

**AKADEMIJA**

časopis za umjetnost, kulturu i znanost

**ACADEMY**

art, culture and science journal

**NAKLADNIK / PUBLISHER**

Sveučilište u Mostaru / University of Mostar



**ZA NAKLADNIKA / FOR THE PUBLISHER**

prof. dr. sc. **Ivo Čolak**

prof. dr. art. **Svetislav Cvetković**

**GLAVNA UREDNICA / EDITOR-IN-CHIEF**

prof. dr. art. **Silva Radić**

**IZVRŠNA UREDNICA / EXECUTIVE EDITOR**

prof. dr. art. **Antonija Gudelj**

**UREDNIČKI ODBOR / EDITORIAL BOARD**

prof. **Stjepan Skoko**

prof. dr. art. **Branimir Bartulović**

prof. dr. art. **Ivana Ćavar**

prof. dr. art. **Svetislav Cvetković**

prof. dr. art. **Josip Mijić**

prof. dr. sc. **Damir Vusić**

prof. dr. sc. **Robert Geček**

prof. dr. art. **Mladen Ivešić**

doc. **Darko Dugandžić**

doc. **Mateja Galić**

asist. **Ana Naletilić Ivanković**

**TEHNIČKA SURADNJA / TECHNICAL ASSOCIATE**

**Nikol Zadro**, dipl. iur.

**Iva Gugić**, mag. psih.

adresa / adress: Kardinala Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, BiH

telefon / phone: + 387 39 708 632

e-mail: alu@sum.ba

tisak / printed by: PRESSUM

ISSN 1840-1856

broj / vol. 17

godina / year 19

**Sveučilište u Mostaru / University of Mostar**  
**Akademija likovnih umjetnosti / Academy of Fine Arts**

# **AKADEMIJA**

časopis za umjetnost, kulturu i znanost

# **ACADEMY**

art, culture and science journal



Široki Brijeg, 2025.

## **SADRŽAJ**

Banović, N.

TJELESNOST ŽENSKOG AKTA KROZ PRIZMU MODERNOG I  
SUVREMENOG SLIKARSTVA / 7

Drmić, M.

ANALIZA NESAVRŠENOSTI LIKOVNOG IZRIČAJA UNUTAR  
APSTRAKTNOG EKSPRESIONIZMA / 25

Falak, V.

TIPOGRAFIJA U VIDEOIGRAMA / 49

Tolić, P.

LOGO KAO LICE BREND: OBLIKOVANJE VIZUALNE OSOBNOSTI U  
MODNOJ INDUSTRIJI / 71

## **CONTENTS**

Banović, N.

THE PHYSICALITY OF THE FEMALE NUDE THROUGH THE PRISM OF  
MODERN AND CONTEMPORARY PAINTING / 7

Drmić, M.

ANALYSIS OF IMPERFECTIONS IN ARTISTIC EXPRESSION WITHIN  
ABSTRACT EXPRESSIONISM / 25

Falak, V.

TYPOGRAPHY IN VIDEOGAMES / 49

Tolić, P.

LOGO AS THE FACE OF THE BRAND: SHAPING VISUAL PERSONALITY IN  
THE FASHION INDUSTRY / 71



Banović, N.

## **TJELESNOST ŽENSKOG AKTA KROZ PRIZMU MODERNOG I SUVREMENOG SLIKARSTVA**

**Sažetak:** U članku je obrađena tematika ženskog akta s naglaskom na moderno i suvremeno slikarstvo. Motiv su pretila groteskna tijela koja odstupaju od društvenih normi odbacujući potrebu za savršenstvom. Istraživački rad je započeo od povijesne osnove i same uloge ženskog akta kroz povijest umjetnosti, od objekta ljepote do subjekta s vlastitim identitetom. Tijekom rada povlači se paralela između nagih ženskih formi koje su u ranijem periodu slikane u kontekstu srama, dok se u modernom i suvremenom slikarstvu akt slavi kao nositelj slobode. Početkom 20. stoljeća tradicionalni prikazi ženskog tijela počinju se mijenjati pod utjecajem kubizma, ekspresionizma i apstrakcije. Umjetnici poput Eгона Schielea i Pabla Picassa istraživali su oblike, proporcije, emocionalnu dubinu i kompleksnost žene pomaknuvši granice tradicionalnog prikaza. Gubi se potreba za idealiziranom figurom akcentirajući ljepotu nesavršenosti. U suvremenoj povijesti slikarstva, ženski akt više nije samo estetski motiv, već postaje sredstvo kritike i istraživanja društvenih vrijednosti.

**Ključne riječi:** akt, slikarstvo, moderna umjetnost, suvremena umjetnost

**Podatci o autorici:** mag. slikarstva Banović N[ina], Sveučilište u Mostaru, Akademija likovnih umjetnosti Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosna i Hercegovina, ninabanoviccc@gmail.com

Banović, N.

## **THE PHYSICALITY OF THE FEMALE NUDE THROUGH THE PRISM OF MODERN AND CONTEMPORARY PAINTING**

**Abstract:** The article deals with the theme of the female nude with an emphasis on modern and contemporary painting. The motif is fat, grotesque bodies that deviate from social norms, rejecting the need for perfection. The research work started from the historical basis and the very role of the female nude throughout the history of art, from an object of beauty to a subject with its own identity. During the work, a parallel is drawn between naked female forms, which in the earlier period were painted in the context of shame, while in modern and contemporary painting, the nude is celebrated as the bearer of freedom. At the beginning of the 20th century, traditional representations of the female body began to change under the influence of cubism, expressionism and abstraction. Artists such as Egon Schiele and Pablo Picasso explored the shapes, proportions, emotional depth and complexity of women, pushing the boundaries of traditional representation. The need for an idealized figure is lost by accentuating the beauty of imperfection. In the contemporary history of painting, the female nude is no longer just an aesthetic motif, but becomes a means of criticism and research into social values.

**Key words:** nude, painting, modern art, contemporary art

**Author's data:** Master of painting Banović N[ina], University of Mostar, Academy of Fine Arts Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosnia & Herzegovina, ninabanoviccc@gmail.com

## 1. Uvod

Predstavljanje ljudskog tijela kroz povijest umjetnosti datira još od prapovijesti. Žanr akta moguće je asimilirati s enormnim brojem slikovnih subjekata koji će se spomenuti u daljnjoj analizi. Na samom početku od velike je važnosti spomenuti jednu od najstarijih skulptura u povijesti. Riječ je o *Willendorfskoj Veneri* (slika 1) staroj oko 25 000 godina.

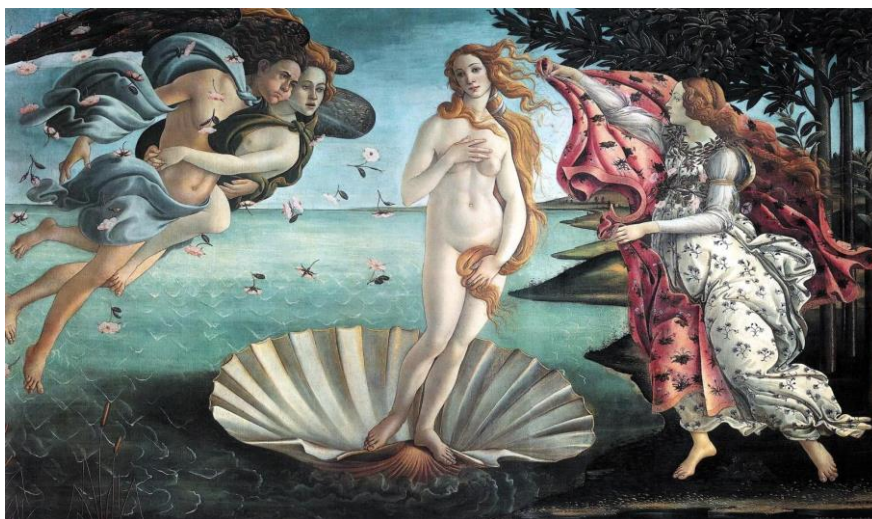


Slika 1: *Willendorfska Venera*, oko 25 000. - 21 000. pr. Kr. [3]

Willendorfska Venera primjer je umjetnine iz paleolitskog doba koja je nastala davno prije nego što su ljudi počeli pisati ili boraviti u stalnom naseljenom području. Njezine pretjerane proporcije s prevelikim grudima, bedrima i trbuhom tumače se kroz konotaciju plodnosti i ideala ženske figuracije. Venera je samo jedan od primjera shvaćanja tijela kroz povijest. Kroz srednji vijek Crkva je nagom ljudskom figurom akcentirala čovjekovu ranjivost, svjesno koristeći važnost slike u vjeronauku nepismenih vjernika. U to vrijeme akt se smatrao grešnim te su umjetnici kreirali gole likove na zabatu vjerskih objekata kako bi aludirali na podzemni svijet. Prvi ljudi, Adam i Eva, sinonim su za golotinju, grijeh i bespomoćnost. Često su predstavljeni u svom najjednostavnijem obliku uz prisustvo zmije ili lišća koje im je prekrivalo

genitalije. Iako su ovakva naga tijela usko vezana za ljudsku sklonost grijehu zapravo su bile u službi svetoga.

Pojavom renesanse aktovi gube svoj ikonografski karakter i postaju cijenjeni i prihvaćeni zbog svojih estetskih i senzualnih kvaliteta. Sandro Botticelli je prvi umjetnik koji je naslikao ženski akt bez potrebe da ga opravda nekim vjerskim razlogom. Radi se o ženskoj figuri gotovo u prirodnoj veličini koja graciozno otkriva svoje tijelo. Djelo *Rođenje Venere* (slika 2) ipak ima određenu dozu bijega od cenzure zbog pozicije Venerine kose i ruke koji djelomično prikrivaju genitalije i ženstvenu oblinu glavnog motiva. Unesena je erotska dimenzija zbog polemike onoga što Venera skriva i onoga što izlaže. Njezin položaj produkt je antičkog kontraposta koji naglašava bokove i vitkost figure. Botticellijeva Venera odmiče se od tradicije srednjeg vijeka i religioznih tvrdnji te se kreira put za nove prikaze ženske figuracije.



Slika 2: Sandro Botticelli, *Rođenje Venere*, 1482. - 1486. [6]

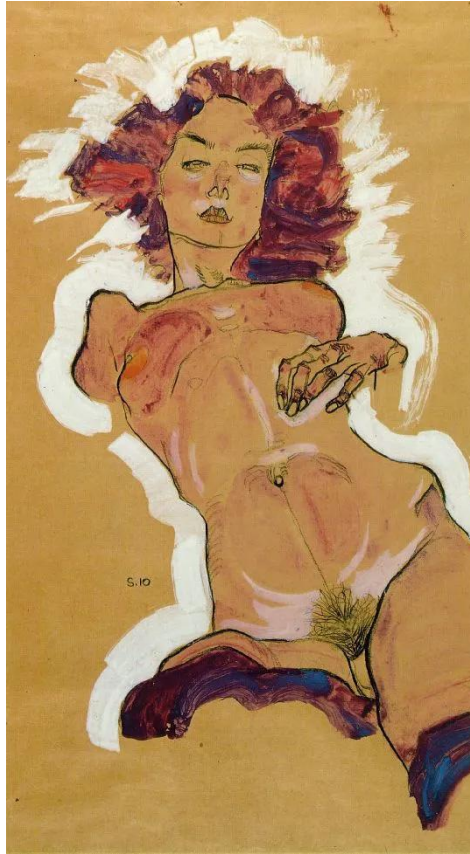
Za ponovnu popularizaciju akta zaduženi su impresionistički slikari. Uklanjanje rubove i obrise tijela kreiraju energiju i vitalnost s fokusom na boju i potez. Aktovi su u impresionističkom slikarstvu izazvali najviše skandala. Mnogi umjetnici su slikali obične žene u njihovom najjednostavnijem obliku. Umjetnik

koji je radikalno odbacio tadašnje akademske norme je Edouard Manet. Moderni slikar poput Maneta želio je prikazati stvarnost svoga vremena naslikavši *Olimpiju* (slika 3). Skandaloznost ovakvog djela proizlazi iz saznanja da je Olimpija prostitutka, a ne mitološka božica. Manet je jednostavno naslikao vlastitu stvarnost bez potrebe za idealizmom, međutim sredinom 19. stoljeća prikazivanje akta bilo je dozvoljeno samo ako se nalazio u mitološkom ili egzotičnom prostoru. Olimpija je u ovom slučaju snažno individualizirana i provokativna gledajući izravno i ravnodušno u promatrača. Upravo taj pogled uz prisustvo ravnodušnosti izaziva skandal. Na akademskim slikama nage ženske figure mimikom odaju dojam iznenađenosti, kao da nije svojevrijem prikazana u takvom izdanju. Međutim, Olimpija kontrira tadašnjoj ideji žene.



Slika 3: Edouard Manet, *Olimpija*, 1863. - 1865. [4]

Njemački ekspresionistički pokret obilježen je aktovima Eгона Schielea čiji su radovi produkt intenzivne seksualnosti koja se sukobljavala s klasicizmom i buržoaskim konvencijama tog vremena. Portretirao je mršave figure u bolesnim bojama s ekspresivnim linijama. *Ženski akt* (slika 4) je savršen primjer nage žene u iščašenom položaju pothranjenog izgleda.



Slika 4: Egon Schiele, *Ženski akt*, 1910. [5]

## 1.2. Interpretacija ženskog akta u 20. stoljeću

U 20. stoljeću akt se sve više ističe zahvaljujući masovnim medijima koji su omogućili njegovu širu distribuciju kroz film, strip i fotografiju. Sve veća društvena prihvatljivost rezultirala je novim shvaćanjem golotinje. Nago tijelo gubi negativnu konotaciju ustupajući mjesto naturalizmu i nudizmu koji postaju inovativni oblici prihvaćanja ljudskog tijela. Na samom početku revolucionarnog doživljaja akta vodeću ulogu imaju Henri Matisse i Pablo Picasso. Matisseov *Plavi akt* (slika 5) prikazuje nugu ženu u ležećem položaju. Vidljivi potezi kistom te način na koji aplicira boje i sjene spadaju pod kategoriju avangarde zbog suprotstavljanja konvencionalnom akademskom

načinu prezentiranja ljudske figure. Akademizam je težio realnom prikazu akta s glatkim i mekim linijama, no Matisse odstupa od standardiziranih normi kreirajući grublji i drugačiji portret. Anatomski pristup motivu odaje dojam mišićave ženske figure kojoj je dodatno eliminiran osjećaj mekoće. [11]



Slika 5: Henri Matisse, *Plavi akt*, 1907. [10]

Pablo Picasso, kao najznačajniji predstavnik kubizma, kreira prvo kubističko djelo *Gospođice iz Avignona* (slika 6). Picasso je kroz ovo djelo predvidio sve što će doći u narednim desetljećima poručujući promatraču da jedan kut gledanja više nije dovoljan. Gospođice zahtijevaju pluralizam perspektiva i fokus na formu. Pet nagih ženskih figura pozicionirane su ispred zavjese stvarajući dojam kontakta s promatračem. Njihova tijela su narančasta dok je upotreba plave boje razorena na fragmente. U donjem dijelu slike smještena je mrtva priroda koja prizemljuje motive odbacujući iluziju lebdenja. Budući da Picasso koristi prostitutke iz bordela u Avignonskoj ulici kao modele, javnost ne prihvaća takav oblik odstupanja od društvenih normi.



Slika 6: Pablo Picasso, *Gospođice iz Avignona*, 1907. [13]

## 2. Percepcija nagog tijela kroz modernu umjetnost

### 2.1. Francis Bacon i dekonstrukcija ženskog akta

Francis Bacon nosi titulu jednog od najvažnijih i najutjecajnijih slikara 20. stoljeća. Njegova bogata karijera seže kroz mnoga važna desetljeća u modernoj povijesti slikarstva. Baconovi radovi istražuju distorziju ljudske figure pozivajući se na slike senzualnosti i brutalnosti. Figurativna djela utjecajnog umjetnika poznata su po svojim odvažnim, grafičkim i često izmučenim subjektima. Anatomski pristup motivu inspiriran je životinjskom građom koja dodatno akcentira grotesknost djela.

Baconovi portreti većinski predstavljaju subjekte kao deformirane likove bez identiteta. Samim tim granica između animalizma i ljudske forme je osporena i iskrivljena što gledatelju ostavlja prostor za propitivanje vlastite ljudske maske i prikrivenih životinjskih poriva. [8]

## 2.2. Razvoj feminističke umjetnosti

Guerrilla Girls deklariraju se kao feminističke aktivističke umjetnice koje nose maske skrivajući vlastiti identitet. Aktivne su i danas, a njihovi počeci datiraju iz 1985. godine. Skupina je nastala reakcijom na MoMA-inu izložbu *Međunarodno istraživanje novijeg slikarstva i kiparstva* 1984. godine. Izložba je trebala predstavljati vrhunske umjetnike svijeta, no od 169 prikazanih umjetnika samo je 13 žena. Riječi kustosa Kynastona McShinea dodatno su uzburkale javnost poručivši da bi svaki umjetnik koji nije bio na izložbi trebao ponovno razmisliti o svojoj karijeri. Zbog ovakvog tretmana, skupina umjetnika prosvjedovala je vani na samu večer otvorenja. Budući da promatrači nisu bili zainteresirani za njihovu poruku godinu dana kasnije osniva se Guerrilla Girls s ciljem pronalaska novih načina pobune kroz uličnu umjetnost. Iako su započele kao aktivistička grupa postupno ih je prihvatio i svijet umjetnosti te su izlagale svoje radove u galerijama kao što su MoMa i Tate Modern. Djelo *Moraju li žene biti gole da bi ušle u Met Muzej?* (slika 7) nastalo je 1989. nakon što su članovi grupe prošetali Metom i uočili omjer umjetnica i ženskih aktova.



Slika 7: Guerrilla Girls, *Moraju li žene biti gole da bi ušle u Met Muzej?*, 1989. [7]

Ustanovili su da je manje od 5% umjetnica u sekcijama moderne umjetnosti, ali 85% aktova su upravo žene. Kako bi doprijeli do svoje publike, grupa je zakupila oglasni prostor u njujorškim autobusima. Međutim, autobusna tvrtka je ubrzo otkazala njihov najam uz primjedbu da je slika previše sugestivna te da se čini kako figura u ruci ima nešto više od lepeze. [12]

### **3. Žensko tijelo u očima suvremenih umjetnica**

#### **3.1. Marina Abramović i *Ritam 0***

Marina Abramović je konceptualna umjetnica poznata po istraživanju granica izdržljivosti ljudskog tijela i uma. Godine 1974. osvijestila je javnost o društvenoj problematici - mizoginiji. Kroz svoj performans *Ritam 0* izazvala je publiku da koriste lance, noževe i ostale izložene predmete ispoljavajući ljudsku slobodnu volju objektivizirajući sebe kroz cijeli proces. Ispred umjetnice nalazio se stol na kojem su bila izložena 72 predmeta, za užitak i za bol. Neki od predmeta bili su čaša vode, ruža i kaput, ali i nož, britva i pištolj u kojem je bio jedan metak. Postojale su upute u kojima je autorica naglasila da je ona objekt i da su svi dobrodošli upotrijebiti predmete sa stola preuzimajući potpunu odgovornost na sebe za stvari koje će joj biti učinjene, čak i ako je to ubije. Performans je trajao šest sati s tim da je publika na samom početku bila ugodna, no ubrzo su postali agresivniji. Koristili su noževe i rezali joj kožu, cijepali odjeću, dodirivali njezino tijelo igrajući se s izloženim predmetima uz podsmijehe dok su umjetnici oči bile ispunjene suzama. Tijekom performansa Marina Abramović je nepomično stajala što je kod publike dodatno otuđilo osjećaj ljudskosti i svjesnost da je pred njima živa osoba. Nakon šest sati umjetnica se pomiče i kreće ka publici polugola, prekrivena krvlju od rana koje su joj načinjene dok joj suze teku niz lice. U tom trenutku svi prisutni akteri su pobjegli od nje strahujući od konfrontacije. Umjetnica tvrdi da je dobila sijedi pramen u svojoj kosi istu tu večer kao rezultat ogromnog šoka i stresa kojeg je proživjela. [14]

#### **3.2. Jenny Saville u službi redefiniranja ženskog akta**

Jenny Saville je britanska suvremena slikarica čija se tematika pretežno bazira na figurativnim motivima. Stvara iskrivljene i groteskne ženske subjekte kroz koje prikazuje doživljaj tijela i ljudskog tkiva. Saville je jedna od članova YBA

scene (Young British Artists) te svoj uspjeh gradi kroz reprezentativno slikarstvo spajajući apstrakciju kubizma sa senzualnošću baroka ugrađujući elemente apstraktnog ekspresionizma s fotografskom figuracijom. Britanska umjetnica bavi se problematikom rodne binarnosti, pretilosti, patološke percepcije tijela kroz nametnute ideale ljepote i percipiranja vlastite tjelesnosti. Filmska teoretičarka Laura Mulvey ističe potrebu holivudskih filmova za ugađanjem patrijarhalnoj muškoj publici budući da se na takav način kapitalizira na osnovu njihove ideologije. Zbog takvog shvaćanja Jenny Saville pomjera granice muškog, heteroseksualnog vizualnog užitka kreirajući pretile ženske figure bez potrebe za idealiziranom formom.

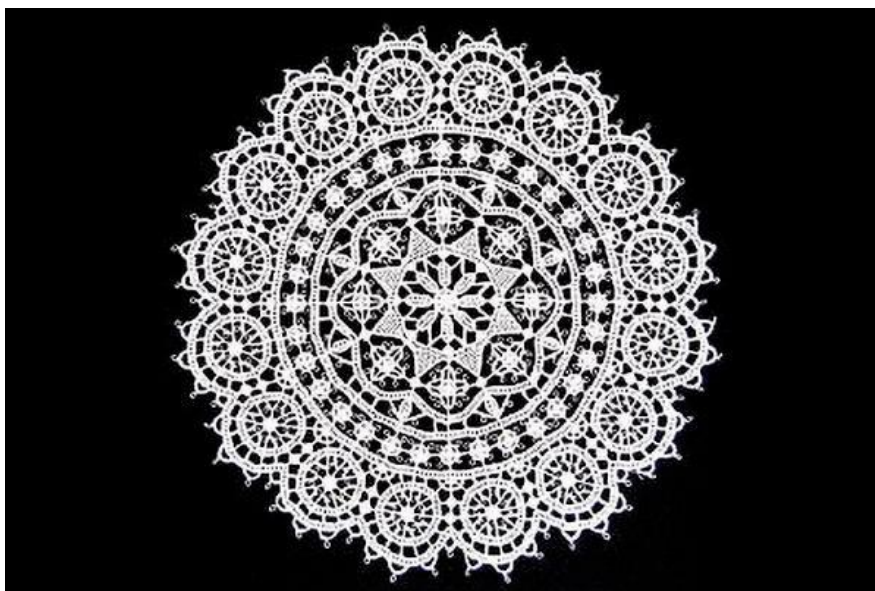
#### **4. Eliminacija društvenog standarda i odstupanje od ideala ženske tjelesnosti**

##### **4.1. Susret grotesknog i profinjenog**

Pojam groteska je književni, umjetnički i estetski izraz kojemu se komično djelovanje temelji na fantastičnoj i izobličenoj predodžbi stvarnosti. Samo značenje obuhvaća spoj uzvišenog i niskog, smiješnog i strašnog te lijepog i ružnog pri čemu dolazi do narušavanja uobičajenog reda. Pojam groteskno potječe od talijanske riječi *grottesco* koja se odnosi na neobične ukrase pronađene u rimskim podzemnim iskopinama (grottama) u renesansnom razdoblju. Sami temelj izraza datira upravo od tih ukrasa koji su bili kombinacija ljudskih, životinjskih i biljnih formi na izobličen i neprirodan način. Suština grotesknosti je u spoju nespojivih elemenata (komično i tragično, humoristično i strašno), a karikaturalnost i pretjerivanje su primarni dio stvaralaštva. Pored navedenih izraza zastupljen je i pojam antiestetike koja prihvaća deformaciju, neharmoničnost i vizualnu nelagodu kao sredstvo izraza. Sama funkcija groteske je mogućnost uznemiravanja, provokacije, buđenja nelagode i poticaja na kritičko razmišljanje. Osnovna svrha ovog

pojma je upravo kritika i ironizacija određenog društva ili ljudske egzistencije, ovisno od zastupljene problematike. [1]

Kontrirajući groteski, profinjenost se veže uz objektivno lijepe elemente. Sinonimi ovog pojma su elegancija, otmjenost, ljupkost, uglađenost, lepršavost, dopadljivost, gracioznost i poetičnost. Kroz daljnju analizu javlja se potreba za univerzalno prihvaćenim elementom koji sadrži odlike profinjenosti na globalnoj razini. Čipka (slika 8) je šupljikavi plošni tekstilni produkt namijenjen ukrašavanju odjeće, interijera te posteljnog i stolnog rublja.



Slika 8: Čipka, 15. stoljeće [2]

Čipka se javlja potkraj 15. stoljeća kao samostalna rukotvorina, a kroz nadolazeća stoljeća stilski evoluirala u skladu s razdobljima. U 16. stoljeću prevladavao je renesansni geometrijski stil dok je u 17. i 18. stoljeću čipka poprimila baroknu bujnost, cvjetni ornament i asimetričnost. Od 19. stoljeća čipkarstvo stagnira i odumire ostavljajući iza sebe poznate čipke poput belgijske, francuske, španjolske i talijanske kao i čipke drugih naroda. Hrvatska folklorna čipka potvrđuje poznavanje osnovnih tehnika kasnijeg

razvijenog europskog čipkarstva. Među šivane tehnike spadaju raspleti koji su bili udomaćeni u sjevernoj Hrvatskoj na prsima muških košulja te rukavima i rubovima ženskih košulja, a u primorju prevladava rasplet na prsima ženskih košulja i pokrivalima za glavu. Osnivanjem čipkarske škole 1904. Pažanke su od prvotnih ukrasa na odjeći počele izrađivati i samostalne dekorativne ukrase radeći to i dan danas. Iznimno je posebna i čipka od agave koju još uvijek izrađuju redovnice u benediktinskom samostanu na otoku Hvaru. Svaki primjerak je unikatan zbog niti koja se posebnim postupkom dobiva iz sredine svježih agavinih listova izrađujući čipku bez predloška ili nacрта. [9]

Duboka povijesna povezanost čipke s etničkom i zemljopisnom pripadnosti i sam materijalni sastav tkanine asocijacija je profinjenog etno elementa čiji je jedan od sinonima dopadljivost, ali u ovom slučaju predstavlja i nešto konzervativno i tradicionalno kao simbol sredine u kojoj živimo i koja i dalje teško prihvaća određene civilizacijske norme, posebne norme koje se tiču ravnopravnosti spolova. U kontekstu takvih pogleda, ustaljene su i predodžbe o ljepoti ženskog tijela koje je i dalje objektivizirano u očima muške populacije i podređeno njihovim idealima ljepote.

#### **4.2. Topografija tjelesnosti**

Ciklus radova na platnu pod nazivom *Topografija tjelesnosti* predstavlja svojevrsan vizualni komentar na društvene norme ljepote kroz prizmu ženskog akta. Ovaj ciklus donosi prikaz pretjerano naglašenih i formiranih grotesknih ženskih figura čija puna i teška tijela dominiraju formatom. Ispunjavanjem cijele površine platna, figure ulaze u intimni prostor promatrača, tjerajući ga na suočavanje s vlastitim estetskim predrasudama i društveno uvjetovanim standardima. Portret je namjerno izostavljen u svrhu uklanjanja identiteta kako bi se pažnja usmjerila isključivo na tijelo. Time se dodatno naglašavaju volumen, kožni detalji, meke obline i slojeviti tonski prijelazi. Izostanak portreta lišava figure individualnosti, pretvarajući ih u univerzalni

simbol tjelesnosti i nesavršenosti. Poseban kontrapunkt predstavlja pozadina – izuzetno detaljna i ornamentalna etno čipka. Taj motiv čipke simbolizira delikatnost, tradiciju i ženstvenost, a u ovom kontekstu djeluje kao kontrast teškim, masivnim oblicima ženskog tijela.



Slika 9: *Topografija tjelesnosti 3*, 2025.

Kombinacija fine, prozračne teksture i snažne, impozantne tjelesnosti stvara dinamičnu napetost unutar kompozicije. Upravo ta suprotnost naglašava centralnu ideju ciklusa: kritiku nametnutih estetskih standarda i poziv na ponovno promišljanje percepcije ljepote. No čipka ovdje nije samo estetski ili

dekorativni element već ona nosi i duboko simboličko značenje. Kao tradicionalni ručni rad koji se povijesno veže uz ženski kućni prostor, čipka evocira poziciju žene unutar patrijarhalnog društva. U kontekstu ovog ciklusa, čipka stoji kao simbol rodne neravnopravnosti. U kombinaciji s aktovima koji prkose idealima, čipka dodatno produbljuje kritiku muškog objektiviziranja ženskog tijela. Radovi postaju kontrast povijesne šutnje i suvremenog otpora. Kao takav, motiv čipke u ovom ciklusu funkcionira kao most između prošlosti i sadašnjosti, između tradicionalne slike žene kao tihe nositeljice ljepote i moderne žene koja otpor pruža upravo kroz isticanje onoga što se nekad skrivalo ili poricalo: svoje stvarne, nesavršene, ali snažne tjelesnosti. Cilj nije samo propitivanje standardiziranih prikaza ženskog tijela, već i afirmacija autentičnosti i prihvaćanje prirodne vizualnosti tijela. Nesavršenost se kroz radove ne skriva, već se slavi. Ove figure ne traže odobravanje, već izazivaju dijalog o normama, sramu i identitetu. Monumentalnost formata dodatno naglašava osjećaj glomaznosti i fizičke prisutnosti. Tehnika koja se koristi, akril na platnu, omogućava bogatstvo slojeva, izražajne tonske prijelaze te mogućnost isticanja tekstura kože i materijala.

## **5. Zaključak**

Tjelesnost ženskog akta kroz samu povijest se pretežno oblikuje prema patrijarhalnim idealima ljepote i poželjnosti čineći žensko tijelo objektom žudnje koje ispunjava svoju svrhu podilazeći određenim estetskim normama. Groteskno žensko tijelo odstupa od idealiziranog i discipliniranog oblika narušavajući zadane granice ženstvenosti ugrožavajući konstruirane predodžbe o ženi koja služi svrsi lijepe, pasivne i poželjne figure. Tijelo koje je prirodno, sirovo ili izvan kontrole većinski izaziva nelagodu i odbacivanje jer podsjeća na smrtnost i animalnost koju dominantni diskurs teži potisnuti. Kroz takvu sveopću društvenu nelagodu otkriva se subverzivna moć grotesknog

ženskog tijela. Ono postaje sredstvo otpora standardima koji guše autentičnu žensku tjelesnost i raznolikost. U suvremenoj umjetnosti sve je više prisutan otklon od tradicionalnog ideala savršenog ženskog tijela. Teži se ka prikazu stvarnog akta s ožiljcima, naborima i ranjivim elementima ženske zbilje. Takvo odbacivanje perfekcije ne predstavlja samo estetski zaokret već i politički čin kojim se ukida objektivizacija žena. Prikaz autentičnih ženskih tijela u umjetnosti kreira prostor osnaživanja kritizirajući dugogodišnje standarde koji su oblikovali poimanje ženstvenosti. Suvremena umjetnost se ne bavi glorificiranjem nesavršenosti već je afirmira kao dio stvarne ženske subjektivnosti.

## Literatura

- [1] <https://amarilisonline.com/glossary/groteska-znacenje/>
- [2] <https://czknovalja.hr/wp-content/uploads/2020/06/paska-cipka.jpg>
- [3] [https://en.wikipedia.org/wiki/Venus\\_of\\_Willendorf#/media/File:Venus\\_of\\_Willendorf\\_-\\_All\\_sides.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Venus_of_Willendorf#/media/File:Venus_of_Willendorf_-_All_sides.jpg)
- [4] [https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2021/06/Edouard\\_Manet\\_-\\_Olympia\\_-\\_Google\\_Art\\_Project\\_2-1.jpg?resize=1536%2C1041&ssl=1](https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2021/06/Edouard_Manet_-_Olympia_-_Google_Art_Project_2-1.jpg?resize=1536%2C1041&ssl=1)
- [5] [https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2021/06/nu\\_feminin\\_1910-1.jpg?w=539&ssl=1](https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2021/06/nu_feminin_1910-1.jpg?w=539&ssl=1)
- [6] [https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2022/02/Birth\\_of\\_Venus\\_Botticelli.jpg?resize=1536%2C984&ssl=1](https://i0.wp.com/blog.artsper.com/wp-content/uploads/2022/02/Birth_of_Venus_Botticelli.jpg?resize=1536%2C984&ssl=1)
- [7] <https://media.tate.org.uk/aztate-prd-ew-dg-wgtail-st1-ctr-data/images/p78793.width-1440.jpg>
- [8] <https://rhodescontemporaryart.com/news/398-francis-bacon-bold-outrageous-and-influential-who-was-francis-bacon-an-overview-into-one/>
- [9] <https://www.enciklopedija.hr/clanak/cipka>

- [10] <https://www.henrimatisse.org/assets/img/paintings/blue-nude.jpg>
- [11] <https://www.henrimatisse.org/blue-nude.jsp>
- [12] <https://www.tate.org.uk/art/artists/guerrilla-girls-6858/who-are-guerrilla-girls>
- [13] <https://www.ziher.hr/wp-content/uploads/2017/12/Gospo%C4%91ice-iz-Avignona-e1512322943628.png> 52
- [14] <https://youtu.be/o-h715UyhWw?si=kHFIMGfJdgy6c0Rj>



Drmić, M.

## **ANALIZA NESAVRŠENOSTI LIKOVNOG IZRIČAJA UNUTAR APSTRAKTNOG EKSPRESIONIZMA**

**Sažetak:** Rad istražuje psihološke i emocionalne aspekte nesavršenosti unutar apstraktnog ekspresionizma, promatrajući umjetničko djelo kao prostor dijaloga između unutarnjeg svijeta umjetnika i promatrača. Polazeći od teorijskih uporišta psihologije umjetnosti te povijesnog i stilskeg konteksta apstraktnog ekspresionizma, analizira se način na koji nesavršenost postaje autentičan izraz unutarnjih konflikata, emocionalnih stanja i nesvjesnih procesa. Poseban naglasak stavlja se na ulogu boje, geste i apstraktne forme kao nositelja psihološkog značenja, kao i na empatijski odnos između umjetničkog djela i promatrača. U radu se razmatraju primjeri ključnih predstavnika apstraktnog ekspresionizma i lirskog apstraktnog izraza, uz povezivanje teorijskih razmatranja s osobnim umjetničkim istraživanjem. Zaključno, rad potvrđuje da apstraktni ekspresionizam omogućuje slobodno i iskreno suočavanje s nesavršenošću kao vrijednošću, pri čemu umjetnost postaje sredstvo samospoznaje, emocionalnog oslobađanja i dubljeg razumijevanja ljudske psihe.

**Ključne riječi:** apstraktni ekspresionizam, psihologija umjetnosti, nesavršenost, emocionalni izričaj, apstraktna forma, boja, unutarnji svijet

**Podatci o autorici:** mag. slikarstva Drmić M[irka], Sveučilište u Mostaru, Akademija likovnih umjetnosti u Širokom Brijegu, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosna i Hercegovina, mirka123.drmic@gmail.com

Drmić, M.

## **ANALYSIS OF IMPERFECTIONS IN ARTISTIC EXPRESSION WITHIN ABSTRACT EXPRESSIONISM**

**Abstract:** This paper explores the psychological and emotional aspects of imperfection within abstract expressionism, viewing the artwork as a space of dialogue between the artist's inner world and the viewer. Drawing on theoretical foundations from the psychology of art and the historical and stylistic context of abstract expressionism, the study examines how imperfection functions as an authentic expression of inner conflicts, emotional states, and unconscious processes. Special emphasis is placed on the role of color, gesture, and abstract form as carriers of psychological meaning, as well as on the empathetic relationship established between the artwork and the observer. The paper discusses selected examples of key representatives of abstract expressionism and lyrical abstraction, connecting theoretical considerations with personal artistic research. In conclusion, the study demonstrates that abstract expressionism enables a free and sincere confrontation with imperfection as a value, positioning art as a means of self-awareness, emotional release, and deeper understanding of the human psyche.

**Key words:** abstract expressionism, psychology of art, imperfection, emotional expression, abstract form, color, inner experience

**Author's data:** Master of painting Drmić M[irka], University of Mostar, Academy of Fine Arts Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosnia & Herzegovina, mirka123.drmic@gmail.com

## 1. Uvod

U suvremenom svijetu odnos između čovjeka i okoline postaje sve složeniji. Unutarnji konflikti, sjećanja na prošlost i susreti s realnošću oblikuju način na koji pojedinci doživljavaju svijet. Odnos između čovjeka i svijeta oduvijek je bila kompleksna i dinamična tema koja se istražuje kroz različite umjetničke izraze, rasprave i društvene teorije. Pojedinci neprestano traže svoje mjesto unutar šireg konteksta, boreći se s izazovima koje donosi suvremeni život. Taj odnos oblikuje njihove identitete, percepcije i emocionalna stanja. U vremenu brzih promjena, mnogi se suočavaju s osjećajem otuđenosti i gubitka povezanosti kroz umjetnost.

Nesavršenost često nosi u sebi dubinu koju savršenstvo ne može postići. Kroz nesavršenosti, kako u ljudima tako i u umjetnosti, dolazi do izražaja proces prilagođavanja i rasta. One predstavljaju izazov, ali su i prilika za prihvaćanje života. U umjetničkom smislu, nesavršenost može simbolizirati prolaznost, unutarnje borbe, pa čak i slobodu od perfekcionizma. Ona omogućuje izražavanje autentičnosti i spontanosti osjećaja, često kroz neprecizne poteze, neobične proporcije ili namjerne pogreške. Dok je u klasičnom slikarstvu dominirao idealizirani prikaz ljepote i harmonije, kasniji umjetnici počeli su istraživati realnost i njezine nesavršenosti. Primjerice, ekspresionizam koristi nesavršenost kao sredstvo za izražavanje intenzivnih emocija.

Slikarstvo kroz psihološko značenje odnosi se na način na koji umjetnici koriste vizualne elemente kako bi izrazili unutarnje emocionalne i psihološke procese. Kroz boje, oblike i kompoziciju, prenose se stanja svijesti. Ovaj pristup često istražuje vezu između unutarnjih svjetova i vanjske stvarnosti, omogućujući promatračima sagledavanje složenih emocionalnih i psiholoških konflikata kroz likovni izraz.

U likovnim djelima, figure često simboliziraju složenost ljudskih emocija i iskustava, a njihova pozicija unutar kompozicije može odražavati osjećaj

pripadnosti i izolacije. Raspršena tijela mogu označavati ne samo fizičko, već i emocionalno razlaganje, što ukazuje na potrebu za oslobađanjem i ponovnim povezivanjem sa svijetom. Potraga za razumijevanjem vlastitog identiteta i mjesta u svijetu često vodi suočavanju s prošlošću i prihvaćanju nesavršenosti života. Kroz taj proces pojedinci uče kako se osloboditi tereta koji ih sprječava i kako pronaći mir unutar sebe, što omogućuje dublje povezivanje s drugima i okolinom. Na taj način, odnos čovjeka i svijeta postaje izvor izazova i prilika za rast.

## **2. Psihološki aspekti umjetničkog djela unutar apstraktnog ekspresionizma**

Apstraktni ekspresionizam, kao jedno od najvažnijih umjetničkih kretanja 20. stoljeća, nastoji izraziti unutrašnje emocije, stavove i misli umjetnika kroz apstraktne oblike i slobodne tehnike. Umjetnici ovog pravca ne teže prikazivanju vanjske stvarnosti, već su fokusirani na unutrašnje doživljaje, osjećaje i nesvjesne procese. Psihologija nesavršenosti, kao koncept u umjetnosti, bavi se istraživanjem emocionalnih, mentalnih i društvenih aspekata. Nesavršenost nije samo karakteristika, već duboko psihološki izraz koji odražava unutarnje konflikte, strahove i nesigurnosti. Jedan od ciljeva ovog rada je istražiti način na koji se umjetnici izražavaju, istražuju ljudske emocije, psihološka stanja, te na koji način njihova djela mogu biti viđena kao prizori ljudske psihe.

### **2.1. Psihološki temelji umjetničkog djela**

Između umjetnosti i psihologije istražuje se povezanost, naglašavajući kako umjetnost, osobito apstraktni ekspresionizam može biti sredstvo za izražavanje i istraživanje dubokih emocionalnih i psiholoških stanja. Umjetnici često koriste svoje unutarnje emocionalne procese kao osnovu za stvaranje

djela, čime omogućuju gledateljima uvid u nesvjesne aspekte ljudske psihe. Kroz apstraktne oblike pokušavaju prenijeti unutarnje konflikte, traume, čime stvaraju dublju povezanost između umjetnosti i psihologije. [18]

U slikarstvu, psihološki aspekt često se istražuje kroz emocije i psihološki izraz, jer umjetnost ima sposobnost prijenosa unutarnjih doživljaja, konflikta i iskustava. Kao vizualna umjetnost, slikarstvo omogućava umjetnicima koristiti boje, oblike, kompoziciju i teksture kako bi prenijeli emotivne i psihološke doživljaje. Emocije u slikarstvu služe kao most između umjetnika i promatrača. Umjetnici biraju boje koje izazivaju specifične emocionalne reakcije: crvena može izazvati strast, dok plava može biti povezana s tugom ili smirenošću. Ove boje nisu samo estetske, već djeluju na duboko emotivno reagiranje promatrača, stvarajući vezu između unutarnjeg stanja umjetnika i emocionalnog odgovora gledatelja. Psihološki izraz u slikarstvu ide dalje od same emotivne reakcije, istražujući unutarnje svjetove likova, njihove misli i nesvjesna stanja. [5] [6] [17]

Kroz apstrakciju oblika ili upotrebu simbola, umjetnici istražuju unutarnje borbe, strahove, želje, traume. Na primjer, Edward Munch u svom djelu *The Scream* koristi postavku figure, boje i kompoziciju kako bi prikazao psihološki stres i unutarnju agoniju. U apstraktnom ekspresionizmu, umjetnici poput Jacksona Pollocka i Marka Rothka koriste boje i oblike kao spontani izraz unutarnjih emocija. Umjesto jasnih definiranih figura, apstraktna djela omogućavaju promatraču povezivanje s emocijama koje djelo izaziva. Psihološki aspekt slikarstva ne završava se na emocijama. On također obuhvaća analizu umjetnikovih unutarnjih procesa i nesvjesnih impulsa. Sigmund Freud i Carl Jung utjecali su na razumijevanje umjetnosti kroz psihološke teorije, pokazujući da umjetnici koriste slikarstvo kao sredstvo za oslobađanje nesvjesnih sadržaja i suočavanje s potisnutim emocijama. Sigmund Freud bio je austrijski neurolog i osnivač psihoanalize, znanstvene metode koja proučava nesvjesni um i utjecaj nesvjesnih procesa na ljudsko

ponašanje. Smatra se jednim od najvažnijih mislilaca 20. stoljeća. Freud je razvio teorije o važnosti snova i o unutarnjim psihološkim sukobima, postavljajući temelje za razumijevanje nesvjesnih sadržaja u ljudskoj psihologiji. Carl Jung bio je švicarski psihijatar i osnivač analitičke psihologije. Smatrao je da psiha teži ravnoteži i samorazvoju te je bio posebno zainteresiran za simboliku i mitologiju u ljudskom iskustvu. [29]

Utjecaj Freuda i Junga na umjetnost, a posebice na slikarstvo, govori o načinu na koji su umjetnici počeli promišljati vlastitu podsvijest, snove i identitet. Freudove teorije o potisnutim željama, simbolici snova, omogućuje novi pristup stvaranju i tumačenju umjetnosti, gdje slika više nije samo prikaz vanjske stvarnosti, već i odraz unutarnjih psiholoških procesa. S druge strane, Jungovo razmišljanje o arhetipovima, otvorilo je vrata simboličkom jeziku u umjetnosti, posebice u modernim apstraktnim pravcima. Umjetnici su kroz simbole i oblike pokušavali istraživati ljudsko postojanje, bilo da je riječ o ekspresivnim portretima ili apstraktnim kompozicijama koje odražavaju psihološki pristup umjetnosti i omogućuju dublje razumijevanje. [29] [14]

U kontekstu umjetnosti, Miodrag Šuvaković, razlikuje dva pristupa doživljaju umjetničkog djela: jedan proizlazi iz neposredne emocionalne reakcije promatrača (doživljaj „nevidljivog oka“), a drugi iz dublje, promišljene percepcije koja uključuje razumijevanje djela, umjetnika i šireg konteksta (doživljaj „s sofisticiranog oka“). U psihologiji se doživljaj definira kao jednostavan ili složen psihološki proces dostupan subjektivnom opažanju. Najjednostavniji oblici su osjeti (vidni, slušni,..), dok složeniji oblikuju emocionalne doživljaje. Rudolf Arnheim upozorava da emocija nije sadržaj umjetničkog djela, već sekundarni efekt samog sadržaja, te naglašava da umjetnost nije nužno emocionalnija od drugih područja ljudskog djelovanja. Likovne umjetnosti su vizualne umjetnosti, a umjetnici kroz oko doživljavaju i izražavaju ono što su proživjeli. Iako riječi mogu pomoći u razumijevanju likovnog jezika, postoje granice iznad kojih verbalni opis više ne može prenijeti

njegovu punu dubinu. Za organizaciju vizualnog doživljaja umjetnici se koriste regulatorima poput simetrije, proporcije i ritma, koji omogućuju stvaranje uravnoteženih i razumljivih umjetničkih djela. Emocionalna reakcija proizlazi iz individualnih čimbenika poput životnog iskustva, emocionalne razvijenosti kroz kontakt s likovnim jezikom. [1]

Na psihološkoj razini, uvažavanje umjetnosti opisuje se kao čin empatije, pri čemu se unutarnja stanja i emocije umjetnika bude u promatraču, dovodeći do procesa unutarnje simulacije. Ta se ideja temelji na pretpostavci da umjetnikova unutarnja stanja bivaju izražena kroz umjetničko djelo putem odabira sadržaja, boja i forme, izražavanjem radosti kroz svijetle boje i pravilne oblike, a negativnih emocija kroz tamne boje i nepravilne oblike. Iako se ta pretpostavka može činiti pojednostavljenom, nedavna istraživanja iz područja neuroznanosti pokazuju da sadržaj prikazan na slici, poput određenog projekta, aktivira moždane centre zadužene za pokret kod promatrača, dok prikazi boli aktiviraju centre za bol u njegovom mozgu. Time se podržava ideja o empatskom odnosu između umjetničkog djela i promatrača. U suvremenom društvu, umjetnost, a osobitno apstraktna umjetnost, ima značajan psihološki utjecaj na pojedinca. Smatra se da umjetnost omogućuje povezivanje s onim aspektima čovjekove psihe koji su često skriveni ili nejasni, posebice s emocijama. Umjetnici poput Jacksona Pollocka i Marka Rothka nisu samo izražavali sebe, već su kroz umjetnost istraživali ljudsku umutrašnjost i složenost psihičkih stanja. Kod njih, potreba za kreativnošću nije bila izbor, nego potreba za razumijevanjem i izražavanjem vlastitih emocija i nesvjesnog sadržaja. Bilo da je riječ o apstrakciji ili figuraciji, umjetnost otvara vrata prema dubljem smislu. Upravo ta povezanost s ljepotom i nepoznatim omogućuje pojedincu da nadvlada vlastita ograničenja i doživi unutarnju ravnotežu. Psihologija umjetnosti otkriva kako čovjek ne može živjeti samo od materijalnog. Umjetnost pruža nadu, smisao i duboku povezanost s ljudskom duhovnošću. [11] [31] [13]

## **2.2. Apstraktni ekspresionizam kao psihološki i emocionalni izraz**

Apstraktni ekspresionizam predstavlja slikarski pravac koji se formirao u New Yorku sredinom četrdesetih godina 20. stoljeća, a često se označava i pojmom slikarstva akcije. Njegovo temeljno obilježje jest naglašeno izražavanje unutarnjih stanja i emocija kroz nefigurativne, slobodno oblikovane forme, linije, boje i teksture. Ti se elementi na slikarsku površinu nanose spontanim gestama, dinamičnim pokretima ruke i kista, izlivanjem boje izravno na platno te upotrebom izraženih, gustih nanosa boje. Jedna od ključnih karakteristika apstraktnog ekspresionizma jest njegovo oslanjanje na psihološku dubinu i emocije. Umjetnička djela ovog pravca nisu zamišljena da predstavljaju stvarnost, već da djeluju kao neposredan odraz unutarnjih procesa. [9]

Umjetnici apstraktnog ekspresionizma bili su duboko predani ideji umjetnosti kao osobnom izrazu snažnih emocija i tema. Mnogi od njih oblikovani su naslijeđem nadrealizma, pokreta koji je istraživao nesvjesne procese, snove i unutarnje stvarnosti, obilježenoj tjeskobom, traumama i emocionalnim slomovima društva. U svojim djelima, apstraktni ekspresionisti nisu se ograničavali na tradicionalne tehnike. Umjesto toga, koristili su spontano slikanje, često kroz pokrete, kako bi izrazili unutarnje impulse i refleksije na svijet oko sebe. Ovaj pristup omogućio je umjetnicima istraživanje apstraktnih oblika i boje kao nositelja emocionalnih i psiholoških sadržaja. [9]

Pojam „apstraktni ekspresionizam“ prvi je put upotrijebio američki povijesničar umjetnosti Alfred H. Barr 1912. godine, u kontekstu umjetničkog stvaralaštva Wassilyja Kandinskog. Kasnije, 1946. godine, taj isti termin dobiva novu važnost kada ga kritičar Robert Coates koristi za opis tada suvremene američke umjetnosti. Apstraktni ekspresionizam obuhvaća dvije glavne skupine umjetnika: s jedne strane su predstavnici takozvanog „akcijskog slikarstva“, poput Jacksona Pollocka i Willema de Kooninga, čiji je rad obilježen snažnim gestualnim izražajem, a s druge strane nalaze se slikari

„obojenog polja“ (*Color Field Painting*), poput Marka Rothka, Barnetta Newmana i kasnije Julesa Olitskog koji se fokusiraju na velike površine intenzivnih boja. Njihov je rad često bio usmjeren na odnos boja i prostora, s ciljem poticanja doživljaja promatrača. [9]

Umjetnici akcijskog slikarstva, među kojima su najistaknutiji Jackson Pollock, Willem de Kooning, Franz Kline i Lee Krasner, razvili su izrazito ekspresivan pristup slikanju koji se temeljio na spontanosti. Umjesto tradicionalnog pristupa, koristili su razne tehnike poput kapanja, bacanja ili razmazivanja boje po platnu koje je često bilo postavljeno na pod. Boja se nanosila širokim pokretima, velikim kistovima, pa čak i direktno iz kantica, čime je čin stvaranja postao dio same umjetničke poruke. Djela su bila u potpunosti apstraktna, a naglasak je bio na izražavanju unutarnjih stanja i impulsa umjetnika kroz fizički čin slikanja. Za razliku od umjetnika akcijskog slikarstva, slikari obojenog polja razvili su smireniji pristup slikanju (Mark Rothko, Barnett Newman i kasnije Jules Olitski). Njihova djela rađena su ekspresivnim potezima, ispunjena velikim, ravnim površinama boje. Fokusirajući se na čistoću izraza i snagu boje kao primarnog sredstva komunikacije, ovi su umjetnici težili stvaranju emocionalnog snažnog iskustva. Boja je ovdje postajala unutarnje istraživanje, pozivajući promatrača da se izgubi u njezinoj dubini. Povijesni razvoj apstraktnog ekspresionizma usko je vezan uz društveno povijesni kontekst Sjedinjenih Američkih Država tijekom i nakon drugog svjetskog rata. Nakon pada Pariza kao središta umjetničkog svijeta u tridesetim i četrdesetim godinama 20. stoljeća, New York preuzima novu ulogu. Dolazak brojnih europskih umjetnika imao je snažan utjecaj na američku umjetničku scenu. Američki umjetnici poput Pollocka, preuzeli su elemente europske moderne umjetnosti. Okrenuli su se prikazu unutarnjih psiholoških stanja, preferirali su intuiciju, slobodu i subjektivnost. Apstraktni ekspresionizam postaje više od samoga pravca. Njegov povijesni značaj ogleda se u globalnom pomaku umjetničkog težišta iz Europe u Ameriku. [9] [28]



Slika 1: Jackson Pollock, *Number 18*, 1948. [20]

Apstraktni ekspresionizam imao je dubok utjecaj na razvoj umjetnosti druge polovice 20. stoljeća. Osim što je preoblikovao percepciju likovne umjetnosti u SAD-u i izvan njih, ovaj pokret otvorio je put novim pravcima poput minimalizma, konceptualne umjetnosti i neoekspresionizma. Njegova ostavština ogleda se i u promjeni uloge umjetnika, bez posredovanja tradicionalne forme. Kritičar Clement Greenberg promovirao je apstraktni ekspresionizam kao vrhunac modernističke tradicije. Osobito je isticao važnost boja, tekstura, a slikanje bojenih polja smatrao je najpročišćenijim oblikom apstraktne umjetnosti. Umjetnost je bila sredstvo izražavanja osjećaja, tjeskobe, nade i duhovnosti. [28]



Slika 2: Mark Rothko, *Number 14*, 1960. [24]

Lirska apstrakcija predstavlja pravac unutar apstraktnog slikarstva koji se razvio 1910. godine, a ta se godina smatra referencom za označavanje početka apstraktnog slikarstva. Ovaj je pravac karakteriziralo nastojanje da se ne stvaraju zajedničke forme koje bi predstavljale stvarnost, što je potaknulo promatrače na stjecanje vlastitih dojmova o takvim slikama. Glavni interes ovog pravca bio je stvaranje novih formi koje izražavaju emocije polazeći od nule, a koje za publiku nisu imale prepoznatljivo značenje. Na taj su način promatrači mogli dublje uroniti u umjetnikove emocije, potpuno se odmičući od stvarnog konteksta. Omiljena tehnika slikara ovog pravca bila je akvarel, kojom su izrađivali i skice te male bilješke. Ipak, neki su umjetnici stvarali i velike uljane slike, prožete osjećajima i strašću. Boja je dominirala nad oblikom, a raznolike nijanse služile su kao sredstvo izražavanja svake emocije koja je proizlazila kroz umjetnikov um. [16]

Oko 1910. godine brojni su umjetnici različitih stilskih usmjerenja počeli eksperimentirati s apstraktnim načinima izražavanja, iako taj pristup u to vrijeme još nije bio jasno definiran niti imenovan kao apstrakcija. Svaki je autor apstraktnom jeziku pristupao iz vlastite, specifične pozicije. Tako su, primjerice, kubisti i futuristi polazili od prikaza stvarnosti koje su svjesno deformirali kako bi prenijeli apstraktne ideje i forme. Konstruktivistički umjetnici koristili su realne i prepoznatljive oblike, no pridavali su im simbolička značenja koja nisu imala za cilj doslovno prikazivanje vidljivog svijeta, zbog čega su ti oblici često djelovali višeznačno.

Ipak, postojala je i skupina autora koja je apstrakciji pristupala na bitno drukčiji način. Umjetnici povezani s drugim umjetničkim strujanjima, poput konkretne umjetnosti (*Art Concret*) i nadrealizma, nastojali su oblikovati djela koja su, unatoč svojoj avangardnoj i svjetovnoj prirodi, bila dovoljno čitka i razumljiva publici. Kritičari tog vremena nisu mogli zamisliti snažniju silu koja bi mogla izazvati razmjere razaranja kojima su svjedočili. No, umjesto da svoje stvaralaštvo tumače isključivo kroz ideju očite odsutnosti Boga,

egzistencijalistički umjetnici usmjerili su se prema prikazu besmisla i prolaznosti ljudskog postojanja. Upravo je potraga za egzistencijalnim značenjima imala presudnu ulogu u razvoju lirske apstrakcije nakon Drugog svjetskog rata. [16]

U prvim desetljećima 20. stoljeća umjetnici poput Wassilyja Kandinskog, Alberta Giacomettija, Jeana Fautriera i Paula Kleea postavili su temelje lirskim pravcima unutar apstraktne umjetnosti. Sredinom 1970-ih i 1980-ih godina umjetnici poput Helen Frankenthaler, Julesa Olitskog, Friedela Dzubasa i brojnih drugih, ponovno su oživjeli ovaj pravac i time dodatno proširili njegovu važnost i utjecaj.

Apstraktna umjetnost u Hrvatskoj odlikuje se raznolikošću izraza geometrijske apstrakcije, lirskog ekspresionizma i gestualnog slikarstva. Jedan od ključnih pravaca unutar apstrakcije jest apstraktni ekspresionizam, koji se temelji na spontanom, emotivnom i gestualnom izrazu. Apstraktni ekspresionizam u hrvatskom slikarstvu bio je način oslobađanja od ideoloških ograničenja socijalističkog realizma, ali i sredstvo za osobni, introspektivni izraz. Među umjetnicima koji su pridonijeli razvoju apstraktnog izraza u Hrvatskoj ističe se Edo Murtić, čija djela predstavljaju sintezu energije, pokreta i snažnog kolorizma. Njegove slike nose prepoznatljive tragove geste, dinamike i osjećaja oslobođenosti forme. [4] [7]



Slika 3: Edo Murtić, *Susret*, 1978. [15]

### **3. Apstraktna ekspresionistička interpretacija u vlastitom izričaju**

U ovoj će se točki istaknuti istraživanje apstraktnog ekspresionizma kroz osobni likovni izričaj, s naglaskom na emocionalnu dinamiku, unutarnje konflikte i slobodno izražavanje unutarnjih stanja. Istražiti će se kako apstraktni ekspresionizam može poslužiti kao sredstvo dijaloga s promatračem, gdje figura nije nužno prisutna, ali njezin emocionalni otisak ipak ostaje preopznatljiv. Pristup apstraktnom ekspresionizmu nije strogo vezan uz pravila tog pravca, već je oblikovan prema osobnim doživljajima i iskustvima. Istaknut će se dinamika emocija, unutarnjih nesigurnosti i traženja, koje nisu prikazane kroz doslovne slike, već kroz apstraktne oblike i boje koje omogućuju slobodnu interpretaciju. Iako apstraktni, radovi nose osobnu narativnost koja ne zahtijeva riječ. Ona je prožeta emocijama koje se mogu osjetiti, ali ne nužno razumjeti.

Također, osvrnut će se na stvaralački izričaj umjetnika lirske apstrakcije, kao i na ulogu apstraktne forme u analizi vlastitog rada.

#### **3.1. Stvaralačka uporišta vlastitog apstraktnog izričaja**

Stvaralački izričaj temelji se na potrebi za izražavanjem unutarnjih stanja, misli i emocija. U procesu oblikovanja vlastitog likovnog izraza mjesto zauzimaju umjetnici Helen Frankenthaler, Friedel Dzubas i Jules Olitski, čiji radovi pružaju vizualni okvir unutar kojeg se razvija osobni izričaj. Zajedničko ovim umjetnicima jest tretiranje boje. Njihov pristup temelji se na izravnom vizualnom dojmu. Uporišta pronađena u njihovim djelima ne podrazumijevaju oponašanje, već služe kao poticaj za dublje istraživanje vlastitih unutarnjih stanja kroz likovni izričaj.

Helen Frankenthaler (1928.–2011.) jedna je od najvažnijih američkih umjetnica 20. stoljeća i predstavnica druge generacije poslijeratnih apstraktnih slikara. Poznata je po inovativnoj tehnici „namakanja mrlja“, koja je proširila

granice apstraktnog slikarstva, uz povremeni fokus na figuraciju i pejzaž. Već krajem 1950-ih godina stjecala je međunarodna priznanja, uključujući prvu nagradu na Premijernom bijenalu u Parizu 1959. godine. Predstavljala je SAD na 33. Venecijanskom bijenalu 1966., a njezina prva značajna muzejska izložba održana je 1960. godine u New Yorku. Tijekom karijere primila je brojne nagrade, uključujući Nacionalnu medalju za umjetnost 2001., te je bila članica Nacionalnog vijeća za umjetnost i Američke akademije umjetnosti i književnosti, gdje je 1991. bila prorektorica. Iste godine kada je preminula posthumno je primljena u Royal Akademiju Umjetnosti u Londonu. [22] [23]



Slika 4: Helen Frankenthaler, *Mountains and Sea*, 1952. [30]

Helen Frankenthaler je 1952. godine naslikala djelo *Mountains and Sea* koje se smarta prekretnicom u njezinoj umjetničkoj karijeri i jednim od najznačajnijih primjera. U ovom radu razrijeđenu boju nanosi izravno na platno i stvori nježne oblike. Odiše osjećajem prozračnosti i spontanosti. Kolorit je nježan i pretežito sastavljen od plavih, zelenih i ružičastih tonova, koji se međusobno stapaju u mekim prijelazima. Linije su slobodne, nenametljive i djelomično iscrtane, bez čvrstih kontura. Kompozicija je dinamična, s

razvnotežom između praznog prostora i obojenih površina. Prozračnost boje naglašava dubinu i lakoću prikaza.

Tematika radova usmjerena je na istraživanje emocionalnih i psiholoških dimenzija, gdje je boja postala ključni medij za izražavanje unutarnjih stanja i osjećaja. Kroz apstraktne oblike i interpretativne prikaze prirodnih fenomena, stvarala je djela koja su pozivala na unutrašnje razmišljanje. Boje nisu korištene kao oblik, već i kao način izražavanja slobode, fluidnosti i prolaznosti, stvarajući slike koje su odražavale njezinu intuiciju i spontanost. Njezina tehnika namakanja omogućila je boji da se upija i spaja, čime je postigla dojam stalnog kretanja i transformacije. Radovi Helen Frankenthaler time su nosili duboko značenje, pozivajući gledatelje na osobnu refleksiju i emocionalnu povezanost. Njezina djela danas se čuvaju u prestižnim muzejima diljem svijeta, gdje i dalje svjedoče o njezinu značajnom doprinosu suvremenoj umjetnosti.

Friedel Dzubas, istaknuti apstraktni slikar, rođen je 1915. godine u Njemačkoj. Prije nego što je 1939. godine napustio Njemačku i nastanio se u New Yorku, stekao je formalno i umjetničko obrazovanje. Tijekom ranih 1950-tih, dok je živio na Manhattanu, dijelio je atelje s umjetnicom Helen Frankenthaler, što je označilo važnu fazu u njegovom umjetničkom razvoju. U to vrijeme počinje intenzivnije izlagati vlastite radove unutar pravca apstraktnog ekspresionizma. Njegova su djela bila predstavljena na značajnoj izložbi *Ninth Street Show* 1951. godine u New Yorku, kao i na brojnim grupnim izložbama u galerijama. U svom je umjetničkom izričaju stvarao kontrastna slikarska polja, guste zasićene nanose boje uz prozračne i gotovo prozirne površine. Za njega su takve kompozicije predstavljale odraz prirodnih pojava, emocija, slikarskih gesta, te unutarnjeg iskustva same boje. Razvio je prepoznatljiv vizualan jezik temeljen na kontrastu apstraktnih oblika boje. Oblike je postavljao jedan uz drugi. Takvi oblici postali su ključni element njegovog slikarskog stila, a predstavljaju kontrast. Boju je nanosio u tankim, ravnomjerno teksturiranim

slojevima. Tematika radova Friedela Dzubasa bila je duboko ukorijenjena u apstraktnom izričaju, pri čemu su njegovi slikarski motivi proizašli iz emocionalnih stanja, unutarnjih refleksija i odnosa boja, stvarajući djela koja djeluju smireno i misaono, bez oslonca na figurativne ili narativne elemente. Može se reći kako kod promatrača potiču tiho promišljanje i osobni doživljaj. Njegova se djela danas nalaze u brojnim privatnim i javnim zbirkama, gdje se prepoznaju kao vrijedan doprinos razvoju suvremene umjetnosti. [12] [19]



Slika 5: Friedel Dzubas, *Eagle pass*, 1976. [21]

Slika *Eagle Pass* Friedela Dzubasa, nastala 1976. godine, odražava zrelu fazu umjetnikova stvaralaštva unutar slikarskog pokreta *Color Field*. Kompozicija je izgrađena od velikih oblika koji se meko prelijevaju jedan u drugi stvarajući osjećaj prostorne širine i tihe unutarnje dinamike. Boje su nanošene ravnomjerno i kontrolirano. Dominiraju zemljani i prigušeni tonovi koji djeluju smirujuće. Boje se stapaju bez oštih prijelaza, što pridonosi dojmu fluidnosti i prozračnosti. Oblici su apstraktni, bez figurativnih naznaka. Kompozicija je prostrana.

Jules Olitski bio je američki slikar i jedna od istaknutih figura slikarskog pokreta *Color Field*, koji se razvio tijekom 1950-ih i 1960-ih kao dio šireg pravca apstraktnog ekspresionizma. Isticao se u upotrebi boje, teksture i

površine. Njegovi radovi često su pomicali granice tradicionalnog slikarstva na platnu. Rani rad Olitskoga bio je pod snažnim utjecajem europskog modernizma i američkog apstraktnog ekspresionizma. Tijekom 1950-ih godina eksperimentirao je s različitim slikarskim tehnikama, ali je tek početkom 1960-ih pronašao svoj umjetnički izraz. U zreloj fazi, njegov je stil bio usmjeren na upotrebu raspršene i valjane boje, što mu je omogućilo stvaranje velikih, svjetlećih polja boje i bogatih teksturalno dojmljivih površina. Njegova su djela bila često prepoznatljiva po eteričnoj, svjetlucavoj kvaliteti, kao i po izraženom naglasku na fizikalnosti same slike. Olitski je bio posebno poznat po svojim eksperimentima s materijalnošću same boje, pristupajući joj na način koji je proces stvaranja učinio jednako važnim kao i konačno djelo. Iako je bio povezan s njujorškom školom i djelomično pod utjecajem umjetnika poput Marka Rothka i Barnetta Newmana, razvio je vlastiti prepoznatljivi izraz. Njegovo istraživanje prostornih odnosa između boja nisu samo vizualna iskustva, već poziv gledatelju na intimno povezivanje s površinom slike. Nastavio je eksperimentirati u slikarstvu sve do svoje smrti 2007. godine, ostavivši za sobom bogato umjetničko naslijeđe. Njegov originalni pristup boji, formi i površini ostavio je trajan utjecaj na suvremenu likovnu scenu. [26]



Slika 6: Jules Olitski, *Cleopatra Flesh*, 1962. [25]

Djelo *Cleopatra Flesh* Julesa Olitskija iz 1962. godine predstavlja izuzetno ostvarenje unutar slikarskog pokreta *Color Field*. U ovom radu, umjetnik koristi veliko platno kao prostor kontemplacije boje, izbjegavajući tradicionalnu naraciju ili figurativnost. Kompozicija je utemeljena na mekim prijelazima tonova. Postignuta je prozračnost i suptilna tekstura površine. Cjelokupna forma djeluje harmonično, a istovremeno i intuitivno komponirano, naglašavajući čistu boju. Djelo je asimetrično, ali u potpunosti uravnoteženo. Stvara se dojam prostorne širine i beskonačnosti.

Olitski ne nudi prepoznatljive oblike, već omogućava da boja postane sama nosilac značenja. Svojim pristupom oslobađa sliku od tradicionalnih formi i simbolike usmjeravajući gledatelja prema unutarnjem doživljaju. Naglašava emotivnu prisutnost slike. Boja i prostor djeluju gotovo spiritualno pružajući iskustvo koje je intimno i otvoreno promatraču.

### **3.2. Psihologija nesavršenosti u apstraktnoj formi vlastitog stvaralaštva**

U ovoj se točki razmatra na koji se način apstraktnom formom mogu izraziti unutarnja emocionalna stanja, s posebnim naglaskom na nesavršenost kao važan dio stvaralačkog procesa. Nesavršenost se ne promatra kao greška, već kao iskreni trag spontanosti i osjećaja. Kroz poteze i lazure, radovi dobivaju dublju emocionalnu vrijednost. Apstraktna forma omogućava slobodu izraza gdje boja preuzima ulogu emocije.

Inspiracija za rad ne dolazi samo iz umjetničkih uzora, već i iz svakodnevnih prizora koji nose određenu simboličku vrijednost. Posebnu ulogu imaju vizualni detalji poput oblika koji nastaju na pjenu u šalici kave, tragova boje na slikarskoj paleti (plastičnim tanjurima) nakon miješanja ili sličnih mrlja koje podsjećaju na emotivne procese i tokove misli. Takvi prizori, iako naizgled nevažni, sadrže spontanost koja postaje poticaj za likovno izražavanje.



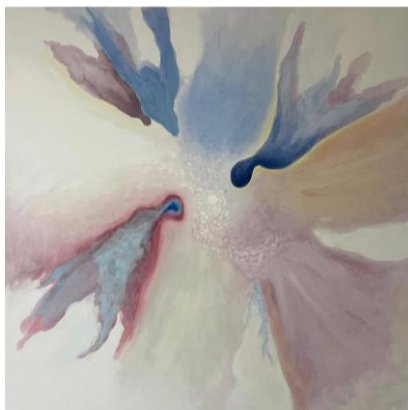
Slika 7: Slikarske palete, 2024.

Primjerice, tanjuri s ostacima boje, koji su nastajali tijekom procesa rada, predstavljaju spontane tragove, poteze koji nisu unaprijed planirani, ali su vizualno snažni i autentični. Upravo slučajni tragovi svjedoče kako ono što se na prvi pogled čini nevažnim ili nesvjesnim može imati simboliku. Oni potvrđuju da slučajnost nije besmislena, već može postati nositelj značenja. Kroz jednostavne, svakodnevne situacije nastaju forme koje prave neki oblik. Postali su podloga u kojima se boja prirodno slijevala i miješala. U njima se može pronaći ideja koja se kasnije prenosila na platno, što dodatno naglašava eksperimentiranje. Oni su nastali bez kontrole, iz čiste materijalne igre toka. Boja je slobodna, razlijeva se i stvara ritmove i kontraste. Ovakvi sponatni procesi mogu se promatrati kao proces i put prema izražavanju. Upravo kroz ove svakodnevne, neplanirane tragove stvaranja, otkriva se prostor gdje proces postaje važniji od cilja, a taj trenutak dobiva vrijednost. Tragovi nisu samo slučajnost, već dokaz prisutnosti i otvorenosti prema onome što nastaje izvan kontrole, što je, na koncu, srž ovoga rada.

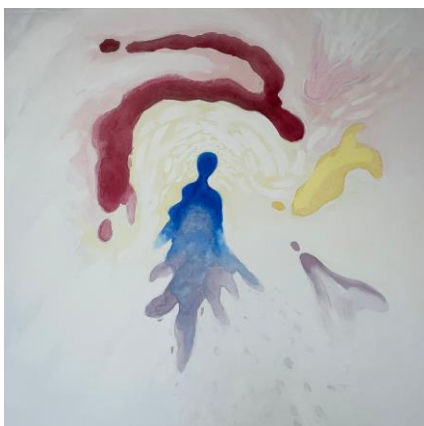
Vlastiti rad temelji se na pristupu koji se postupno razvijao kroz skice i istraživački proces. Veći format omogućio je slobodnije kretanje i nanos boje, kao i jasnije oblikovanje kompozicije. U radovima su vidljivi izražajni tragovi kista, slojevi boje i lazura. Upravo ti slikarski nanosi čine važan segment rada jer prenose osjećaje koji su pratili njegov nastanak. Radovi izražavaju osobni

doživljaj, unutarnje stanje i određeni trenutak, prenešene kroz boje, geste i dinamičnu kompoziciju.

Slika pod nazivom *Slojevi unutrašnjosti* predstavlja apstraktni prikaz kretanja i oslobađanja kroz fluidne oblike, s toplim i hladnim bojama. Kompozicija se širi iz središta, stvarajući osjećaj dinamičnog raspršivanja ili razdvajanja. Elementi djeluju kao da se međusobno udaljavaju, naglašavajući osjećaj pokreta i transformacije. Srednji dio je svijetliji, gotovo bijel, dok se forme šire prema van. Oblici naglašavaju stalno kretanje i promjenu. Prikazani su u plavoj i crvenoj boji koja je u nekim djelovima naglašena ispod svijetlo plave boje koja je nanošena lazurama. Plavi i ljubičasti tonovi nose mirnoću, dok crvena unosi energiju, strast i unutarnji sukob. Kontrast između toplih i hladnih boja sugerira na emotivnu napetost i oslobađanje. Pozadina daje osjećaj otvorenog prostora. Neki oblici djeluju kao da lebde, dok tragovi teksture daju osjećaj dubine, podsjećajući na tragove prošlosti. Nanosi boje i lazura precizno su postavljeni na platnu. Tekstura koja se širi iz dva smjera dodatno doprinosi dinamičnosti djela. Osim toga, i sami likovi unose dodatnu stabilnost i čvrstoću u kompoziciju. Ova slika kroz apstraktan, ali emocionalni izričaj, prikazuje susret suprotavljanja dviju energija i identiteta. Ona predstavlja ogledalo unutarnjeg svijeta, sukobljavanja i transformacije.



Slika 8: *Slojevi unutrašnjosti*, 2025.



Slika 9: *Ranjivost u pokretu*, 2025.



Slika 10: *Težina i nada*, 2025.

Ostale slike iz ciklusa (*Ranjivost u pokretu*, *Težina i nada*, *Vrtlog emocija* i *Tišina i povezanost*), kroz apstraktne oblike i boje, potiču promatrača na duboku refleksiju o vlastitim osjećajima i unutarnjim borbama. Može se osjetiti kako svaki potez kista nosi priču o neprekidnom kretanju, o vrtlogu misli koji vodi prema jasnoći i unutarnjem miru. Boje i oblici zajedno stvaraju skladnu cjelinu koja naglašava složenost ljudskog iskustva. Sugerira na put iscjeljenja. Poziva na hrabrost suočavanja sa sobom, prihvaćanja i nastavka dalje, s nadom i vjerom u mogućnost promjene.



Slika 11: *Vrtlog emocija*, 2025.



Slika 12: *Tišina i povezanost*, 2025.

#### 4. Zaključak

U središtu ovog rada nalazi se čovjek, uronjen u složeni odnos sa svijetom, vlastitom psihom i emotivnim slojevima koji oblikuju njegovo biće. Kroz apstraktni ekspresionizam istražuju se granice između unutrašnje stvarnosti i vanjskog svijeta, propitujući način na koji se osobne nesavršenosti i emocionalne borbe pretvaraju u vizualni likovni jezik. To predstavlja odraz dubokog psihološkog procesa borbe za prihvaćanjem, oslobađanjem i suočavanjem. Nesavršenost se ovdje ne doživljava kao slabost, već kao prostor potencijala. Umjetnost se ne promatra kao bijeg, nego kao način suočavanja. U apstraktnim kompozicijama gledatelji ne trebaju tražiti konkretne odgovore, već osjetiti, promišljati i doživjeti ono što se ne može uvijek izraziti riječima. Time se umjetnički čin transformira u dijalog, a slika postaje prostor između unutarnjeg i vanjskog svijeta. Apstraktni ekspresionizam ne služi samo kao estetski izbor, već kao autentičan način izražavanja onog nesvjesnog i neizrečenog. Ne funkcionira kao imitacija povijesnog pravca, već kao prostor u kojem se može progovoriti o slobodnom iskustvu. Teorijski dio rada podupire ideju kako umjetnost ima sposobnost prepoznati i prenijeti psihologiju ljudskih iskustava. Fluidne forme, potezi i lazure ukazuju na dvosmjernost tog procesa, suočavanje s boli, ali i prihvaćanje. Ne promatra se kao slabost, nego kao istina u čovjeku kojem se pristupa s razumijevanjem.

Zaključno, ovaj rad pokazuje kako umjetnički izričaj može poslužiti kao sredstvo za dublje razumijevanje sebe i vlastitog mjesta u svijetu. Kroz vizualni jezik govori se o temama koje nadilaze iskustvo i ulaze u druge sfere, ostavljajući prostor za dijalog i unutarnji mir. Koloristička rješenja i slojevi tekstura stvaraju dinamiku i napetost unutar formata, ali i osjećaj kontinuiranog procesa kretanja. Ništa još nije završeno. Samo tragovi boje nagovještavaju kako je čovjek bio tu, ne slučajno, već s namjerom.

Dakle, predstavljeni praktični i teorijski dio rada ne označava kraj, već početak dubljeg umjetničkog puta. Kroz suočavanje s osobnim temama i emocionalnim stanjima, kao i istraživanje mogućnosti izražavanja, postavljeni su temelji za buduće stvaralaštvo. U tom je kontekstu ključna smjernica ostati vjeran unutaršnjem stvaralačkom procesu, pritom istražujući nove medije i izražajna sredstva. Ovaj rad nije tražio konačne odgovore, već je svjesno ostavio prostor tišine i slojevitosti. U toj slojevitosti ostaje prisutnost kao podsjetnik da se istina najčešće otkriva tamo gdje je sve nesigurno i iskreno.

## Literatura

- [1] Dević, T., Afektivno doživljavanje ravnoteže u umjetničkom djelu, Diplomski rad, Umjetnička Akademija u Osijeku, Osijek, 2016.
- [2] Kokeza, I., Historijsko slikarstvo u Hrvatskoj nakon Drugog svjetskog rata: društveno-politički status žanra u drugoj polovini 1940-ih godina, Hrvatski povijesni muzej, Zagreb, 2023.
- [3] Kokeza, I., Historijsko slikarstvo u Hrvatskoj od Ilirskog pokreta do Drugog svjetskog rata, Doktorski rad, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2022.
- [4] Kolešnik, L.J., Prelog, P., Moderna Umjetnost u Hrvatskoj 1898.-1975., Institut za povijest umjetnosti u Zagrebu, Zagreb, 2012.
- [5] Pecigoš, B., Ekspresivnost linije u slikarstvu, Diplomski rad, Arthouse-College of visual arts, Ljubljana, 2014.
- [6] Požaj, T., Psihologija boja i simbola u umjetnosti, Završni rad, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2020.
- [7] Prugar Ramnjak, M., Ekspresionizam i hrvatska moderna umjetnost, Kontura art magazin, Zagreb, 2008.
- [8] Radić, S., Simbolika crteža, monografija, Akademija likovnih umjetnosti Sveučilišta u Mostaru, Široki Brijeg, 2017.

- [9] Sander, I., A History of Abstract Expressionism, Praeger Publishers New York, New York, 1976.
- [10] Schneider, M., Historijsko slikarstvo u Hrvatskoj, Povijesni muzej Hrvatske Zagreb, Zagreb, 1969.
- [11] Vranješ, K., Povezanost likovne umjetnosti i emocija, Završni rad, Učiteljski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2020.
- [12] <http://friedeldzubas.org/biography/>
- [13] <https://between-science-and-art.com/irene-daum-psychology-art/>
- [14] <https://budidobro.com/sigmund-freud-otac-psihoanalize/>
- [15] <https://enciklopedija.hr/clanak/murtic-edo>
- [16] <https://hr.recursosdeautoayuda.com/lirska-apstrakcija/>
- [17] <https://karlobag.eu/psihologija/umjetnicka-terapija-u-karlobagu-istrazivanje-terapijskog-potencijala-umjetnosti-kroz-povijest-suvremene-metode-i-buduce-inovacije--karlobageu-oauxv>
- [18] <https://nepopularna.org/umjetnost-ili-psihologija-why-not-both/>
- [19] <https://oenogallery.com/artists/friedel-dzubas/>
- [20] <https://www.arthistoryproject.com/artists/jackson-pollock/number-18/>
- [21] <https://www.artsy.net/artwork/friedel-dzubas-eagle-pass>
- [22] <https://www.britannica.com/biography/Helen-Frankenthaler>
- [23] <https://www.frankenthalerfoundation.org/helen/biography>
- [24] <https://www.mark-rothko.org/number-14.jsp>
- [25] <https://www.moma.org/collection/works/79320>
- [26] <https://www.rukajgallery.com/artists/167-jules-olitski/>
- [27] <https://www.scribd.com/presentation/512707624/HRVATSKO-SLIKARSTVO-20-STOLJE%C4%86A>
- [28] <https://www.theartstory.org/movement/abstract-expressionism/>
- [29] <https://www.thesap.org.uk/articles-on-jungian-psychology-2/carl-gustav-jung/>
- [30] <https://www.wikiart.org/en/helen-frankenthaler/mountains-and-sea-1962>
- [31] <https://www.willcottrellart.com/the-psychology-of-art-what-art-teaches-us-about-being-human-psychological-therapy/>

Falak, V.

## **TIPOGRAFIJA U VIDEOIGRAMA**

**Sažetak:** U članku je predstavljen pregled tipografije u kontekstu videoigara. Istraživački rad je započeo pregledom tipografije kao višeslojnog alata za komunikaciju, služeći kao nositelj informacija ali i kao nositelj značenja, identiteta i atmosfere. Rad se konkretizira istraživanjem razvoja tipografije koja se koristila u videoigrama, od prvih videoigara do suvremenih naslova. Kroz istraživanje se očituje prilagođavanje dizajnera sa stvaranja tipografije ograničene na malenu mrežu piksela, držeći čitljivost kao glavni cilj, na stvaranje tipografije koja ima više zadataka: biti prepoznatljiva, pamtljiva, jedinstvena i kreativna, uz održavanje čitljivosti i korisnosti. Tehnološka ograničenja i kreativnost dokazuju se kao obrnuto proporcionalne vrijednosti; veća ograničenja izazivaju fokus na čitljivost i korisnost, a uklanjanjem ograničenja dizajneri imaju veću slobodu, proizvodeći kreativnija, kompleksnija tipografska rješenja. Nakon istraživanja povijesti, rad je usmjeren na studije slučaja, odabirom četiri videoigre čiji se tipografski sustavi dublje proučavaju. Od tipografskih logotipa i naslova, do tipografije koja se pojavljuje tijekom *gameplay*-a, radi se analiza dizajnerskih odluka, žanrovskih implikacija, te tipografije kao centralnog elementa dizajna. Kroz redizajn tipografskih logotipa triju videoigara dokazuje se važnost poštovanja prethodno istraženih tipografskih principa, prikazivajući način na koji mijenjanje izgleda tipografije mijenja žanrovska očekivanja.

**Ključne riječi:** tipografija, videoigre, font, redizajn, vlastiti doprinos

**Podatci o autorici:** mag. grafičkog dizajna Falak V[edrana], Sveučilište u Mostaru, Akademija likovnih umjetnosti Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosna i Hercegovina, vedrana.falak@gmail.com

Falak, V.

## **TYPOGRAPHY IN VIDEOGAMES**

**Abstract:** The article presents an overview of typography in the context of video games. The research work began with an overview of typography as a multi-layered tool for communication, serving as a carrier of information but also as a carrier of meaning, identity and atmosphere. The work is concretized by researching the development of typography used in video games, from the first video games to contemporary titles. The research reveals the adaptation of designers from creating typography limited to a small grid of pixels, keeping readability as the main goal, to creating typography that has many layers to it: being recognizable, memorable, unique and creative, all while maintaining readability and usability. Technological limitations and creativity are proven to be inversely proportional values; greater limitations provoke a focus on readability and usability, and by removing limitations, designers have greater freedom, producing creative, more complex typographic solutions. After researching the history, the article focuses on case studies, selecting four video games whose typographic systems are closely investigated. From typographic logos and titles, to typography that appears during gameplay, there is an analysis of design decisions, genre implications, and typography as a central design element. Through the redesign of typographic logos of three video games, the importance of respecting previously researched typographic principles is demonstrated, showing how changing the appearance of typography changes genre expectations.

**Key words:** typography, videogames, font, redesign, own contribution

**Author's data:** Master of Graphic Design V[edrana], University of Mostar, Academy of Fine Arts Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosnia & Herzegovina, vedrana.falak@gmail.com

## 1. Uvod

Tipografija je jedan od ključnih alata vizualne komunikacije. U grafičkom dizajnu, tipografija nije samo nositelj informacija, već uz to oblikuje značenje, atmosferu i identitet. Iako se tradicionalno proučava u kontekstu tiskanja i digitalnih sučelja, tipografija je također pronašla značajnu ulogu u svijetu videoigara. Unatoč relativno kratkoj povijesti medija, videoigre danas predstavljaju jednu od najvećih industrija na svijetu, s milijunima korisnika koji ih svakodnevno igraju. Kroz ovaj interaktivni medij tipografija obavlja poznate, ali i jedinstvene funkcije: organizira informacije, navodi interakciju korisnika, postavlja atmosferu te doprinosi pripovijedanju.

Važnost tipografije u videoigrama postaje jasnija kada se razmišlja o iskustvu igrača. Čitljivost utječe na korist i upotrebljivost, osiguravajući da svi igrači mogu brzo razumjeti pravila, ciljeve i način upravljanja. U isto vrijeme, izbor tipografije utječe na imerziju („uranjanje“) u igricu i njezin emocionalni ton. Kaotična, neujednačena slova korištena za *horor* igricu prenose vrlo drugačiju atmosferu od jarko obojenog, geometrijskog *sans-serif* fonta korištenog za ležernu *puzzle* igricu. U ovom kontekstu tipografija postaje funkcionalna i izražajna, vršeci posao komuniciranja, ali i uspostavljanja estetike. [19]

Unatoč svojoj sveprisutnosti i važnosti, tipografija u videoigrama ostaje nedovoljno istraženo područje akademskih istraživanja. Studije igara se uglavnom usredotoče na narativ, mehaniku ili psihologiju igrača, dok su se istraživanja dizajna uglavnom usredotočila na tradicionalna tiskana ili web okruženja. Ovaj rad nastoji popuniti tu prazninu istraživanjem načina na koji tipografija utječe na iskustvo igrača. Rad se oslanja na teorije tipografije i semiotike, smještajući ih u kontekst dizajna igara i digitalnih medija. Kroz niz studija slučaja koje obuhvaćaju različita razdoblja i žanrove videoigara, analizirat će se funkcije i estetika fonta, od ranih *bitmap* fontova do suvremenih dinamičkih sustava. Cilj je pokazati kako tipografija aktivno doprinosi dizajnu, pripovijedanju i kulturnom identitetu videoigara. [18]

## 2. Teorija tipografije

Tipografija se tradicionalno definira kao umjetnost i vještina oblikovanja teksta. Radi na dvije međuovisne osi, a to su funkcija i ekspresija. S jedne strane, tipografija mora vršiti funkcionalnu ulogu, osiguravajući da je tekst čitljiv, lako razumljiv i pristupačan. S druge strane, ima i ekspresivnu ulogu, oblikujući ton, atmosferu, i kulturne asocijacije sadržaja koji prenosi. [1]

Iz funkcionalne perspektive, tipografija omogućava efikasnu komunikaciju. Varijable poput dizajna tipa slova, veličine fonta, kerninga (razmaka između slova) i kontrasta u odnosu na pozadinu utječu na to koliko brzo i točno čitatelj može razumjeti informacije. Čitljivost (lakoća razlikovanja slova jedno od drugog) i razumljivost (lakoća razumijevanja većih količina teksta) su ključne u okruženjima gdje se informacije moraju brzo razumjeti. Ovo je naročito bitno u videoigrama, gdje igrači često procesuiraju informacije uz vremensko ograničenje. Npr. *health bar* koji koristi previše stilizirana ili nečitka slova stvara rizik zbunjivanja igrača u kritičnim momentima igre. [1]

U videoigrama, tipografija pridodaje *world-buildingu*, tj. izgradnji virtualnog svijeta. Izbor korištenja grubog, ručno nacrtanog fonta u postapokaliptičnoj igri preživljavanja šalje drukčiju poruku od geometrijskog, futurističkog fonta u znanstvenofantastičnoj igri. Font na ovaj način postaje dio semiotičnog sistema igre, te igračima ne prenosi samo što da rade, nego i u kakvom se svijetu nalaze. Npr. grubi, fragmentirani font korišten za franšizu *Resident Evil* (1996.) na prvi pogled odaje tematiku horora i truleži, dok se zaobljeni, djetinjasti font korišten za *Animal Crossing* (2001.) podudara s toplim, slatkim tonom igre. Prema tome, tipografija u videoigrama mora se razumjeti i kao alat za komunikaciju, i kao nositelj estetike. Igraču pruža jasne, funkcionalne upute, istovremeno pridonoseći narativu i atmosferi, upravljajući načinom na koji se igrači emocionalno angažiraju sa svijetom igre. [18]

### 3. Povijest i razvoj tipografije u videoigrama kroz vrijeme

Najranije razdoblje razvoja videoigara definirano je većim tehnološkim ograničenjima koja su imala velik utjecaj na razvoj tipografije koju su sadržavale. Arkadne mašine i kućne konzole 1970-ih i 1980-ih, kao što su *Atari 2600*, *Nintendo Entertainment System* (NES) i *Commodore 64*, imale su vrlo ograničen kapacitet memorije te su radile na zaslonima niske rezolucije. Uslijed tih ograničenja nastaju fontovi dizajnirani unutar striktnih mreža piksela, stvarajući kvadratičasti, geometrijski stil slova koji bira čitljivost, radije nego stilsku izražajnost. Do kraja 1980-ih, piksel tipografija je postala čvrsto integrirana u kulturu. Ikonična block slova u igrama kao što su *Pac-Man* (1980.) i *Super Mario Bros.* (1985.) su odmah prepoznatljiva čak i izvan zajednice igrača, simbolizirajući ne samo određene naslove već i samu eru. Rasprostranjena prepoznatljivost je prikaz kako tipografija, čak uz razna tehnološka ograničenja, ima ključnu ulogu u oblikovanju vizualnog identiteta videoigara. [10][12]

Značajan napredak i poboljšanje hardvera je u 1990-im izazvalo preokret u videoigrama, ujedno mijenjajući i njihovu tipografiju. Konzole kao što su *Super Nintendo Gaming System* (SNES), *Sega Mega Drive* te kasnije i *Sony PlayStation* pružaju veće rezolucije, veće palete boja i veći kapacitet memorije, čime omogućuju više detaljne i stilom raznolike fontove. Što se tiče računala, uspon *VGA (Video Graphics Array)* grafike i *CD-ROM*-ova dizajnerima otvara mogućnost eksperimentiranja sa složenijim renderiranjem teksta i integraciju unaprijed renderiranih fontova u igre. Tipografija počinje podržavati serife, krivulje, čak i kvalitete prostoručnog crteža, čime se njen komunikativni i estetski potencijal značajno povećava. Devedesetih godina prošlog stoljeća tipografija se pojavila kao središnji element brendiranja unutar industrije videoigara. Logotipi i naslovni ekrani postaju složeniji, odražavajući rastuću komercijalnu i kulturnu prisutnost videoigara. Franšize *Mortal Kombat*

(1992.) i *Resident Evil* (1996.) koriste podebljane, stilizirane fontove koji prenose njihovu tematiku agresije, horora i napetosti prije nego što igranje uopće započne. Ova era čvrsto uspostavlja tipografiju kao dio vizualnog identiteta igre, sposobnu razlikovanja naslova od sve veće konkurencije. [10][12]

Prijelaz na 3D grafike u kasnim 1990-im i ranim 2000-im je imao znatan utjecaj na tipografiju videoigara. Uz novije konzole poput *PlayStation 2*, *Xbox* i *GameCube*, zajedno s rastućom snagom osobnih računala, igre sve više nastoje emulirati kinematsku prezentaciju. Ova se promjena proteže i kroz tipografiju koja prestaje biti samo plosnati sloj, već je dizajnirana da postoji u harmoniji s trodimenzionalnim okruženjima. Titlovi, izbornici i HUD-ovi počinju koristiti sjene, gradijente i efekte prozirnosti, odražavajući šire trendove u dizajnu, digitalnim medijima i filmu. Tipografija postaje estetska komponenta imerzije, radeći u tandemu s vizualnim realizmom kako bi se stvorio kompleksan virtualni svijet. Žanrovi poput *first-person shooter* i akcijsko-avanturističkih igara iziskivali su tipografiju koja je bila lako čitljiva u dinamičnim okruženjima i vizualno integrirana u cjelokupni dizajn. Npr. igra *Halo: Combat Evolved* (2001.) koristi uglađeni futuristički font koji se podudara sa znanstveno-fantastičnim svijetom igre, dok *Grand Theft Auto: San Andreas* (2004.) koristi slova inspirirana stilom grafita kako bi pridodala svojoj urbanoj atmosferi. Kako industrija sazrijeva, tako tipografija ima sve veću ulogu u uspostavljanju identiteta brenda kroz franšize. [10][11]

Drugo desetljeće novog milenija označilo je značajnu transformaciju u tipografiji videoigara, predvođena rastom digitalnih distributivnih platformi, unaprijeđenim softverom za dizajniranje i rasprostranjenim usvajanjem HD (*high-definition*) i kasnije 4K ekrana. Tipografija već odavno nije ograničena pikselima ili malenim kapacitetom memorije, a dizajneri imaju sve veće mogućnosti i sve više opcija za eksperimentiranje: veće palete tipa slova, rendering na bazi vektora i UI sistemi koji se mogu skalirati. Ova tehnološka

zrelost uzdiže tipografiju s funkcionalne neophodnosti do svjesnog dizajnerskog odabira, potičući veću stilsku raznolikost u *indie* i *mainstream* naslovima. [12]

Rast *indie* igara tijekom ovog razdoblja uveo je eksperimentalni pristup tipografiji. Neovisni developeri su često koristili fontove kako bi stvorili jedinstvene atmosfere, oslanjajući se na nekonvencionalne fontove, prostoručno crtana slova ili retro-inspiriranu piksel tipografiju kao dio svog vizualnog identiteta. Npr. u igri *Undertale* (2015.) distinktni fontovi se koriste u tandemu sa zvučnim efektima kako bi se likovima dali individualni „glasovi“. Nasuprot *indie* developerima, AAA studiji su sve više usvajali pristup tipografiji vođen korisničkim iskustvom (UX). Kako su igre postajale kompleksnije i više kinematične, čitljivost i dosljednost na svim platformama postaju prioritet. Studiji su razvili vlastite stilske vodiče i tipografske sustave, osiguravajući da izbornici, HUD-ovi i titlovi zadrže profesionalni izgled. Serije poput *Assassin's Creed* (2007.) koristile su čiste, moderne *sans-serif* fontove kako bi naglasile čitljivost, ali istovremeno bile usklađene s ukupnom estetikom virtualnog svijeta. [12][15]

U 2020-ima tipografija videoigara postaje sve adaptivnija, oblikovana potražnjom za igranjem istih igara na više platformi, od konzola i računala do mobilnih uređaja. Za razliku od prethodnih desetljeća kad se tipografija prilagođavala za jednu vrstu prikaza, suvremeni dizajn zahtijeva skalabilna rješenja koja održavaju čitljivost bilo da se radi o 4K televizoru, handheld konzoli ili pametnom mobitelu. Varijabilni fontovi i responzivni tipografski sustavi koji su već odavno uspostavljeni u web dizajnu sada pronalaze svoju primjenu u razvoju igara, omogućujući programerima stvaranje fleksibilnih tipografskih hijerarhija koje se prilagođavaju rezoluciji zaslona i korisničkim postavkama. Ova promjena osigurava pristupačnost dok nastavlja podržavati identitet brenda kroz raznolike platforme. Gledajući unaprijed, budućnost tipografije u videoigramima će vjerovatno biti oblikovana novim tehnologijama i

promjenjivosti kulturnih prioriteta. Uz rast popularnosti *cloud gaminga* i *online* platformi, tipografija može postati sve više standardizirana kako bi se olakšala pristupačnost. U međuvremenu, eksperimentalni *indie* developeri nastavljaju pomicati granice, nastavljanjem svog tretiranja tipografije kao ekspresivnog, narativnog medija umjesto isključivo funkcionalnog. [13]

#### **4. Studije slučaja tipografije u videoigrama**

Kako bi se bolje razumjela primjena tipografije u videoigrama, bitno je analizirati konkretne primjere gdje tekst igra ulogu kao centralni element dizajna. Odabrane studije slučaja obuhvaćaju niz žanrova, filozofija dizajna i razdoblja izlaska, osiguravajući širok pogled na način korištenja tipografije u različitim kontekstima. Ova se točka fokusira na četiri studije slučaja: *Undertale* (2015.), *Tekken 5* (2004.), *Detroit: Become Human* (2018.) i *Return of the Obra Dinn* (2018.). Ove su videoigre odabrane zbog svoje prepoznatljive i inovativne upotrebe tipografije, kao i zbog svog kulturnog utjecaja unutar industrije.

##### **4.1. Undertale (2015.)**

Toby Foxova *Undertale* je neovisna RPG igra koja je stekla brojne pohvale ne samo zbog nekonvencionalne mehanike igranja i narativa, već za svoj svjesni i namjerni način korištenja tipografije kao alata za izražavanje. *Undertale* je igra, napravljena u 32-bitnom stilu, koja ruši mnoge tradicionalne RPG konvencije. Igrač upravlja ljudskim djetetom koje je palo u *Underground*, svijet u kojem obitavaju čudovišta, i mora pronaći put natrag na površinu. Igra je jedinstvena zbog svog borilačkog sustava u kojem igrači mogu neprijatelje pobijediti kroz borbu, ili krenuti rutom pacifiste kojom neprijatelje savlada razgovorom i poštedom. [15]



Slika 1: Logotip igre *Undertale* (2015.) [3]

Jedna od najizrazitijih karakteristika ove igre je dodjeljivanje jedinstvenih fontova određenim likovima. Braća kosturi Sans i Papyrus su savršeni primjeri: Sans komunicira u *Comic Sansu*, dok Papyrus koristi istoimeni font pri komunikaciji. Ova tipografska odluka je više od vizualne šale, ona na prvi pogled pokazuje osobnosti likova.



Slika 2: Primjer manipuliranja prezentacije teksta [3]

Dalje od samih glasova likova, tipografija u *Undertale* oblikuje ugođaj i atmosferu tijekom igranja. Na primjer, dijalozi u bitkama mijenjaju veličinu, stil i naglaske fonta kako bi dočarali intenzitet. Malene promjene poput slova koja se tresu tijekom strašnijih sukoba ili povećana, podebljana slova tijekom dramatičnih trenutaka dodatno naglašavaju emocionalne uloge. [15]

#### **4.2. Tekken 5 (2004.)**

*Tekken 5* je borilačka igra koju je razvio studio Bandai Namco kao nastavak *Tekken* franšize. Igra prati nastavak priče o konfliktu obitelji Mishima, iako je glavni fokus na kompetitivnim jedan na jedan borbama s velikim brojem boraca, svaki s jedinstvenom pozadinom i stilom borbe. *Tekken 5* je upečatljiv primjer ravnoteže stila i funkcije pri korištenju tipografije u borilačkim naslovima. [16]



Slika 3: Logotip igre *Tekken 5* (2004.) [6]

Tijekom igranja, tipografija preuzima funkcionalnu ulogu. *Health bar*-ovi, štoperice i prikaz broja runde koriste lako čitljivi, *sans-serif* font s velikim kontrastom u odnosu na pozadinu. Brojevi su podebljani i jako ocrtni, osiguravajući njihovu vidljivost čak i u vizualno kaotičnim trenucima.



Slika 4: Informacije na vrhu ekrana tijekom igranja [6]

U izbornicima igre tipografija spaja funkcionalnost i osobnost. Imena likova se prikazuju debelim, uglatim fontovima, naglašavajući njihovu individualnost uz istovremeno održavajući dosljednost sa borilačkom estetikom. *Tekken 5* demonstrira kako tipografija u borilačkim igrama nije tu samo kako bi dostavljala informacije, ona stvara spektakl. Od stiliziranog logotipa do podebljanog „K.O.“ koje zabljesne ekranom, tekst u *Tekken 5* je dizajniran da pojača intenzitet emocija tijekom igranja. [8]

#### **4.3. *Detroit: Become Human* (2018.)**

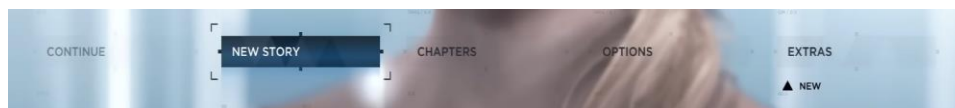
Videoigra *Detroit: Become Human*, koju je razvio studio Quantic Dream, predstavlja jedan od najambicioznijih primjera interaktivnog pripovijedanja, spajajući filmski realizam i priču kojom upravlja sami igrač. To je interaktivna narativna igra smještena u bliskoj budućnosti u Detroitu, gdje androidi koegzistiraju s ljudima. Igra prati tri androidna protagonista čije ispreplićuće

priče istražuju teme identiteta, slobodne volje i socijalne nejednakosti. Igranje se zasniva na granajućim izborima, gdje odluke igrača oblikuju smjer i ishode narativa. Za razliku od arkadnih naslova ili igara inspiriranih retro stilom, *Detroit: Become Human* oslanja se na suzdržan, minimalistički tipografski stil koji naglašava futurističko okruženje, a istovremeno izbjegava odvratanje pažnje od emocionalne težine narativa. [17]



Slika 5: Logotip igre *Detroit: Become Human* (2018.) [17]

Tipografija ove igre je nerijetko suptilna, pojavljujući se tijekom pravljenja odluka, *quick-time* događaja (QTE) u kojima igrač mora brzo reagirati uz ograničeno vrijeme, te u *flowchart* prikazima. Izbori su prikazani čistim, *sans-serif*, često bijelim ili blijedo plavim tekstom, odjekujući odlikama *sci-fi* dizajna uz istovremeno održavanje lake i brze čitljivosti.



Slika 6: Tekst glavnog izbornika igre [17]

Izbjegavanjem dekorativnih elemenata, tipografija pojačava teme efikasnosti i kontrole, odražavajući preciznu percepciju svijeta androidnih protagonista. Ono što izdvaja *Detroit: Become Human* jest dijegetska upotreba tipografije kao dijela pripovijedanja. Indikatori statusa poput „Software instability“ i „Mission successful“ se tipografski pojavljuju unutar virtualnog svijeta, kao da igrač ima uvid u sučelje sistema antroida. [20]

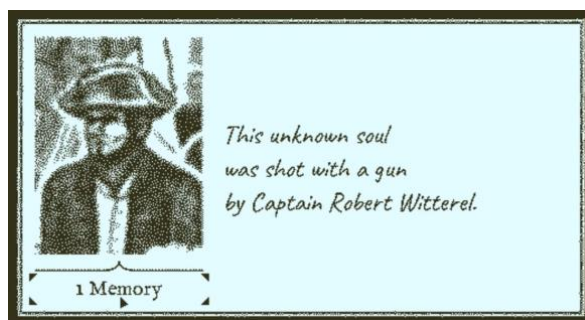
#### 4.4. *Return of the Obra Dinn* (2018.)

Lucas Popeova videoigra *Return of the Obra Dinn* je puzzle-avanturistična igra koju odlikuje upečatljiva monokromatska, 1-bitna estetika nalik ranoj Macintosh grafici i pedantna pažnja posvećena povijesnim detaljima. Tipografija u igri je ključni element njenog vizualnog identiteta, izravno pojačavajući okruženje i istraživački narativ s početka 19. stoljeća. Igrač ove igre preuzima ulogu istražitelja osiguranja, te se ukrca na napušteni trgovački brod Obra Dinn sa zadatkom dešifriranja sudbine svih šezdeset članova posade pregledom njihovih ostataka i slaganjem dokaza. [14]



Slika 7: Tipografski logo igre *Return of the Obra Dinn* [9]

Izbornici igre koriste serifne fontove koji podsjećaju na povijesni tisak, odmah smještajući igrače u 19. stoljeće. Čisti, serifni font predočava i autoritet i čitljivost, odražavajući utilitarnu prirodu dokumenata iz tog razdoblja. Unutar glavne istraživačke mehanike, tipografija nastavlja funkcionirati kao narativni alat. Imena članova posade, njihove uloge i bilješke o uzroku smrti prikazani su fontom koji oponaša službene pomorske zapise, često sa suptilnim varijacijama u debljini fonta i poravnanju kako bi se naznačila važnost ili nesigurnost. Ovi tipografski znakovi su ključni za igranje, vodeći igračeve zaključke bez pribjegavanja otvorenim uputama. Ovakav pristup je primjer kako tipografija može prenijeti vremenski i kulturni kontekst, poboljšavajući pripovijedanje i atmosferu. [4]



Slika 8: „Svojeručni“ zapis u igri [9]

## 5. Utjecaj izbora fonta u videoigrama

Tipografija ne služi samo kao neutralni alat za prenošenje naslova igre, ona aktivno doprinosi oblikovanju očekivanja, emocija i prvih dojmova igrača. Logotip igre je najčešće prvi dio vizualne komunikacije s kojim se publika susreće, a njegova tipografija nosi kulturnu, povijesnu i emocionalnu težinu. U ovoj točki istražuje se utjecaj izbora fonta na logotipe videoigara kroz tri praktična primjera redizajna. Reinterpretacijom tipografije postojećih logotipa, cilj je demonstrirati koliko izbor tipa slova mijenja percepciju žanra, raspoloženja i sveukupnog identiteta videoigre.

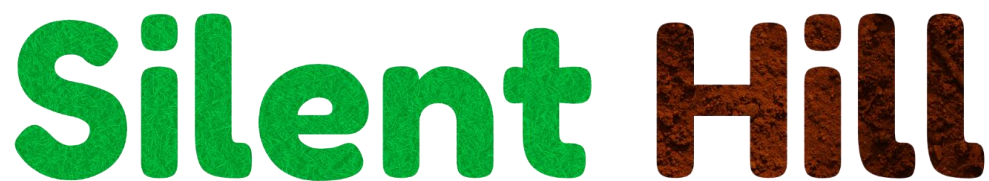
### 5.1. *Silent Hill* (1999.)

Logo *Silent Hill* je tipografski minimalan ali psihološki vrlo učinkovit. Koristi *sans-serif* font sa blago izmjenjenim proporcijama i sva slova su velika, stvarajući dojam jednolikosti, dok nepravilnosti u kerningu i teksturi, te razlika između podebljanih i tankih slova daju nagovještaj nelagode koja čeka ispod površine. Ono što ga čini zanimljivijim je efekt koji je dodan na slova, čineći njihove rubove nejasnim, kao da se gledaju kroz maglu. Ova vizualna distorzija paralelna je s atmosferom igre u kojoj je grad prekriven maglom, nejasnoćama, nelagodnom i psihološkim terorom.



Slika 9: Logotip igre *Silent Hill* (1999.) [5]

U redizajnu logotipa, riječi ostaju iste, ali se temeljno mijenja njihova vizualna prezentacija, mijenjajući percepciju žanra igre. Riječ „Silent“ prikazana je u jarkoj zelenoj boji s teksturom trave, a riječ „Hill“ prikazana je tamnosmeđom bojom uz teksturu zemlje. Zajedno, ovi izbori imitiraju vizualni jezik koji se obično povezuje sa simulatorima farme ili igrama upravljanja poljoprivredom. Ova transformacija demonstrira kako tipografija nije samo nositelj semantičkog značenja, već medij koji prenosi raspoloženje, atmosferu i žanrovska očekivanja.



Slika 10: Redizajn logotipa *Silent Hill*

## 5.2. *Resident Evil* (1996.)

*Resident Evil* videoigre dosljedno koriste tipografiju koja odaje ozbiljnost, opasnost i napetost. Logo za prvu igru koristi izdužena, podebljana *sans-serif* slova u jarkoj, krvavocrvenoj boji s crnom sjenom. Odabir slova na prvi pogled prenosi opasnost, nasilje i akciju koju igrač može očekivati. Banalan, ali učinkovit, ovaj dizajnerski izbor se slaže uz filmske utjecaje u igri, odjekujući vizualnim jezikom postera horor filmova iz ere videokaseta.

# RESIDENT EVIL

Slika 11: Logotip igre *Resident Evil* (1996.) [2]

Za redizajn ovog logotipa, zadržavaju se velika slova kako bi se očuvao osjećaj smjelosti prisutan u originalu, ali, izvorni *sans-serif* font je zamijenjen serifnim fontom koji podsjeća na tipografiju povezanu s filmom *American Psycho*, odmah mijenjajući estetski kontekst. Kako bi se dodatno naglasila ova referenca, slova imaju blagi metalik gradijent, dajući im izgled koji odražava hladni osjećaj vizualnog stila filma. Ovaj redizajn fokus stavlja na riječ „Resident“ (stanovnik) te sugerira narativ psihološkog horora temeljenog na naizgled običnoj osobi koja skriva mračnije impulse. Kroz ovu promjenu u tipografiji, percepcija naslova se mijenja sa *survival* horora na triler o neočekivanom ubojici, demonstrirajući kako sama tipografija može definirati žanrovske i tematske asocijacije.

# RESIDENT EVIL

Slika 12: Redizajn logotipa *Resident Evil*

### **5.3. *Crash Bandicoot* (1996.)**

Franšiza *Crash Bandicoot* predstavlja oštar kontrast horor serijama *Silent Hill* i *Resident Evil*, uz logo koji je utjelovljenje zaigranosti i energije. Prepoznatljiv je po zadebljanim, žutim slovima blago nepravilnog oblika koja su postavljena na drvenu pozadinu. Logo na prvi pogled odaje bit same igre – zabavu, avanturu i istraživanje.



Slika 13: Logo igre *Crash Bandicoot* (1996.) [7]

Kod ovog redizajna se zaigrani, crtani identitet originala reinterpretira kroz futuristični stil. Za riječ „Crash“ je iskorišten svemirski inspirirani font, uz održavanje njegove izvorne žute boje. Riječ „Bandicoot“ je prikazana velikim, razvučenim *sans-serif* slovima u crnoj boji, stvarajući određeni kontrast između elemenata. Ovaj redizajn transformira bezbrižnu platformer igru u nešto ozbiljnije inspirirano znanstvenom fantastikom. Kroz ovu dramatičnu promjenu logo prikazuje kako tipografija može u potpunosti promijeniti očekivanja publike. Budući da igra nosi ime po svom protagonistu, ovaj redizajn prikazuje koliko značenja odabir tipografije i njenog izgleda može pridodati frazi.



Slika 14: Redizajn logotipa *Crash Bandicoot*

## 6. Vlastiti primjeri dizajna

Nakon analize postojećih videoigara i njihovih logotipa, ova točka predstavlja tri vlastita dizajna za fiktivne igre. Svrha ove vježbe je primjena prethodno istraženih teorijskih principa na potpuno nove koncepte, pokazujući kako font, boja i oblik tipografije mogu izgraditi identitet igre čak i prije nego se igrač upusti u interakciju s njom. Svaki dizajn je prilagođen kako bi odražavao zamišljenu igru, raspoloženje i narativ naslova koji predstavlja, demonstrirajući kako sama vizualna prezentacija može prenijeti žanr i ton, te ujedno oblikovati očekivanja publike. Tri predstavljene fiktivne igre su: *The Time Allegory*, *Hachi's Adventure* i *Tone Deaf*. Raspoređene su po raznim žanrovima, od toplog, slatkog platformera do horora. Ovaj raspon omogućuje šire istraživanje načina na koji se tipografija prilagođava različitim kontekstima. Dizajniranjem logotipa za ove fiktivne igre, ističe se interpretativna moć vizualnog jezika i načina na koji slova, teksture i kompozicija mogu implicirati složenost, toplinu ili strah bez potrebe za dodatnim objašnjenjem.

### 6.1. *The Time Allegory*

*The Time Allegory* je psihološka *puzzle* igra u kojoj igrač proživljava isti dan bezbroj puta, sve dok ne otkrije određenu sekvencu događaja koju mora izazvati kako bi se paradoks prekinuo. Priča spaja misterij s egzistencijalnom napetošću, navodeći igrača na preispitivanje uzroka i posljedice, izbora i neizbježnosti. Dizajn logotipa odražava nestabilnu realnost. Cjelokupna kompozicija koristi podebljana, velika, *sans-serif* slova u fontu *League Spartan*, uspostavljajući osjećaj konkretnosti i težine primjeren ozbiljnom tonu igre. Riječi „The“ i „Allegory“ prikazane su u punoj crnoj boji, služeći kao stabilni oslonci. Nasuprot tome, riječ „Time“ je namjerno iskrivljena kako bi predstavila paradoks koji čini srž igre. Na slovima je primjenjen i *glitch* efekt koji dodaje suptilni plavo-crveni obris na slova, sugerirajući grešku, disonancu

i neusklađenost. Uz to, rubovi slova koji se naizgled „tope“ odaju osjećaj nestabilnog vremena i stvarnosti. Kontrast između stabilnosti i distorzije obuhvaća srž narativa. Dok određeni aspekti svijeta ostaju fiksni, sama prolaznost vremena je nepouzdana. Korištena tipografija komunicira ovu nestabilnost prije nego što igrač sam sazna priču, vizualno nagovještavajući mehaniku ponavljanja, distorzije i raspleta koji igrača čeka na kraju igre.



THE TIME  
ALLEGORY

Slika 15: Logotip fiktivne igre *The Time Allegory*

## 6.2. *Hachi's adventure*

*Hachi's adventure* je sladunjavi platformer zasnovan na avanturi razigranog šteneta po imenu Hachi. Igra naglašava toplinu, udobnost i bezbrižno istraživanje, pružajući igračima svijet koji je više fokusiran na otkrivanje i odmaranje nego na izazov ili sukob. Njezin narativni ton je nježan i umiljat, stvoren kako bi pružio osjećaj opuštanja i užitka kroz živopisna okruženja i jednostavnu, zanimljivu mehaniku.



Hachi's Adventure

Slika 16: Logotip fiktivne igre *Hachi's Adventure*

Logo igre odražava taj duh ugodnosti i pristupačnosti pomoću tipografije koja odiše dječjom energijom. Za tipografiju je korišten font *Adigiana Toybox* koji odmah, na prvi pogled, signalizira razigranu i privlačnu atmosferu koja igrače čeka u igri. Tekst je prikazan u nježnoj ružičastoj boji, pojačavajući osjećaj topline. Kako bi se naglasila tema udobnosti, primjenjena je pletena tekstura, dajući logotipu kvalitetu mekoće koja podsjeća na ugodnu dekidu ili plišane igračke. U cjelini, dizajnerski odabiri stvaraju logo koji vizualno obuhvaća ton igre *Hachi's Adventure*. Sugerira svijet koji je topao i siguran za djecu, a ujedno prikladan za zabavu i odmor odraslih igrača.

### 6.3. *Tone Deaf*

*Tone Deaf* je igra zamišljena kao psihološki horor baziran na napetosti, tišini i ranjivosti. Igrači moraju rješavati slagalice i zagonetke u okruženju gdje stvaranje buke može privući pažnju čudovišta koje ih proganja. Horor se ne oslanja na spektakl ili izravno plašenje igrača, već na stvorenu atmosferu, suzdržanost i stalni pritisak da ostanu neotkriveni i sigurni.



Slika 17: Logotip fiktivne igre *Tone Deaf*

Logotip igre naglašava uznemirujuću tematiku kroz tipografske izbore. Korišten je font *Lava Pro Grunge* pomoću kojeg su nastala gruba, naizgled poderana slova, evocirajući opasnost i nelagodu. U potpunosti napisan velikim slovima, tekst ima zapovijedničku i opresivnu kvalitetu, odražavajući zagušljivu

napetost same igre. Tamnocrvena boja korištena za logo podsjeća na hrđu ili osušenu krv, čime se dodatno naglašava asocijacija na nasilje. Logo također ima blagu sjenu iza sebe, dodajući suptilnu dubinu. Navedeni odabiri rezultiraju logotipom koji momentalno komunicira žanr horora i priprema igrača na uznemirujuće iskustvo. Tipografija ne prenosi samo naslov, već uspostavlja i atmosferu nelagode, osiguravajući da logotip funkcionira kao ključan dio identiteta i narativa igre.

Istraživanje originalnih dizajna logotipa i ikonica za fiktivne igre *The Time Allegory*, *Hachi's Adventure* i *Tone Deaf* pokazuje kako tipografija i vizualni tretman mogu oblikovati ne samo percepciju naslova igre, već i cijelu narativnu atmosferu, te demonstrira koliko svaki dizajnerski odabir i odluka moraju biti namjerni i promišljeni. Svaki logotip ilustrira namjerno usklađivanje forme i koncepta: distorzija korištena u logotipu *The Time Allegory* odražava nestabilnost njezine vremensko-paradoksalne premise, razigrane teksture i zaobljeni oblici kod *Hachi's Adventure* evociraju sigurnost, udobnost i pristupačnost, dok kaotična, krvava tipografija logotipa *Tone Deaf* komunicira nelagodu, strah i opresivnu tišinu.

U konačnici, ova točka dodatno podvlači tezu rada, demonstrirajući da tipografija nikada nije neutralna. Ona je alat za pripovijedanje koji, uz promišljeno korištenje i primjenu, oblikuje način na koji publika pristupa igri, te oblikuje prvi dojam i interpretaciju igre.

## **7. Zaključak**

Tipografija u videoigrama je puno više od samo funkcionalnog ili dekorativnog elementa, ona je ključan semiotički sustav koji oblikuje percepciju, navodi narativ i razumijevanje te komunicira žanr i ton pije nego se desi ikakva interakcija s igrom. Ovaj rad pokazuje kako fontovi, tipovi slova, teksture i stilski odabiri djeluju kao značajni signali koji utječu na način na koji igrači

interpretiraju svijet igre, njezinu priču i mehaniku. Od tipografije ranih konzola ograničene mrežom piksela, sve do profinjenih, kontekstualno svjesnih dizajnova suvremenih naslova, evolucija tipografije videoigara odražava i tehnološki napredak i inovacije pomoću kojih su se stvorile sve mogućnosti za evociranje narativa i emocija.

Kroz teorijska istraživanja, ovaj rad naglašava načine na koje tipografija prenosi značenje. Proučavanje semiotike u videoigrama istaknulo je da je tekst jezik sam po sebi. Svaki izbor, od kerninga i debljine slova do boje i teksture, nosi komunikacijsku težinu. Povijesna analiza pokazala je kako su tehnološka ograničenja oblikovala tipografiju ranih igara, od kvadratastih, pikseliziranih slova arkadskih klasika, do pažljivo dizajniranih, detaljnih logotipa velikih franšiza. Kako se tehnologija poboljšavala, tako su dizajneri dobivali alate kojima su tipografiju mogli učiniti izražajnijom, omogućujući joj da funkcionira kao sastavni dio emocionalnog i kognitivnog iskustva igrača.

U konačnici, ovaj rad traži da se tipografija prepozna kao ključni alat za dizajn i analizu u razvoju videoigara. Dizajneri mogu imati značajne koristi od razumijevanja načina na koji tipografija komunicira s igračima, oblikuje prve dojmove i utječe na emocionalnu angažiranost. Fontovi nisu samo estetske odluke, već i narativni instrumenti sposobni prenošenja tona, žanra i tematskih nijansi.

## Literatura

- [1] Bringhurst, R., *The Elements of Typographic Style*, Hartley & Marks, 1992.
- [2] Capcom. (1996). *Resident Evil* [Videoigra]. Capcom.
- [3] Fox, T. (2015). *Undertale* [Videoigra]. Toby Fox.
- [4] Juul, J., *Half-Real: Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds*, MIT Press, 2005.

- [5] Konami Computer Entertainment Tokyo. (1999). Silent Hill [Logotip]. Konami.
- [6] Namco. (2005). Tekken 5 [Videoigra]. Bandai Namco Entertainment.
- [7] Naughty Dog. (1996). Crash Bandicoot [Logotip]. Sony Computer Entertainment.
- [8] Newman, J., Videogames (Second Edition), Routledge, 2017.
- [9] Pope, L. (2018). Return of the Obra Dinn [Videoigra]. 3909 LLC.
- [10] Wolf, M. J. P., The Medium of the Video Game, University of Texas Press, 2001.
- [11] Wolf, M. J. P., The Video Game Theory Reader, Routledge, 2003.
- [12] Wolf, M. J. P., The Video Game Explosion: A History from Pong to PlayStation and Beyond, Greenwood Press, 2008.
- [13] Wolf, M. J. P., Video Games Around the World, MIT Press, 2016.
- [14] <https://obradinn.com/>
- [15] <https://undertale.com/about/>
- [16] <https://www.arcade-museum.com/Videogame/tekken-5>
- [17] <https://www.quanticroad.com/en/detroit-become-human>
- [18] [https://www.researchgate.net/publication/345152877\\_The\\_association\\_of\\_typography\\_with\\_form\\_and\\_content\\_in\\_digital\\_games](https://www.researchgate.net/publication/345152877_The_association_of_typography_with_form_and_content_in_digital_games)
- [19] <https://www.sidebearings.com/the-role-of-typography-in-video-game-design/>
- [20] <https://www.thesixthaxis.com/2018/04/23/interview-building-detroit-become-humans-futuristic-world-of-androids/>

Tolić, P.

## **LOGO KAO LICE BREND: OBLIKOVANJE VIZUALNE OSOBNOSTI U MODNOJ INDUSTRIJI**

**Sažetak:** U ovom radu razmatra se uloga logotipa kao ključnog elementa vizualnog identiteta modnog brenda te njegov utjecaj na oblikovanje vizualne osobnosti brenda. Poseban naglasak stavlja se na odnos između teorijskih načela dizajna i njihove primjene u praksi, s fokusom na modnu industriju. U teorijskom dijelu rada obrađuju se pojmovi vizualnog identiteta, vrste logotipa te psihologija boja kao važni čimbenici u procesu brendiranja. Praktični dio rada prikazuje razvoj vizualnog identiteta modnog brenda *Solo Lei*, uključujući proces oblikovanja logotipa, odabir boja i tipografije te njihovu primjenu kroz vizualne primjere. Zaključno se ističe važnost dosljednog i promišljenog dizajnerskog pristupa u stvaranju prepoznatljivog modnog brenda.

**Ključne riječi:** logotip, vizualni identitet, modni brend, grafički dizajn, psihologija boja

**Podatci o autorici:** mag. grafičkog dizajna Tolić P[etra], Sveučilište u Mostaru, Akademija likovnih umjetnosti Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosna i Hercegovina, petratolic13@gmail.com

Tolić, P.

## **LOGO AS THE FACE OF THE BRAND: SHAPING VISUAL PERSONALITY IN THE FASHION INDUSTRY**

**Abstract:** This paper examines the role of the logo as a key element of a fashion brand's visual identity and its influence on shaping the brand's visual personality. Special emphasis is placed on the relationship between theoretical design principles and their application in practice, with a focus of the fashion industry. The theoretical part of the paper discusses the concepts of visual identity, logo types, and color psychology as important factors in the branding process. The practical part of the paper presents the development of the visual identity of the fashion brand *Solo Lei*, including the logo design process, color and typography selection, and their application thoughtful design approach in creating a recognizable fashion brand is emphasized.

**Key words:** logo, visual identity, fashion brand, graphic design, color psychology

**Author's data:** Master of Graphic Design Tolić P[etra], University of Mostar, Academy of Fine Arts Široki Brijeg, Alojzija Stepinca 16, 88220 Široki Brijeg, Bosnia & Herzegovina, petratic13@gmail.com

## 1. Uvod

Vizualni identitet ima ključnu ulogu u oblikovanju percepcije brenda u suvremenoj modnoj industriji. U kontekstu tržišta obilježenog snažnom konkurencijom i visokom razinom vizualne zasićenosti, prepoznatljivost i dosljednost vizualne komunikacije postaju presudni čimbenici diferencijacije. Logotip se pritom ističe kao jedan od temeljnih elemenata vizualnog identiteta, budući da predstavlja prvi kontakt između brenda i potrošača te sažima njegove vrijednosti, stil i estetsku orijentaciju. U modnoj industriji logotip ne funkcionira isključivo kao grafički znak, već kao simbol vizualne osobnosti brenda. Njegov dizajn, tipografija i boja imaju snažan komunikacijski potencijal te utječu na emocionalni doživljaj i prepoznavanje brenda u javnom prostoru. Upravo zbog toga proces oblikovanja logotipa zahtijeva promišljen dizajnerski pristup, utemeljen na teorijskim načelima vizualne komunikacije i psihologije percepcije. Cilj ovog članka jest analizirati ulogu logotipa u oblikovanju vizualnog identiteta modnih brendova, s posebnim naglaskom na njegovu estetsku, komunikacijsku i simboličku funkciju. Rad nastoji ukazati na važnost povezanosti teorijskih znanja iz područja grafičkog dizajna s njihovom praktičnom primjenom u modnoj industriji, pri čemu se logotip promatra kao ključni nositelj vizualne osobnosti brenda. U teorijskom dijelu razmatraju se temeljni pojmovi vizualnog identiteta, uloga i vrste logotipa te značaj psihologije boja u oblikovanju modnih brendova. Praktični dio rada posvećen je analizi razvoja vizualnog identiteta modnog brenda *Solo Lei*, kroz prikaz procesa oblikovanja logotipa, odabira tipografije i palete boja te njihove primjene u vizualnim primjerima. Uzimajući u obzir navedeni cilj i strukturu rada, u članku se nastoji pokazati kako dosljedno i strateški osmišljen vizualni identitet doprinosi stvaranju prepoznatljivog i autentičnog modnog brenda, te kako logotip, kao njegovo središnje obilježje, ima presudnu ulogu u izgradnji vizualne i emocionalne veze s publikom.

## **2. Logo kao temelj vizualnog identiteta**

### **2.1. Vizualni identitet**

Vizualni identitet obuhvaća skup znakova, simbola, ilustracija i kolorita kojima se oblikuje prepoznatljiv vizualni nastup tvrtke i njezine ponude. Drugim riječima, riječ je o osmišljenom dizajnerskom sustavu koji povezuje grafičke elemente i tipografiju radi jasnog vizualnog predstavljanja tvrtke, proizvoda ili usluge. Nužno je uskladiti izgled svih komunikacijskih materijala kako bi oni dosljedno prenosili iste vrijednosti, poruke i prednosti prema ciljanoj publici. Vizualni identitet ne svodi se isključivo na logotip ili internetsku stranicu, već obuhvaća cjelokupni vizualni dojam tvrtke – od promotivnih materijala i uređenja poslovnog prostora do dizajna ambalaže, etiketa te drugih prepoznatljivih elemenata poput kataloga i sličnih materijala. Svi sastavni dijelovi vizualnog identiteta zajedno čine koherentnu, marketinški usmjerenu cjelinu koja omogućuje učinkovitu komunikaciju s ciljanom publikom. [14]

### **2.2. Elementi vizualnog identiteta**

Kao što je prethodno istaknuto, vizualni identitet predstavlja cjelinu vrijednosti jedne tvrtke izraženih kroz vizualni sustav, koji obuhvaća logotip, boje, tipografiju, ilustracije, fotografiju i druge grafičke elemente. Svi se ti elementi primjenjuju u skladu s unaprijed definiranim korporativnim stilom i konceptom brenda, poštujući pritom postojeće smjernice, pravila i zakonske okvire. U području vizualnog identiteta, knjiga standarda ima iznimno važnu ulogu u uspješnom pozicioniranju na tržištu. Riječ je o dokumentu koji precizno određuje elemente vizualnog identiteta te osigurava njihovu dosljednu primjenu kroz sve komunikacijske i medijske kanale. [14]

### 2.2.1. Logo

Logo predstavlja temeljni element vizualnog identiteta, uz definirani sustav boja i tipografskih rješenja. Riječ je o grafički oblikovanom znaku koji se najčešće sastoji od zaštitnog znaka, tekstualnog dijela odnosno logotipa, ili njihove kombinacije. Zaštitni znak (engl. *trademark*) ima ulogu slikovnog simbola, dok logotip (engl. *logotype*), čiji naziv proizlazi iz riječi „type“ – pisati, označava tipografski, tekstualni dio vizualnog rješenja. Zajedničkim djelovanjem tih elemenata oblikuje se cjeloviti logo. Povijest logotipa seže u daleku prošlost, kada su rani oblici vizualne identifikacije korišteni u svrhu označavanja vlasništva ili pripadnosti. Već u civilizacijama drevnog Egipta, Mezopotamije i Grčke, upotrebljavali su se simboli i pečati za označavanje proizvoda, rukotvorina i dokumenata. U srednjem vijeku, osobito kroz razvoj heraldike, pojavljuju se grbovi i simboli koji su služili kao vizualni znakovi obiteljskog ili društvenog identiteta. Značajan preokret u razvoju logotipa dogodio se tijekom industrijske revolucije u 19. stoljeću, kada se pojavljuje potreba za jasnom i dosljednom identifikacijom robnih marki uslijed masovne proizvodnje i širenja tržišta. Tada nastaju prvi registrirani logotipi kao što su *Bass Brewery* (1876.) – jedan od prvih zakonski zaštićenih logotipa – te *Coca-Cola* (1886.), koji i danas zadržava osnovne karakteristike svojeg izvornog dizajna. [11]



Slika 1: Primjeri logotipa [15]

Logo je snažan komunikacijski alat, on nije samo grafički znak, već vizualni potpis koji prenosi vrijednosti, osobnosti, stil i filozofiju brenda. U modnoj industriji, logotipi postaju statusni simboli, imaju gotovo kulturnu ulogu. Uspješan logo je prije svega jednostavan, pamtljiv, bezvremenski i tehnički funkcionalan.

### **2.2.2. Tipografija**

Tipografija predstavlja umjetnost i vještinu oblikovanja pisanog teksta pomoću različitih tipova slova, pri čemu se koriste različite veličine slova, različiti razmaci između slova kao i različiti rasporedi elemenata na stranici. Riječ tipografija dolazi iz grčkog jezika i sastoji se od riječi *typos* što znači oblik, forma ili žig i *grafein* što znači pisati. Povijesno gledano, tipografija svoje najranije korijenje vuče iz doba antike, kada su se koristili prvi izrađeni kalupi ili matrice za izradu pečata i kovanica. U Europi je razvoj tipografije krenuo sredinom 15. stoljeća, paralelno s razvojem tiskarstva. [12]

Tipografija je često svodi na odabir estetski privlačnih fontova, no ona je u stvarnosti daleko kompleksniji i ključniji element u dizajnu identiteta brenda. Kvalitetno dizajnirana tipografija ne samo da doprinosi jačanju vizualne osobnosti brenda, već omogućava korisnicima da nesvjesno povežu odabrani font s određenim brendom. Na ovaj način, tipografija postaje ključni faktor u izgradnji prepoznatljivosti brenda.

Tipografska klasifikacija omogućava lakše razumijevanje vizualne uloge pojedinog fonta te njegovu optimalnu primjenu unutar različitih dizajnerskih konteksta. [10]

*Serifni* fontovi prepoznatljivi su po tome što završeci njihovih slova imaju male ukrasne poteze ili crtice koje nazivamo *serifima*. *Serifni* fontovi predstavljaju jednu od najstarijih skupina, no zahvaljujući svojoj čitljivosti i elegantom klasičnom izgledu zadržali su popularnost do današnjeg dana. Najpoznatiji *serif* font je *Times New Roman*. [13]



Slika 2: Font *Serif* [13]

*Sans Serif* je vrsta fonta (franc. *sans* znači bez) koja ne posjeduje serife, male ukrasne završetke na krajevima slova. Upravo iz tog razloga izgledaju modernije, jednostavnije i čišće. Među najpoznatijim ističe se font *Helvetica*, koji je postao standard u mnogim profesionalnim i korporativnim sustavima vizualne komunikacije. [13]



Slika 3: Font *Sans Serif* [13]

*Script* fontovi imitiraju rukopis, odnosno krasopis i kaligrafiju, te se odlikuju oblim i povezanim potezima koji podsjećaju na pisanje olovkom ili kistom.



Slika 4: Font *Script* [13]



Slika 5: Font *Display* [13]

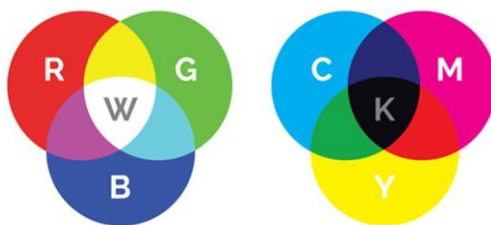
Ova skupina fontova izuzetno je dekorativna i vizualno privlačna, no zbog svoje izražene ornamentalnosti njihova primjena u dizajnu mora biti pažljivo dozirana. Neki od najpoznatijih fontova iz ove kategorije su *Liesel*, *Amarone* i *Bayamo*. [13]

*Display* fontovi obećavaju širok spektar tipografskih stilova koji se koristi prvenstveno za ukrasne i naglašene tekstualne elemente. Unutar ove skupine možemo pronaći fontove koji izgledaju poput rukopisa, fontove sa sjenama i gravurama, kao i one s namjerno izobličenim slovima, neujednačenim veličinama znakova, vrlo tankim ili izrazito podebljanim crtama. *Display* fontovi se koriste za naslove, slogane i logotipe koji žele postići snažan vizualni dojam, no ne preporučuju se u dugačkim tekstovima jer mogu narušiti čitljivost. [13]

### **2.2.3. Boja**

Boja je jedan od najsnažnijih i najutjecajnijih elemenata grafičkog dizajna, te je njezin psihološki i estetski značaj sustavno istraživao kroz različite discipline poput fizike, psihologije, umjetnosti i vizualne komunikacije. Ono što publika najčešće pamti o tvrtki ili proizvodu je upravo boja. Na primjeru *Coca-Cole*, prvo što pada na pamet je jarko crvena boja koja se najčešće interpretira kao snaga, strast i uzbuđenje. Boja igra ključnu ulogu u pomaganju tvrtkama da prenesu osobnost i vrijednosti brenda, također pridonijet će kako potrošači percipiraju brend. Prilikom biranja boja, važno je znati koju poruku želi poslati ciljnoj publici jer bojom se bude emocije i ideje. [8] Kada se govori o miješanju boja, umjetnici su uvidjeli da tradicionalni primarni kolorit ne omogućava stvaranje čitavog spektra nijansi koje su im potrebne za postizanje željenih vizualnih efekata. Zbog tih ograničenja došlo je do potrebe za redefiniranjem primarnih boja, što je rezultiralo nastankom novih sustava boja i drugačijih krugova boja koji omogućavaju širi spektar miješanja i izražavanja. U kontekstu grafičkog dizajna, posebno su važni noviji modeli boja koji se koriste u digitalnoj i tiskarskoj industriji, a to su *RGB* i *CMYK* sustavi boja, odnosno njihovi pripadajući krugovi boja. *RGB* sustav je prvi tip sinteze boja koji miješanjem osnovnih spektralnih boja dobija mnoštvo sekundarnih boja, pa je zbog toga *RGB* poznat kao aditivni model boja jer nastaje zbrajanjem svjetlosti. Aditivna sinteza boja nastaje kad se optički pomiješaju s maksimalnim intenzitetom tri zrake svjetlosti iz područja

crvene, zelene i plave boje. Ako ta obojena svjetla dovedemo na bijelu podlogu, doći će do miješanja boja, u konkretnom slučaju do aditivne sinteze. Aditivnom sintezom zelena i crvena daju žutu boju, plava i crvena purpurnu (magenta), a plava i zelena daju cijan. Potpunom aditivnom sintezom (u punom intezitetu crvene, plave i zelene) nastaje bijela boja. Upravo zbog ove sposobnosti stvaranja šireg spektra živih boja uz pomoć svjetla, *RGB* sustav se koristi kao standard u prikazu digitalnog sadržaja na ekranima, poput monitora, televizora i mobilnih uređaja. Za svaki digitalni projekt, koji uključuje prikaz na ekranu, neophodno je koristiti *RGB* model boja.



Slika 6: Sustavi boja, *RGB* i *CMYK* [7]

*CMYK* je suptraktivni sustav boja koji se koristi u tisku, a sastoji se od četiri osnovne boje: cijan (C), magenta (M), žuta (Y), crna (K). Crna (K) dolazi od izraza *key* i označava crnu tiskarsku ploču. Crna se dodaje jer kombinacijom cijana, magente i žute ne možemo dobiti čistu i duboku crnu boju, već tamnosmeđu ili sivu. Upravo zato, u procesu tiska koristi se dodatna crna tinta radi postizanja kontrasta. Ove boje djeluju na principu oduzimanja svjetlosti - pigmenti apsorbiraju određene valne duljine, a reflektiraju ostale, što omogućuje stvaranje raznih boja. Kombinacijom triju osnovnih boja nastaju sekundarne. Npr. žuta i magenta daju crvenu, magenta i cijan plavu, dok se sve tri preklapanjem stapaju u crnu ili tamnosivu boja. *CMYK* model se primjenjuje za sve tiskane materijale od plakata, brošura i ambalaža do časopisa i knjiga. Zbog razlike između ova dva sustava, dizajner mora pažljivo prilagoditi boje s onim što je prikazano na ekranu kako bi konačan proizvod što vjernije odgovarao toj slici. [7]

### **3. Ikone modne industrije: primjeri legendarnih logotipa**

#### **3.1. Analiza vizualnog identiteta modnih brendova kroz klasifikaciju sedam tipova logotipa**

Moda nije samo funkcionalno pokrivanje tijela, već je prvenstveno sredstvo izražavanja osobnosti, društvenih uloga, vrijednosti i stavova. Odijevanje, kao svjesno ili nesvjesno biranje određenih odjevnih predmeta, boja, krojeva i dodataka, postaje način na koji pojedinac komunicira s okolinom. Svakodnevni odabir odjeće često prenosi informacije o spolu, dobi, profesiji, kulturi, statusu, ali i unutarnjim stanjima, afinitetima i identitetima. Kao vizualni i simbolički jezik, moda je snažan alat neverbalne komunikacije. Prema teoretičarima mode, odijevanje djeluje kao sustav znakova koji, poput jezika, omogućuje izražavanje poruka i identifikaciju unutar društvenih mreža. [1]

U tom komunikacijskom okviru, logotipi zauzimaju posebno važno mjesto. Oni su prvi vizualni kontakt potrošača s brendom i često ostaju najupečatljiviji simbol tog odnosa. Kvalitetno oblikovan logotip ima sposobnost kodiranja značenja, prenošenja emocionalnog tona i stvaranja dugotrajne povezanosti s publikom. U modnoj industriji, gdje je estetika izuzetno važna, logotip predstavlja više od znaka – on je aktivni nositelj identiteta i simbol prestiža, ukusa i vrijednosti. U skladu s dizajnerskom teorijom i praksom, logotipi se mogu klasificirati u sedam osnovnih tipova (koji će biti prikazani u nastavku), pri čemu svaki tip nosi određene komunikacijske značajke koje modni brendovi koriste za izražavanje svoje osobnosti i diferencijaciju na tržištu.

##### **3.1.1. *Wordmark* (tekstualni logotip)**

*Wordmark*, odnosno tekstualni logotip, predstavlja najjednostavniji oblik logotipa koji se temelji isključivo na prikazu imena brenda u tipografski prepoznatljivom obliku. Logotip ne sadrži simbole, ikone ili dodatne grafičke

elemente – njegova vizualna snaga proizlazi iz same tipografije, njene forme, boje i razmaka među slovima. Upravo zahvaljujući svojoj jasnoći, ovakav tip logotipa lako se pamti, čita i prenosi jasnu poruku identiteta brenda. [9]



Slika 7: ZARA logotip [9]

### 3.1.2. *Lettermark* (inicijalni logotip)

*Lettermark*, odnosno inicijalni logotip, predstavlja oblik logotipa koji se sastoji isključivo od početnih slova (inicijala) naziva brenda. Ova vrsta logotipa osobito je pogodna za brendove s dugim ili složenim nazivima, jer omogućuje jednostavno, pamtljivo i vizualno elegantno predstavljanje brenda kroz skraćenu formu. Ključna prednost inicijalnih logotipa leži u njihovoj sposobnosti da zadrže identitet brenda, ali u kompaktnijem obliku, koji se lako reproducira na različitim medijima i površinama. [9] Jedan od najpoznatijih primjera u svijetu mode je YSL, inicijalni logotip luksuznog francuskog brenda *Yves Saint Laurent*. Ovaj logotip uveo je revoluciju u vizualnu komunikaciju modnih kuća.



Slika 8: YSL logotip [9]

### 3.1.3. Piktogram (simbol bez teksta)

Upečatljiv primjer piktograma u modnoj industriji dolazi iz vizualnog identiteta brenda *Adidas*, koji koristi dva snažna grafička simbola: Trefoil logotip i tri paralelne linije. Oba logotipa predstavljaju brend bez potrebe za tekstualnim dodatkom i postali su univerzalno prepoznatljivi simboli u sportskom i *lifestyle* segmentu. Trefoil se koristi primarno za *Adidas Originals* liniju. Tri paralelne linije, koje se često pojavljuju samostalno na odjeći i obući, predstavljaju snagu, izdržljivost i uspon – ideju postizanja ciljeva kroz trud i kretanje. [9]



Slika 9: *Adidas* logotip [9]

### 3.1.4. Kombinirani logotip (tekst + simbol)

Kombinirani logotip predstavlja spoj dvaju ključnih elemenata vizualne identifikacije brenda – tekstualnog dijela (najčešće naziva brenda) i grafičkog simbola. Ovakav tip logotipa koristi prednosti oba oblika izražavanja: jasnoću i informativnost teksta te emocionalnu i simboličku snagu vizualnog znaka. Kombinacija omogućuje brendu da istovremeno komunicira svoju osobnost na dvije razine – racionalnoj i emocionalnoj. [2] Jedan od zapaženih primjera kombiniranog logotipa je logotip luksuznog talijanskog brenda *Giorgio Armani*.



Slika 10: *Giorgio Armani* logotip [2]

### 3.1.5. Amblem (logotip unutar oblika)

Amblem je tip logotipa u kojem su tekstualni i vizualni elementi objedinjeni unutar zatvorenog oblika ili okvira – poput kruga, štita, grba ili drugog geometrijskog oblika. Ovaj tip logotipa često prenosi osjećaj tradicije i prestiža te se povezuje s naslijeđem, poviješću i ekskluzivnošću. [9] Jedan od najsnažnijih primjera amblema je logotip talijanskog luksuznog brenda *Versace*, prikazuje mitološku figuru glave Meduze smještene unutar kružnog oblika.

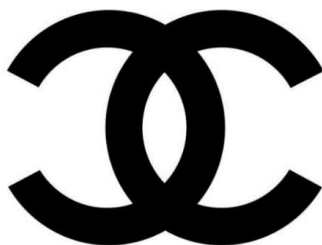


Slika 11: Versace logotip [9]

### 3.1.6. Apstraktni logotip

Apstraktni logotip je vrsta logotipa koji koristi oblik ili simbol koji nema neposredno prepoznatljivo značenje, već djeluje na razini asocijacija, stila i osjećaja. [9]

Jedan od najuspješnijih primjera apstraktnog logotipa u modnoj industriji je logotip brenda *Chanel*, koji se sastoji od dva međusobno preklapljenog slova „C“ – inicijala osnivačice brenda, *Coco Chanel*. [3]



Slika 12: Chanel logotip [3]

### 3.1.7. Maskota (personificirani lik)

Maskota kao oblik logotipa uključuje personificirani lik – životinju, čovjeka ili fantastično biće koji postaje simbol i komunikacijski predstavnik brenda. Ovaj logotip prenosi osobnost, vrijednosti i emocionalnu dimenziju brenda na poseban način, često izazivajući simpatiju i bliskost kod publike. [2] Jedan od primjera je logotip luksuzne pariške modne kuće *Lanvin*.



Slika 13: *Lanvin* logotip [2]

### 3.2. Boja koja se pamti: psihologija boja u modnom dizajnu

U kontekstu modnog dizajna i brendiranja, boje igraju ključnu ulogu ne samo u estetskom oblikovanju proizvoda, već i u stvaranju emocionalnog odgovora kod potrošača. Svaka boja nosi specifičnu simboliku i izaziva određene psihološke reakcije, što se u marketingu i dizajnu koristi kako bi se oblikovala percepcija brenda i stvorila emocionalna veza s publikom. [3]

Psihologija boja bavi se proučavanjem učinaka koje različite boje imaju na ljudsku psihu i ponašanje. U modnoj industriji, odabir boje nije slučajan – on se pažljivo bira kako bi se odrazila osobnost brenda, ciljana publika, poruka proizvoda ili kolekcije, te osjećaji koje se želi pobuditi kod potrošača. [9]

#### 3.2.1. Crna

Crna boja u modnoj industriji simbolizira eleganciju, bezvremenost i luksuz, ali i suzdržanost i kontrolu. *Rick Owens*, poznat po svom mračnom i esperimentalnom pristupu modi, koristi crnu kao osnovnu boju gotovo svih

kolekcija. [5] U modnoj industriji crna boja simbolizira luksuz, moć, ozbiljnost, sofisticiranost, autoritet, a često se povezuje s brendovima poput *Chanel*, *Prada*, *Givenchy*, *Balenciaga*, *Rick Owens*.



Slika 14: Kolekcija *Rick Owens* [5]

### 3.2.2. Narančasta

*Hermès* koristi citrusnu narančastu kao prepoznatljivu boju svojih kutija i pakiranja. Danas, *Hermès narančasta* simbolizira naslijeđe, vitalnost i luksuznu eleganciju u modernom ruhu. [6] Također, u primjeru brenda *Hermès* narančasta boja simbolizira energiju, optimizam i tradiciju.



Slika 15: Logo brenda *Hermès* [6]

### 3.2.3. Zelena

Brend *Bottega Veneta* snažno se vizualno ističe svojom živom, intenzivnom zelenom bojom koja je postala sinonim za njihovu novu kreativnu fazu. [9] Značenje boje povezuje se sa svježinom, mladošću, povezanošću s prirodom i suvremenosti, što se može vidjeti na primjeru brenda *Bottega Veneta*.



Slika 16: *Bottega Veneta* [9]



Slika 17: *Bottega Veneta* – vizual [9]

### 3.2.4. Ružičasta

Dok je crvena bila dugogodišnja boja brenda *Valentino*, 2022. godine predstavljena je nova nijansa – *Valentino Pink PP*, jarko ružičasta boja razvijena u suradnji s *Pantoneom*. *Valentino Pink* postao je *statement* boja nove generacije – upečatljiva, snažna i ikonična, a cijele kolekcije bile su izrađene upravo u toj jedinstvenoj nijansi. [4] Značenje ove boje obuhvaća strastvenu ženstvenost, mladenačku energiju i individualnost, a primjer je brend *Valentino*.



Slika 18: *Valentino Pink PP* [4]

## **4. Oblikovanje vlastitog modnog brenda i vizualnog identiteta**

### **4.1. Konceptualna osnova i vizualna strategija**

Prvi korak u kreiranju logotipa *Solo Lei* bio je detaljno definiranje identiteta brenda, njegove temeljne vrijednosti, ciljne estetike i karaktera. Naziv brenda *Solo Lei*, što u prijevodu s talijanskog znači „samo ona“, usmjeren je na žensku publiku te simbolizira individualnost, samosvijest i estetsku profinjenost. U inicijalnoj fazi razvijen je *moodboard* koji vizualno definira svijet brenda. *Moodboard* prikazuje atmosferu sofisticirane modne elegancije kroz motive luksuznih tekstura, minimalističkih modnih fotografija te kolorita koji spaja nježnost i snagu. Time je postavljen estetski temelj za daljnji razvoj logotipa.

### **4.2. Proces oblikovanja logotipa: od ideje do znaka**

Na temelju vizualnih smjernica iz *moodboarda* započet je kreativni proces oblikovanja logotipa. Primarni logotip brenda sastoji se od tipografskog znaka s nazivom brenda i monograma unutar stilizirane elipse. Iznad glavnog tipografskog znaka smješten je monogram koji se sastoji od riječi *lei* stilizirane unutar vertikalno postavljene elipse. Elipsa predstavlja cjelovitost, harmoniju i nježnost. Primarni logotip brenda *Solo Lei* pripada kategoriji kombiniranih znakova jer u sebi objedinjuje tipografski i simbolički element. Sekundarni logotip predstavlja pojednostavljenu verziju primarnog znaka, sačinjenu isključivo od tipografskog prikaza imena brenda. Njegova snaga leži u čitljivosti, jasnoći i fleksibilnosti promjene. Treća verzija logotipa brenda *Solo Lei* oblikovana je kao monogram, smješten unutar stilizirane elipse.

### **4.3. Primjena dizajna**

Primarni je cilj demonstrirati na koji način definirani vizualni elementi – logotip, tipografija, koloristička paleta i grafički uzorci – pronalaze svoju primjenu u stvarnom i digitalnom okruženju, osiguravajući konzistentnost i prepoznatljivost brenda u svim komunikacijskim kanalima.



Slika 19: Vizitke brenda

Repetitivna primjena znaka *lei* na poleđini vizitke u boji fuksije stvara vizualni ritam i uvodi dekorativnu dimenziju bez narušavanja primarne funkcionalnosti. Boja fuksije u ovom kontekstu djeluje kao kontrapunkt ozbiljnosti crne i neutralnosti bijele, dodajući brendu emocionalnu toplinu, suvremenost i određenu razigranost. Etiketa brenda *Solo Lei* osmišljena je kao važan element vizualnog identiteta koji nadilazi isključivo informativnu funkciju.



Slika 20: Etikete za modni brend



Slika 21: Dizajn kartonske kutije

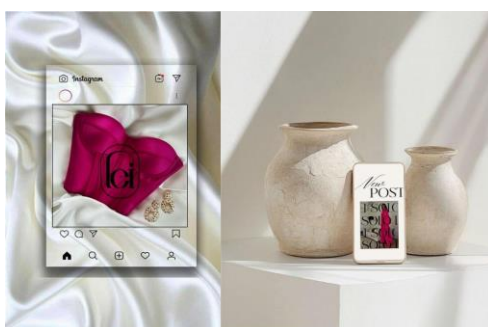
Unutrašnjost kutije dodatno je naglašena atraktivnim dizajnom. Ovakav detalj značajno mijenja vizualni doživljaj, unosi dinamiku, razbija monotoniju i naglašava *brand kod*, jer se boja fuksije dosljedno provlači kroz kompletan vizualni identitet.

Reklama koristi snažan kontrast između hladnih sivih tonova prostora i toplih tonova koje donosi sam model, čime se osigurava dinamika u percepciji. Ovakva kompozicija omogućava da logo bude jasno vidljiv u kontekstu okoline.



Slika 22: Reklama za modni brend

Paleta boja koja se koristi u ovoj slici, od fuksije do zlatne, jasno komunicira senzualnost i sofisticiranost, dok sam dizajn reklame ne oduzima pažnju od proizvoda. Strateški postavljeni logo brenda *Solo Lei* u sredini slike osigurava besprijekornu integraciju u vizualnu kompoziciju, dok istovremeno omogućuje visoku prepoznatljivost brenda. Na drugoj slici ključna karakteristika je repetitivno korištenje sekundarnog logotipa brenda. Ovaj zamjenski postupak stvara dinamičan vizualni ritam te gradi snažan vizualni identitet koji se urezuje u percepciju gledatelja.



Slika 23: Primjeri Instagram oglasa

## 5. Zaključak

Vizualni identitet, a osobito logotip, ima presudnu ulogu u pozicioniranju modnog brenda na tržištu i oblikovanju njegovog imidža. Analiza povijesnih i suvremenih primjera pokazala je da uspješan logotip nadilazi estetsku funkciju te postaje simbol vrijednosti, stila i emocionalne povezanosti između brenda i potrošača.

Kroz proces oblikovanja vlastitog modnog brenda i vizualnog identiteta, potvrđeno je kako dosljedna primjena dizajnerskih principa, pažljiv odabir tipografije, boja i grafičkih elemenata rezultira prepoznatljivim i funkcionalnim vizualnim rješenjem.

Kao što lice čini čovjeka prepoznatljivim, tako i logo daje brendu njegov vizualni identitet. On postaje prvo što publika primjećuje, nositelj prepoznatljivosti i temeljni element vizualnog identiteta u modnoj industriji.

## Literatura

- [1] Barnard, M., Fashion as Communication. 2nd ed. London: Routledge; 2002.
- [2] Hines, T., Bruce M., Fashion Marketing: Contemporary Issues. 2nd ed. Butterworth-Heinemann, Oxford 2007.
- [3] Jansson-Boyd, CV., Consumer Psychology, McGraw-Hill Education, Maidenhead, 2010.
- [4] Kapferer, JN., The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking, 6th ed., Kogan Page, London, 2017.
- [5] Labrecque LI, Milne GR. Exciting red and competent blue: the importance of color in marketing. J Acad Mark Sci. 2013;40(5):711–27.
- [6] Okonkwo, U., Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques, Palgrave Macmillan, New York, 2007.

- [7] Tahnofer, N., O boji, Novi Liber d.o.o, Zagreb, 2008.
- [8] Tomiša, M., Određivanje kvalitativnih kriterija dizajna grafičkoga proizvoda u procesu grafičke komunikacije, Doktorski rad, Grafički fakultet, Zagreb, 2012.
- [9] Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. Hoboken: Wiley; 2017.
- [10] <https://careerfoundry.com/en/blog/ui-design/beginners-guide-to-typography/>
- [11] <https://en.wikipedia.org/wiki/Logo>
- [12] <https://hr.wikipedia.org/wiki/Tipografija>
- [13] <https://zale.hr/tipografija-zasto-je-vazna/>
- [14] <https://zale.hr/vizualni-identitet-definicija-elementi-i-savjeti/>
- [15] <https://www.pinterest.com/pin/820851469627880484/>

## **UPUTE AUTORIMA**

**Jezik:** Hrvatski i engleski.

**Koristiti MS Word.**

**Format papira:** A4 (297 × 210 mm).

**Font:** Arial

**Margine:** gornja (top) 5,0 cm; donja (bottom) 5,0 cm; lijeva (left) 3,75 cm i desna (right) 3,75 cm.

**Pripremiti na prvoj stranici sažetak, ključne riječi i podatke o autorima na hrvatskom jeziku:**

Najprije se piše prezime autora, zatim prvo slovo imena veličinom 12 pts, poravnato uz lijevu marginu.

U sljedećem retku se piše naslov (maksimalno 12 riječi) velikim slovima, veličinom 13 pts, boldiran, poravnat uz lijevu marginu.

Nakon jednoga praznog retka piše se sažetak (maksimalno 150 riječi) s proredom 1,5, veličinom 11 pts, poravnat s obje strane.

Nakon praznoga retka pišu se ključne riječi (od 4 do 7 riječi), veličinom 11 pts, poravnat s obje strane.

Nakon praznoga retka na kraju se pišu podatci o autorima veličinom 11 pts.

**Na drugoj stranici napisati na engleskom jeziku sve podatke naznačene na prvoj stranici (abstract, key words, authors data):**

Podatci na drugoj stranici na engleskom jeziku pišu se na isti način kao podatci na prvoj stranici na hrvatskom jeziku. Ako je članak napisan na engleskom jeziku, na prvoj stranici su svi naznačeni podatci na engleskom jeziku, a na drugoj na hrvatskom jeziku.

**Tekst članka počinje se pisati na trećoj stranici.**

**Naslovi točkaka u članku:** 12 pts boldirano, velika i mala slova, poravnati lijevo.

**Podnaslovi točkaka u članku:** 12 pts boldirano, poravnati lijevo.

**Tekst:** Pisati u jednom stupcu s proredom 1,5, veličina slova 11 pts, poravnato s obje strane, izbjegavati kratice, a svi odlomci počinju bez uvlaka.

**Ukupan broj stranica:** paran, od 6 do 24 stranice (osim ako uredništvo časopisa ne odluči da članak može imati više stranica).

**Fotografije i skenirani crteži trebaju biti visoke kvalitete.**

**Naslov slike (tablice) postavljati ispod svake slike (tablice), centrirano, s istim fontom i veličinom kao i tekst.**

**Obvezan je „Zaključak“ na kraju članka kao posljednja točka, prije navoda literature.**

**Literatura:** minimalno 5 navoda literature, maksimalno 20 navoda literature.

Kod navoda literature koristi se stil „Vancouver sa zagradama“. Naznačuje se autorovo prezime i prvo slovo imena, naslov članka, naziv časopisa, zbornika ili knjige, redni broj časopisa ili zbornika iz kojeg je članak preuzet, brojevi stranica na kojima je članak izložen u časopisu ili zborniku, glavni urednik, nakladnik koji je izdao časopis, zbornik ili knjigu, te mjesto izdanja i na koncu godina izdanja. Ako publikacija ima više autora navode se na isti način (prezime i prvo slovo imena). Popis literature treba se napisati po abecednom redu autora (abecedni red prezimena), s tim da su radovi istih autora poredani kronološki. Internetski navodi literature stavljaju se na kraju.

**Odrađeni članak po ovim uputama autori trebaju poslati na e-mail: [alu@sum.ba](mailto:alu@sum.ba)**