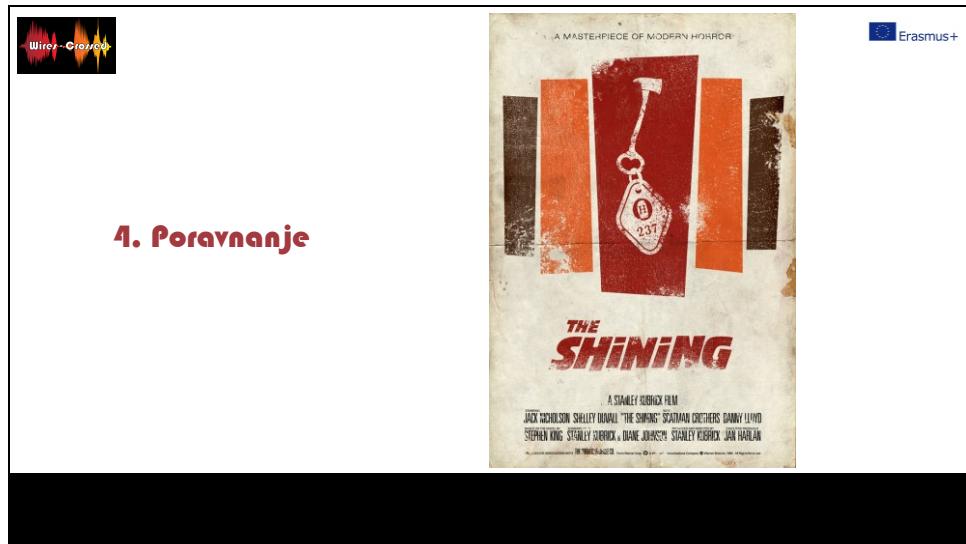
Zamislite da svi elementi vašeg dizajna imaju težinu i pokušajte ih distribuirati na uravnotežen način.

To se može učiniti bojom, opsegom ili kontrastom kako bi vaš dizajn imao protok.



Stvara odnos između srodnih elemenata.

To ne znači da elementi moraju biti grupirani zajedno u klasteru, već se mogu vizualno povezati na način fonta, boje ili veličine.



Igra važnu ulogu u stvaranju veze između vaših elemenata.

Pokušajte ih organizirati na način da su na relativnim pozicijama.



Ključne točke pripreme dizajna – rekapitulacija

1. Identificirajte cilj svog plakata
2. Razmislite o svojoj robnoj marki i ciljanoj publici
3. Odlučite gdje ćete podijeliti ovaj plakat
4. Uključite jasan poziv na akciju
5. Izrada nacrta



Ključna načela dizajna – rekapitulacija

1. Prostor – Dovoljte svom dizajnu da diše
2. Ravnoteža – Razmišljaj simetrično ili asimetrično
3. Blizina – Vizualno povežite svoje elemente
4. Poravnanje – Razmislite prije nego što postavite





Dizajnirajte plakat po vašem izboru!

Koristeći znanje koje ste danas stekli, dizajnirajte plakat po vašem izboru s bilo kojim formatom koji preferirate.

Po završetku ćete biti pozvani da to predstavite grupi!

