

Utjecaj tehnologije na promjene u grafičkom oblikovanju nakladničkog proizvoda: istraživanje modnih časopisa u Republici Hrvatskoj od 1950 do danas

Rečić, Helena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:623529>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Nakladništva

Helena Rečić

**Utjecaj tehnologije na promjene u grafičkom oblikovanju
nakladničkog proizvoda: istraživanje modnih časopisa u Republici
Hrvatskoj od 1950. do danas**

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Josipa Selthofer

Osijek, 2022.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za informacijske znanosti

Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Nakladništva

Helena Rečić

**Utjecaj tehnologije na promjene u grafičkom oblikovanju
nakladničkog proizvoda: istraživanje modnih časopisa u Republici
Hrvatskoj od 1950. do danas**

Društvene znanosti, Informacijske i komunikacijske znanosti

Informacijski sustavi i informatologija

Mentor: doc. dr. sc. Josipa Selthofer

Osijek, 2022.

Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasna da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, 28. lipnja 2022.



Rečić Helena, 0269096447

Sažetak

Svrha ovoga rada je dati uvid kako je uporaba tehnologije utjecala na promjene u grafičkom oblikovanju modnih časopisa u Hrvatskoj u razdoblju od 1950-ih godina pa sve do danas. U prvom, teorijskom dijelu rada definiraju se i opisuju pojmovi poput grafičkog oblikovanja i industrije općenito, pojava i utjecaj digitalne revolucije i informacijsko komunikacijske tehnologije, zatim časopis kao serijska publikacija, dizajn časopisa i njegov vizualni identitet. Na kraju prvog, teorijskog dijela rada, daje se kratak povijesni pregled modnih časopisa u Hrvatskoj. Drugi, istraživački dio rada, proučava modni časopis *Svijet* koji je ujedno i najdugovječniji ženski modni časopis na prostoru Hrvatske. Zaključci su doneseni temeljem istraživanja 46 brojeva tiskanog izdanja časopisa *Svijet* u razdoblju od 1950-ih do danas.

Cilj rada je analizirati i usporediti vizualne grafičke karakteristike oblikovanja naslovnice i unutarnjih stranica modnog časopisa *Svijet* u razdoblju od 1950. do danas. Metodologija korištena prilikom ovog istraživanja je vizualna sadržajna analiza. Uzorak istraživanja razdoblje je od 66 godina – od 1953. do 2020. godine izuzimajući 1993. godinu, s obzirom da u toj godini časopis *Svijet* nije izlazio. Slučajnim odabirom iz svake je godine odabrano 6 časopisa, stoga slučajan uzorak broji 396 jedinki, odnosno brojeva časopisa. Od njih 396, analizirano je 46 časopisa što čini 11.62% slučajnog uzorka.

Ključne riječi: *Svijet*, modni časopis, grafičko oblikovanje, vizualni identitet

Sadržaj

1. Uvod	6
2. Grafičko oblikovanje i industrija	7
3. Što je časopis?	11
3.2. Vizualni identitet časopisa	15
3.2.1. Grafički elementi časopisa	16
4. Modni časopisi u Hrvatskoj	18
4.1. Modni časopis <i>Svijet</i>	19
5. Istraživanje	22
5.1. Svrha istraživanja	22
5.2. Metodologija i uzorak istraživanja	23
5.3. Rezultati istraživanja	25
6. Zaključak	37
7. Popis literature	40
8. Prilozi	43

1. Uvod

Grafičko oblikovanje ostvaruje vizualnu komunikaciju s ciljem prenošenja ideje ili poruke, a sve u svrhu informiranja, educiranja ili uvjeravanja.¹ Tema ovoga rada je dati uvid kako su tehnološka dostignuća utjecala na promjene u grafičkom oblikovanju modnih časopisa u Hrvatskoj u razdoblju od 1950-ih godina pa sve do danas. U ovom se radu analiziraju i uspoređuju vizualne grafičke karakteristike oblikovanja naslovnice i unutarnjih stranica modnog časopisa *Svijet* u razdoblju od 1950. do 2020. godine. Rad je podijeljen u dva dijela - teorijski i istraživački dio.

U prvom teorijskom dijelu rada definiraju se pojmovi i objašnjavaju utjecaji o grafičkom oblikovanju i industriji općenito. Poglavlje grafičkog oblikovanja i digitalne revolucije definira i govori o pojavi digitalne revolucije i informacijsko komunikacijske tehnologije, odnosno o prijelazu s mehaničke i analogne tehnologije u digitalnu osvrćući se na kontekst grafičkog oblikovanja. Osim toga, opisan je i način grafičke pripreme nakladničkog proizvoda, prije i nakon uvođenja novih tehnoloških dostignuća u proces grafičke pripreme nakladničkog proizvoda. Nadalje, definirat će se časopis kao serijska publikacija, kada se pojavljuje i što su njihove glavne karakteristike. Objasniti će se karakteristike grafičkog oblikovanja časopisa, njegov vizualni identitet i osnovni grafički elementi časopisa. Četvrto poglavlje opisuje pojavu modnih časopisa na području Hrvatske uz navod najznačajnijih modnih časopisa koji su kroz povijest imali utjecaja na žensku čitateljsku publiku. Na kraju četvrtog poglavlja donosi se teorijski pregled modnog časopisa *Svijet* koji će biti analiziran.

Drugi, istraživački dio rada usmjeren je prema istraživanju promjena u grafičkom oblikovanju modnog časopisa *Svijet*. Istraživački dio je podijeljen u dva dijela – analiza elemenata grafičkog oblikovanja naslovnice, te analiza elemenata grafičkog oblikovanja unutarnjih stranica. Analizirani elementi naslovnice su: glava sa zaglavljem, tipografija i slikovni elementi s pripadajućim svojstvima. Analizirani elementi unutarnjih stranica su: boja, tipografija, slikovni elementi i organizacija stranica s pripadajućim svojstvima. Pomoću analiziranih elemenata doneseni su zaključci na kraju rada.

¹ Usp. Graphic design. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/Early-printing-and-graphic-design> (2022-05-30)

2. Grafičko oblikovanje i industrija

Svaka publikacija koja će se objaviti, bila ona u tiskanom ili elektroničkom obliku, mora biti primjereno grafički oblikovana. Grafičko oblikovanje se definira na različite načine, ali ono „*podrazumijeva likovno - grafičko oblikovanje svih grafičkih proizvoda, neovisno o upotrebi, obliku i materijalu izrade*“.² Ono što se posebno može naglasiti jest činjenica kako je to jedan poseban i kreativni proces koji sa sobom nosi kombinaciju umjetnosti i tehnologije za prenošenje ideja. U tom procesu, dizajner se koristi različitim komunikacijskim alatima kako bi se poruka prenijela od klijenta do ciljane publike.³ S obzirom na to, taj se grafički komunikacijski proces sastoji od tri glavne komponente: pošiljatelja (grafički proizvod), kanala i primatelja (čitatelj grafičkog proizvoda).⁴ Te se grafičke poruke nalaze oko nas u svakodnevnom životu. Grafički dizajneri nastoje pridobiti pažnju publike svojim vizualnim porukama bilo da su one jednostavne i na prvi pogled jasne, ili možda imaju neko dvostruko značenje. Cjelokupni proces grafičkog oblikovanja razvija se od doba Gutenberga i tiskanja njegove poznate Biblije u 42 retka koje je završeno 1455. godine.⁵ Krajem 19.st. grafičko oblikovanje doživljava procvat kroz produkciju plakata. Nakon 2. svjetskog rata, pa sve do kasnih 50-ih godina, grafičko oblikovanje se koristi u marketinške svrhe i upravo zbog povećane potrebe za istim, dolazi do specijalizacije i od tada se prepoznaje kao zasebna profesija, a ne samo kao jedna grana u dizajnerskom području.⁶

Grafička industrija definira se kao „*skup svih ljudskih djelatnosti koje su okrenute procesu izrade grafičkog proizvoda, tj. procesu umnažanja informacije na odgovarajućem materijalu koji je najčešće papir*“.⁷ Ukoliko dođe do umnažanja tih informacija dobit ćemo grafički proizvod koji će biti otisnut odgovarajućom tiskarskom tehnikom na odgovarajuću tiskarsku podlogu.⁸ Grafička industrija je industrijska grana kojoj pripadaju knjigoveštvo, prerada papira te proizvodnja papirne

² Usp. Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju – Split. URL: <http://gogss.hr/profjukic/graficka-tehnologija-2/> (2022-04-13)

³ Usp. The University of Mississippi. What is Graphic Design? URL: <https://art.olemiss.edu/what-is-graphic-design/> (2022-04-13)

⁴ Usp. Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju – Split. URL: <http://gogss.hr/profjukic/graficka-tehnologija-2/> (2022-04-13)

⁵ Usp. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb : Matica hrvatska, 2006., Str. 350-352.

⁶ Usp. Sinković, Nikola. Grafički dizajn, 4. svibnja 2015. URL: <https://www.nikolasinkovic.com/graficki-dizajn/> (2022-04-13)

⁷ Usp. Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju – Split. URL: <http://gogss.hr/profjukic/graficka-tehnologija-2/> (2022-04-13)

⁸ Isto.

konfekcije i ambalaža od kartona i ljepenke.⁹ Glavni dijelovi grafičke proizvodnje su: grafička priprema, tisak i grafička dorada.¹⁰

2.1. Grafičko oblikovanje i digitalna revolucija

Tehnološka dostignuća se velikom brzinom mijenjaju i usavršavaju i samim tim donose promjene, koje u konačnici utječu na cijelo društvo. Digitalna revolucija započela je u drugoj polovici 20.st. i odnosila se na prijelaz i razvoj sa mehaničke i analogne tehnologije u digitalnu. Ono što je karakteristično za digitalnu tehnologiju jest da se kontinuirano i užurbano transformira te na taj način povećava produktivnost u svim sektorima i industrijama. Digitalnom revolucijom započinje i tzv. informacijsko doba jer je zauvijek promijenila način na koji se koriste i razmjenjuju informacije.¹¹ U tom kontekstu vrlo je važno spomenuti informacijsku tehnologiju (*information technology* - IT) te informacijsko komunikacijsku tehnologiju (*information and communication technology* - ICT). Pod pojmom informacijske tehnologije (*information technology* - IT) misli se na tehnologije koje u svom radu koriste računala u svrhu prikupljanja, obrade, pohrane, zaštite i prijenosa informacija.¹² Pod pojmom informacijsko komunikacijske tehnologije (*information and communication technology* – ICT) podrazumijevaju se tehnička sredstva koja se koriste za rukovanje informacijama i za omogućavanje komunikacije. Kao takva ona se sastoji od svega onoga što počiva na mrežnim tehnologijama kao što su informacijska tehnologija, elektronički mediji, telefonija i sl.¹³ Početak informacijsko komunikacijske tehnologije seže u 15. stoljeće gdje je izumljen tiskarski stroj koji je uvelike utjecao na širenje pismenosti i na društveni napredak. No, pravi početak se bilježi u prvoj polovici 20.st. koje je obilježilo otkriće telefona, telegrafa, radija i televizije.¹⁴ Digitalna revolucija, a može se reći i ICT revolucija razvijale su se usporedno tako što su kroz proces digitalizacije prolazili analogni uređaji koji su imali svrhu komunikacije i prijenosa informacija. Slijedom različitih događaja

⁹ Usp. Grafička industrija. // Hrvatska tehnička enciklopedija. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2022. URL: <https://tehnika.lzmk.hr/graficka-industrija/> (2022-05-30)

¹⁰ Isto.

¹¹ Usp. What is the digital revolution? URL: <https://courses.reaktor.education/en/courses/digital-revolution/the-digital-revolution/what-is-the-digital-revolution/> (2022-04-13)

¹² Usp. Čelebić, Gorana; Rendulić, Dario Ilija. ITdesk.info – projekt računalne e-edukacije sa slobodnim pristupom - Priručnik za digitalnu pismenost: Osnovni pojmovi informacijske i komunikacijske tehnologije. Zagreb: Otvoreno društvo za razmjenu ideja (ODRAZI), 2011., Str. 21.

¹³ Isto.

¹⁴ Usp. Informacijska i komunikacijska tehnologija. // Hrvatska enciklopedija, 2022. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27406>

stvorilo se digitalno pismeno društvo koje se sada može vidjeti. Neki od tih događaja su slijedeći: do 50-ih i 60-ih godina računala su se počela koristiti za upravljanje složenijim podacima i funkcijama, javnost se upoznala s početnim konceptima interneta slanjem poruke preko ARPANET-a 1969. godine te najveća prekretnica 1989. – stvaranje World Wide Web-a.¹⁵

Sve do kasnog 20. st. grafičko oblikovanje se temeljilo na procesima koji su se obavljali ručno kao što su rasporedi (*layouts*) koji su crtani rukom kako bi se vizualizirao dizajn te tipografija koja bi se odredila i naručivala od slagara.¹⁶ Primjerice, do početka 16. stoljeća slikovni prikazi, odnosno u to vrijeme ilustracije, crtane su nakon što se tekst tiskao.¹⁷ 1970-ih godina razvijaju se novi alati za grafičko oblikovanje, a prvo grafičko računalno sučelje - GUI (*graphic user interface*) stvorio je Alan Kay 1972. godine.¹⁸ Međutim, tijekom 80-ih i ranih 90-ih godina digitalnom revolucijom drastično se mijenja i grafičko oblikovanje jer su alati za oblikovanje dani dizajnerima i tu je nastupilo razdoblje eksperimentiranja u dizajnu. U 21. stoljeću grafičko oblikovanje je sveprisutno, a brzi i drastični napredak tehnologije promijenio je način na koji se dizajn stvara i distribuira masovnoj publici.¹⁹

S obzirom na tehnološka dostignuća koja su utjecala na unaprjeđenje i promjene u grafičkom oblikovanju, isti utjecaj su ta dostignuća imala i na unaprjeđenje procesa u grafičkoj proizvodnji i tehnologiji otiskivanja nakladničkog proizvoda. Grafička priprema se može podijeliti u nekoliko faza - oblikovanje i obrada teksta i ilustracija, povezivanje istih u cjelinu (prijelom) te na kraju kao zadnja faza izrada tiskovne forme.²⁰ Kroz povijest, ona se dijelila na olovni (Gutenbergova pomična slova), zatim foto slog i na kraju računalni slog (*Desktop publishing*). Olovni je bio karakterističan za stare tehnike knjigotiska i pomoću njega se mogla izrađivati tiskovna forma ručno ili strojno. Kod foto sloga je karakteristično što se tekst unosi pomoću tipkovnice te se tekst grafički prikazuje na ekranu. Na samom kraju stolno izdavaštvo ili desktop publishing (DTP) u potpunosti je promijenilo način grafičke pripreme. Kod takvog se načina oblikovanje za tisak izvodi na osobnom računalu uz pomoć odgovarajućih programa. Za razliku od prethodna dva primjera, kod ovog načina točno vidimo što će

¹⁵ Isto.

¹⁶ Usp. The digital revolution. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/The-digital-revolution> (2022-04-13)

¹⁷ Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 405-409.

¹⁸ Usp. Velagić, Zoran...[et.al.]. Elektroničko nakladništvo? Zagreb : Naklada Ljevak, 2017., str. 110.

¹⁹ Usp. The digital revolution. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/The-digital-revolution> (2022-04-13)

²⁰ Usp. Grafička tehnologija. // Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=23033> (2022-04-14)

se na kraju tiskati i takav je način u svijetu poznat pod nazivom *What you see is what you get* (WYSIWYG), ali isto tako olakšano je obavljanje zadataka koji zahtijevaju kompliciraniju opremu i puno više ljudskog resursa. Osim toga, pomoću takve pripreme olakšava se i ubrzava obrada, ubacivanje i manipulacija ilustracijama i fotografijama, njihova komunikacija s tekstom, oblikovanje tipografije i sl.²¹

²¹ Usp. Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju – Split. URL: <http://gogss.hr/profjukic/graficka-tehnologija-2/> (2022-04-13)

3. Što je časopis?

Serijske publikacije, kojima pripada i časopis, kontinuirana su izdanja koja nemaju unaprijed određen kraj izlaženja, izlaze u redovitim razmacima i u pravilu sadrže zasebne članke.²² Serijske publikacije obuhvaćaju časopise, revije, magazine, novine, godišnjake i nizove knjiga.²³ Časopisi su široka vrsta serijskih publikacija, a pritom se misli na to kako mogu biti usmjereni prema jednom ili više područja, mogu biti usmjereni na općenite sadržaje ili mogu biti specijalizirani.²⁴ Prvi se časopisi pojavljuju u Europi krajem 17. i početkom 18. stoljeća, a u 19. st. postaju jedan od najvažnijih čimbenika društvenog, znanstvenog i tehnološkog razvoja. Zahvaljujući napretku tehnologije u kasnijim vremenima, industrija časopisa je cvjetala.²⁵

Moderni časopis ima svoje korijene u ranim tiskanim pamfletima, brošurama, priručnicima i almanasima od kojih su se neki postupno počeli pojavljivati u redovitim razmacima. Prvi časopisi koji su izlazili prikupljali su raznovrstan materijal koji je bio osmišljen s namjerom da se sviđa određenim interesnim skupinama. U početku je to bila politika i književnost, a s vremenom su se okrenuli i ka drugim područjima kao što su filologija, arheologija, filozofija i sl.²⁶ Razvojem raznih tiskarskih reproduksijskih tehnika, posebice fotografije, pojavila se posebna vrsta periodičkih publikacija, odnosno ilustriranih revija. Te su revije donosile novitete iz mode, slike uglednih i popularnih osoba iz političkog života, karikature, slike iz drugih krajeva i sl. što je izazvalo veliko zanimanje publike. Do kraja 19. st. takve publikacije su postale najčitanije u svim slojevima društva, a takve ostaju i do dan danas.²⁷ Povijesno gledajući, časopisi su se vremenom razvijali kako bi zauzeli, može se reći, srednju poziciju između knjige i novina. Iako, u ranijim vremenima časopisi su bili cjenovno isti kao i knjige te su na taj način bili dostupni bogatijim građanima i bili su statusni simbol. Razvoj obrazovanja, inovacija isplative proizvodnje, unaprjeđenje tehnologije tiska, nove tehnike vezane uz fotografiju, rast kulture čitanja, politička sloboda raspravljanja o društvenim pitanjima, porast prihoda od oglašavanja i dr. bili su ključni za masovnu proizvodnju i distribuciju časopisa. Nakon toga, časopis

²² Usp. Obrada serijskih publikacija: interni priručnik, 2009., str. 8. URL: http://local.kgz.hr/help/upute/1%20Uvod%20pravilnici%20i%20definicije_.pdf (2022-05-30)

²³ Usp. Serijske publikacije. // Opća hrvatska enciklopedija. Zagreb : Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 1999- . Sv. 9. 2007. Str. 700.

²⁴ Isto.

²⁵ Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 475-477.

²⁶ Usp. Magazine. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/topic/magazine-publishing> (2022-04-14)

²⁷ Usp. Stipčević, Aleksandar. Nav. dj., str. 610.

kao afirmirani medij u društvu počinje privlačiti i stvarati novu publiku kao što su žene, djeca i sl.²⁸ Ostatak razvoja krajem 19. i početkom 20.st. uključuje veću specijalizaciju tema, više ilustracija i sve više časopisa za ženski sloj društva.

U općenitoj podjeli u kategoriju časopisa ubrajaju se: stručni, popularni (magazin), razni komercijalni, opći informativni časopisi te revije.²⁹ Komercijalni časopisi bave se društvenim trendovima, temama i zanimljivostima te su namijenjeni najširem krugu čitatelja. Ono što ih odvaja od ostalih kategorija je to što su u najvećoj mjeri profitno orijentirani, sadrže reklame i oglase te su ispunjeni s mnoštvom slikovnih prikaza. S obzirom na to, neke od vrsta komercijalnih časopisa su: modni, politički, časopisi o zdravlju, dječji časopisi, poslovni časopisi i sl. Časopisi se ne izdaju kako bi izvještavali o tekućim zbivanjima kao što su to novine i ne obraćaju se širokom krugu čitatelja, već se oni izdaju za krug čitatelja koji je unaprijed utvrđen, koji se interesira i koje povezuje neko određeno područje – znanost, umjetnost, književnost, glazba, politika i sl. Upravo zbog toga su časopisi, uz ostale medije, kanal komunikacije između pisane riječi i čitatelja.³⁰ Ono što je razlikovalo časopise od ostalih masovnih medija, kao što su radio, televizija ili internet jest kombinacija pisane i nakon toga tiskane riječi i slike. Međutim, razvoj tehnologije doveo je do toga da i časopisi početkom 21.st. krenu u objavljivanje svojih tiskanih izdanja kao online inačica ili da u potpunosti imaju izvorni elektronički časopis. Iako je razvoj tehnoloških dostignuća u mnogočemu pripomogao industriji časopisa treba napomenuti kako je time čitateljstvo dobilo lakši, često i besplatan, pristup velikoj količini sadržaja te su se u tom pogledu tradicionalni časopisi suočili s opadanjem čitateljstva. Osim toga, prihodi od reklama i oglasa pali su jer su se oglašivači okrenuli web oglasima. Ti su čimbenici doveli do toga da se smanji broj tiskanih izdanja časopisa te da se neki časopisi objavljuju samo u digitalnoj verziji.³¹ Kako je već napomenuto, časopis se svojom ulogom smjestio između knjige i novina i važne karakteristike ga dijele od istih. Često su se kroz povijest časopisi poistovjećivali ili miješali s novinama. Iako imaju neke sličnosti, velike su razlike koje ih dijele i zašto ih ne bi trebalo smatrati kao jedno. Za razliku od nevezanih listova novina, časopisi se proizvode kao uvezani svesci. Isto tako, časopisi se tiskaju na visokokvalitetnim papirima kako bi se i mogli koristiti dulje vrijeme,

²⁸ Usp. Introduction to mass communication: Magazines, development and its characteristics, role of scope of magazines. URL: <https://lms.su.edu.pk/lesson/2492/magazines-development-and-its-characteristics-role-of-scope-of-magazines> (2022-04-14)

²⁹ Usp. Obrada serijskih publikacija: interni priručnik, 2009., str. 8. URL: <http://local.kgz.hr/help/upute/1%20Uvod%20pravilnici%20i%20definicije.pdf> (2022-05-30)

³⁰ Usp. Časopis // Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=13196> (2022-04-14)

³¹ Usp. Magazine. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/topic/magazine-publishing> (2022-04-14)

dok se novine tiskaju na jeftinom novinskom papiru za jednodnevnu upotrebu. To je i jedan od razloga zašto se časopisi mogu sačuvati dulje od novina. Časopisi su u prednosti nad novinama jer imaju prostora za detaljnu analizu i istraživanja o određenim temama jer imaju i više vremena za pripremu pošto ne izlaze svakodnevno. No, to ne znači da novine kao takve nisu dovoljno dobre i nisu adekvatan način informiranja, već se govori samo u kontekstu karakteristika časopisa u odnosu na novine. Može se vrlo lako reći kako su časopisi kroz povijest pokazali da su čuvari tradicije, da odražavaju politički, kulturni, ekonomski i akademski život te da oblikuju kulturu javne riječi.³²

3.1. Grafičko oblikovanje časopisa

Grafičko oblikovanje svakog časopisa ima ulogu privući pažnju čitatelja, ali isto tako mora biti projekcija njegovog sadržaja. To znači da je časopis svojevrsan vizualni alat koji se koristi za komunikaciju ideja, a u tom komunikacijskom procesu spajaju se vizualni pristup i riječi. Svaka publikacija koja će biti objavljena u tiskanom ili digitalnom obliku mora biti primjereno vizualno oblikovana. Grafičko oblikovanje kao takvo jedan je od najvažnijih elemenata u uspjehu nekog časopisa. Svaki dizajner koji sudjeluje u kreiranju časopisa kao prvi zadatak ima kvalitetno iznijeti njegovu strukturu. Svaki se dizajner stavlja u ulogu čitatelja i razmišlja što čitatelji žele držati u rukama. To se pogotovo odnosi na današnje vrijeme kada ih ima gomila u svojim najšarenijim izdanjima gdje svaki od njih treba pronaći svoju publiku. Bilo da se radi o prodajnom mjestu kao što je kiosk ili da se radi o online izdanjima časopisa, to su mjesta na kojima publika odlučuje hoće li određeni časopis kupiti ili ne. Spomenuta odluka o kupnji se odigrava u samo nekoliko sekundi i te su sekunde ključne za izdavača da privuče željenog korisnika da uzme željeni časopis. U tom kontekstu najveću ulogu igra naslovnica. Nakon što časopis privuče pažnju, tada nastupa druga faza i to tzv. 4 ME – pogledaj me, uzmi me, prelistaj me i kupi me.³³ Na početku, trebamo privući čitatelja naslovnicom, a zatim voditi njegov pogled kroz stranicu koji se postiže korištenjem vizualnih elemenata i ispravnom arhitekturom stranice. Kako bi čitatelj svoj pogled usmjeravao logički kroz stranicu treba pravilno iskoristiti grafičke elemente na istoj – veličina slova, boje, kontrastni elementi, položaj fotografija i sl. Isto tako, dizajner se brine o tome na koji način će neka poruka i značenje biti

³² Usp. Wodak, Ruth. Disorders of discourse. London: Longman, 1996., str. 17.

³³ Usp. Dizajn časopisa, 11. listopada 2010. URL: <http://www.pictoris.hr/novosti/2010/10/11/dizajn-asopisa.html> (2022-04-14)

istaknuti koristeći izvučene citate ili pomoću rasporeda fotografija na stranici. Uz sve navedeno, dosljednim korištenjem elemenata dizajna, dizajner će stvoriti prepoznatljivost i osobnost nekom časopisu.

Cijeli proces grafičkog oblikovanja časopisa uključuje veliku kreativnost i može se razvijati u nekoliko smjerova i na više načina. Instinkt i talent za grafičko oblikovanje su u većini slučajeva presudni za kvalitetno oblikovan časopis. Grafičko oblikovanje časopisa se do samog kraja neprestano dorađuje i mijenja sve dok dizajner istoga nije zadovoljan s postignutim. U današnje vrijeme, česti su slučajevi promjene vizualnog identiteta časopisa, odnosno redizajna. Redizajn doživljava gotovo svaki komercijalni časopis, a isti se radi kako bi se časopis poboljšao i kako bi išao u korak sa zahtjevima tržišta te označava veće ili manje promjene vizualnog identiteta. Časopisi koji nisu toliko uspješni u prodaji često znaju raditi potpuni redizajn nadajući se kako će im takav način promjene donijeti bolje prodajne rezultate.³⁴ Spomenuvši redizajn, vrlo je važno na samome početku dobro promisliti i u konačnici odabrati pravu veličinu, odnosno format koji je ključan za dalje oblikovanje. Sve naknadne promjene u formatu zahtijevaju i potpuni redizajn časopisa. Odabir formata je važan jer bi s jedne strane trebao pridonijeti boljoj prezentaciji sadržaja, a s druge strane biti prilagođen zahtjevima čitatelja. Format časopisa može se podijeliti u tri glavne kategorije gdje u svakoj postoje varijacije:

1. standardni format (A4 – 21cm x 29.7cm)
2. mali format (A5 – 14.8cm x 21cm)
3. tabloid (27cm x 30cm)

Osim formata vrlo je važno znati odabrati i vrstu papira koja će se koristiti prilikom tiskanja. Izbor vrste papira ovisi o financijskim sredstvima i o zahtjevima sadržaja samog časopisa. Bolju kvalitetu papira imat će oni časopisi čiji je sadržaj trajne vrijednosti, dok će časopisi čiji je sadržaj relevantan u kraćem razdoblju (politički, poslovni časopisi i sl.) imati nešto smanjenu kvalitetu papira.³⁵

³⁴ Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Contemporary magazine design // Proceedings of the 12th International conference of printing, design and graphic communication Blaž Baromić / edited by Zdenka Bolanča. Zagreb ; Ljubljana ; Senj: University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts ; University of Ljubljana, Faculty of Natural Science and Engineering ; Pulp and Paper Institute ; Ogranak Matice hrvatske, 2008. str. 69.

³⁵ Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Nav. dj., str. 70.

3.2. Vizualni identitet časopisa

U današnjem užurbanom vremenu i kada je čovjek kontinuirano u pokretu, vrlo je važno olakšati mu pristup informacijama. Upravo s tom namjerom časopisi su se kroz vrijeme razvijali kako bi danas prikazali jednu odličnu ravnotežu slikovnog i tekstualnog sadržaja koji spajaju čitatelja s njegovim časopisom. To spajanje ovisi o sposobnosti dizajnera koliko zapravo razumije zahtjeve određene publike, ali isto tako i o njegovom umijeću da svojim radom i idejama pokuša dokučiti na koji način određena skupina ljudi razmišlja.³⁶ Kada su časopisi u pitanju, cilj svakog uredništva časopisa je težiti prema prepoznatljivom vizualnom identitetu. Time se časopis može izdvojiti od konkurencije i postići dobre rezultate na tržištu. Vizualni identitet časopisa čine karakteristike njegovih glavnih vizualnih elemenata, a to su: slike, tekstovi i raspored. Kao što je već spomenuto, najveću ulogu ima cijela naslovnica i logo jer su najizloženiji dijelovi svakog časopisa. Posao svakog dizajnera je povezati elemente u kompaktnu cjelinu koja će komunicirati s čitateljem i vizualno, a ne samo kroz njegov sadržaj.³⁷ Kako bi se ostvarila ta komunikacija, vrlo je važno poznavati elemente i načela grafičkog oblikovanja. Oni se često različito kategoriziraju ovisno o metodologiji poučavanja, ali za početak ono što čini elemente grafičkog oblikovanja su osnovne komponente koje se koriste kao dio bilo koje kompozicije i koje je potrebno rasporediti. Većinu vremena elementi nadopunjuju jedni druge i svaki sljedeći element sudjeluje u stvaranju nekog novog elementa. Spomenuti elementi su: točka, linija, oblik, tekstura, boja i tipografija.³⁸ Načela grafičkog oblikovanja su pravila koja dizajner mora koristiti kako bi stvorio učinkovitu i privlačnu kompoziciju. Temeljna načela su: ritam, kontrast, harmonija, ravnoteža, proporcije, dominacija i jedinstvo.³⁹ Načela i elementi moraju biti organizirani tako da ne ometaju komunikaciju, a konačni uspjeh ovog nakladničkog proizvoda ovisi isključivo o odazivu čitatelja te o njihovim pozitivnim ili negativnim reakcijama.

³⁶ Isto.

³⁷ Isto.

³⁸ Usp. McClurg-Genevese, Joshua David. The elements of design, 24. siječnja 2014. URL: https://www.digital-web.com/articles/elements_of_design/ (2022-04-14)

³⁹ Isto.

3.2.1. Grafički elementi časopisa

Naslovna stranica časopisa jedan je od vizualno najvažnijih dijelova časopisa (pogotovo komercijalnih). Posebice je važna jer ona prva „komunicira“ s čitateljem i koja pomaže novim, ali i stalnim kupcima da uoče novi broj časopisa. Naslovnice se razlikuju od časopisa do časopisa, pogotovo kada se radi o mnogim znanstvenim, tehničkim ili poslovnim časopisima. Kod njih je više bitniji sam sadržaj, nego naslovnica, jer njihova publika nije orijentirana ka vizualnom dojmu već časopis kupuju isključivo zbog sadržaja. Usprkos tome, svakoj je naslovnici zajednički logotip časopisa koji je jedan od najvažnijih dijelova identiteta časopisa. Naslovnica također sadrži broj časopisa, podatak kojem svesku časopis pripada, datum i godinu izdanja te cijenu po kojoj se prodaje na prodajnim mjestima.⁴⁰ Svaki se časopis od naslovnice pa sve do zadnje stranice sastoji od promjenjivih i nepromjenjivih grafičkih elemenata. Nepromjenjivi elementi se, kako i samo ime govori, ne mijenjaju i formiraju se još u prvim koracima grafičkog oblikovanja, a to su: grid, format, tipografija i hijerarhija naslova, veličina osnovnog pisma, prijelom, zaglavlje, raspored rubrika i impresum. Promjenjivi grafički elementi časopisa odnose se na sve one elemente koji se iz broja u broj mogu mijenjati i koji tom promjenom neće utjecati na oblikovanje časopisa u smislu da se mora raditi cjelokupni redizajn. Spomenuti elementi su: fotografije, info grafike, slikovni prikazi, tipografija isticanja, veličina proreda, broj stupaca, stranica i sl.⁴¹

Grid se može definirati kao niz horizontalnih i okomitih linija koje se sijeku i tvore polja za raspored vizualnih elemenata stranice.⁴² Ali isto tako, može se shvatiti i kao okvir jedne stranice časopisa. Taj okvir diktira raspored svih vizualnih elemenata na određenoj stranici. Grid je ovdje u službi toga da se zadrži prepoznatljivost i izbjegne kaos unatoč brojnim vizualnim elementima. On se neće vidjeti na stranicama časopisa i ne pojavljuje se u obliku vidljivih linija, već se prepoznaje kroz cijeli časopis po rasporedu elemenata na stranici.

⁴⁰ Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Nav. dj., str. 72.

⁴¹ Usp. Stanojević, Marija. Utjecaj grafičkih elemenata, sadržajnih elemenata i opreme na senzacionalizam novinskih napisa, 2017., doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Zagreb, str. 69-70. URL: <https://www.bib.irb.hr/1045707> (2022-04-14)

⁴² Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Nav. dj., str. 70.

Slikovni prikazi su osnovni i najvažniji nositelji vizualne strukture gotovo svakog časopisa. Oni publici prenose poruke na jasan i vizualno atraktivan način. S obzirom da je to prvi dio stranice koji će komunicirati s čitateljem, dojam koji u tom trenutku taj prikaz ostavi na čitatelja, čitatelj poistovjećuje sa cijelim člankom, a ako se govori o naslovnici onda povezuje dojam i sa cjelokupnim časopisom. Slike, odnosno slikovni prikazi koji se koriste u časopisima mogu se podijeliti u 3 vrste – fotografije, info grafike i ilustracije.⁴³ Povijesno gledano, fotografije i ilustracije su se koristile za objašnjavanje teksta koji se tamo nalazi i koji je bio najvažniji za čitatelja. Danas je to drugačije, jer se danas tekst koristi kako bi nadopunio sliku. Pojava digitalnog doba unaprijedila je brzinu obrade, manipulaciju i reproduciranje fotografija i ilustracija. U tom slučaju, grafički dizajneri imaju zadatak pronaći ili smisliti kako napraviti određenu fotografiju koja će se uklopiti i upotrijebiti je na način da naglasi što je važno, kako uspješno prodati neki proizvod ili na kraju krajeva prenijeti jasnu poruku. Upravo zbog toga ona je vrlo snažan element svakog grafičkog oblikovanja.⁴⁴ Slike ili fotografije koje se nalaze na naslovnici časopisa najčešće su povezane s temom jednog ili više članaka, a veliki broj časopisa na svoje naslovnice stavlja portret neke osobe.

Tekst je uz sliku sljedeći najvažniji element časopisa. On osigurava trajnu vrijednost i ispunjava ono čemu služi – informiranju, edukaciji i zabavljanju čitatelja. Kod teksta se u manjoj mjeri može doći do pogrešne interpretacije, a korištenje informacija iz teksta traje mnogo dulje nego kad se radi o slikama. Tipografsko oblikovanje stvara karakter časopisa što je posebice važno kada se želi stvoriti pravilna komunikacija između teksta i čitatelja. S jedne strane su časopisi koji su namijenjeni širokoj publici i oni u većini slučajeva uvijek imaju prepoznatljivo oblikovanje od prve do zadnje stranice, s druge strane časopisi, koji su namijenjeni nekim određenim, manjim skupinama, poigravaju se s tipografskim oblikovanjem, ali ne u toj mjeri da se gubi čitljivost.⁴⁵ Uz tipografiju je usko vezan i pojam fonta. Font je svima vrlo dobro poznat, a pogotovo nakon uspona stolnog izdavaštva u 80-im godinama prošlog stoljeća. On se često povezuje i poistovjećuje s pojmom pisma, ali font je kroz povijest zapravo bio predstavnik svih znakova jednog pisma u jednoj veličini.⁴⁶ Fontovi mogu imati i varijacije u svojoj vizualnoj prezentaciji što utječe na njihovu fleksibilnost, a isto tako pojavom računala te su se varijacije s vremenom povećavale pa danas neki fontovi mogu imati i do 20 verzija.⁴⁷

⁴³ Isto.

⁴⁴ Usp. Arntson, Amy E. *Graphic Design Basics 6th*. Wadsworth: Cengage Learning, 2012., str. 122-124.

⁴⁵ Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Nav. dj., str. 71.

⁴⁶ Usp. *Typography*. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/technology/typography> (2022-04-14)

⁴⁷ Usp. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Nav. dj., str. 71-72.

Nadovezujući se na to, oblikovanje naslova u časopisima ima veliku ulogu u privlačenju pozornosti čitatelja. Naslovi moraju biti kratki, uočljivi, dobro tipografski oblikovani i moraju reći ono o čemu se govori u samom sadržaju teksta. Naslovi se mogu podijeliti na: glavni naslov, nadnaslov, podnaslov, međunaslov, naslov ispod slike i tekući naslov.⁴⁸

Na samom kraju, važno je spomenuti korištenje boja kao grafičkog elementa u grafičkom oblikovanju časopisa. Ono kao takvo smanjuje monotoniju časopisa i povećava njegovu vizualnu prepoznatljivost. Ljestvice boja i količina koja se upotrebljava treba se odrediti prema vrsti časopisa i prema ciljanim čitateljima. A boje i bilo koji grafički prikazi služe kako bi se pojedini dijelovi i cjeline naglasili i kako bi čitatelju pomogli pri informiranju i snalaženju u časopisu.

4. Modni časopisi u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se prvi časopisi počinju pojavljivati polovicom 19. st. Oni su na samom početku bili vezani uz politiku i književnost, ali se kasnije s vremenom pojavljuju i časopisi koji su posebno vezani uz: bibliotekarstvo, povijest, umjetnost, glazbu, zabavu, obitelj i sl.⁴⁹ S obzirom na tematiku ovog rada, dalje će se govoriti o ženskim modnim časopisima i o njihovoj ulozi u ženskom svijetu. Tijekom povijesti, a tako i danas, moda se gledala kao odraz životnog stila i društvenih odnosa. Netko će se pomoću nje identificirati, socijalizirati, netko ju smatra prestižem, simboličkom komunikacijom, a može se reći i kako je ona određeni način života koji je svojstven jednom razdoblju, grupi, društvu i sl.⁵⁰ Sredinom 18.st. kreće nakladnička proizvodnja modnih časopisa. Do pojave fotografije krajem 20-ih godina 20. stoljeća u časopisima se za prikaz odjevnih kombinacija koriste obojene ilustracije, a časopisi postaju sve privlačniji publici nakon razvoja fotografije u boji. Modni se časopisi u većini slučajeva vežu za žene pa se tako nazivaju i ženskim časopisima (ženskim listovima) i kao takvi su kroz povijest imali važnu ulogu u kreiranju rodnog identiteta. Nakon 2. svjetskog rata časopisi se polako odvajaju od tradicije, a sve se više osjeti utjecaj zapadne kulture.

⁴⁸ Isto.

⁴⁹ Usp. Časopis // Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=13196> (2022-04-14)

⁵⁰ Usp. Teorija i kultura mode: Discipline, pristupi, interpretacije, 2018., str. 9. URL: <https://www.bib.irb.hr/944963> (2022-04-14)

Modni časopisi su se u početku dijelili na 'jeftine' i 'skupe' i isključivo su se tiskali za žene iz visokog staleža. Upravo ih je ta činjenica i dovela do toga da u to vrijeme budu među važnijim izvorima kada je riječ o sadržajnom i slikovnom komunikacijskom procesu.⁵¹ Izlazili su jednom mjesečno, a u novije vrijeme nekada i tjedno. Teme koje su u to vrijeme obrađivali modni časopisi bile su: "angažiranost sa zahtjevima o ekonomskoj, političkoj i kulturnoj emancipaciji žene, praktično-savjetodavni sadržaji i kontakt-rubrike, ljubavno-sentimentalne teme, portreti poznatih osoba, tematika nesreće i sudbine te oglasi i reklame o čijem prostoru ovisi i broj stranica pojedinih ženskih časopisa".⁵² Većinom je ta tematika ostala i do dan danas gdje se iste obrađuju u nekim brojevima više ili manje. Ono na što posebno paze jest održavanje kontakta s čitateljima kroz teme iz svakodnevnog života, a ističu kako je vizualni čimbenik ono nešto što se ističe nad samim tekstom u časopisu i zato modni časopisi od početka pa do danas njeguju svoju vizualnu stranu. Istraživanjem u nastavku će se i prikazati na što se točno misli i kako se ta vizualna komunikacija ostvarivala tijekom godina na hrvatskom primjeru. Neki od važnijih ženskih časopisa koji su kroz povijest tiskani za hrvatsko tržište su: *Praktični modni list*, *Parižka moda*, *Ženski list*, *Ženski svijet*, *Hrvatski ženski list*, *Hrvatica*, *Praktična žena*, *Naša moda* itd., no najvažniji za ovaj rad je ženski modni časopis *Svijet* koji će i biti analiziran u istraživanju.⁵³

4.1. Modni časopis *Svijet*

Modni časopis *Svijet* najdugovječniji je modni časopis koji još uvijek živi na našim prostorima. Upravo zbog toga je i izabran za istraživanje s obzirom da postoji dovoljno materijala za isto. U siječnju 1953. godine nakladnička kuća *Vjesnik* pokreće časopis, odnosno modnu reviju *Svijet* koja je prvenstveno bila namijenjena ženskoj publici. Pratila je modu, kozmetiku, film, roman i kazalište čiji su nazivi stajali i u samom podnaslovu. U to je vrijeme revija imala 24 stranice, tiskana je tehnikom knjigotiska s omotom u četiri boje. Prodaja i kvaliteta je iz godine u godinu rasla i dobivala na važnosti, a u tim je godinama naklada iznosila otprilike 20-30 000 primjeraka.⁵⁴ Modna revija *Svijet*

⁵¹ Usp. Štimac Ljubas, Vlatka. O riječima, leksikografski. Zagreb: Durieux, 2017., str. 96.

⁵² Isto.

⁵³ Usp. Zubac, Andreja. Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije, Baranje i Srijema 20, 2(2016), str. 76-88. (inače 71-98) URL: <https://hrcak.srce.hr/239643> (2022-04-14)

⁵⁴ Usp. Novak, Božidar. Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću. Zagreb : Golden marketing-Tehnička knjiga : Press data, medijska agencija HND-a, 2005., str. 524.

je u 60-im godinama i dalje cvjetala. Izlazila je dva puta mjesečno, tiskala se na suvremenoj i kvalitetnoj tehnologiji, ali i na najkvalitetnijem papiru te je donosila teme iz svijeta mode, reklame odjevnih predmeta, recepte i praktične savjete i time je osvojila žene tog vremena. Stranice se sa 24 povećavaju na 40, a tim se povećava i broj stranica u boji. Do kraja 1960-ih godina naklada je iznosila oko 227 000 primjeraka.⁵⁵ U 70-im godinama *Svijet* je postao prava europska revija i jedini ženski modni časopis u Hrvatskoj. Tiskan je najkvalitetnijom tiskarskom tehnikom na najfinijem papiru. Broj stranica se povećava na 72 stranice i 24 stranice u boji, a broj prodanih primjeraka sve više raste.⁵⁶ Razdoblje 80-ih godina je bilo nešto drugačije zbog ekonomske krize i nestašice papira. Smanjuje se opseg stranica, ali i broj prodanih primjeraka. Nakon krize opseg se ponovno povećava na 72 stranice, uz prilog od 8 stranica u boji. I dalje izlazi dva puta mjesečno na hrvatskom i jugoslavenskom tržištu, no na višu ljestvicu postavlja izbor tema i kvalitetu tiska. I dalje je okrenut ženskoj publici, ali ubacuje i „muške“ teme, politiku, društvena događanja i sl.⁵⁷ Godina 1992. je bila ključna za opstanak časopisa, ali nažalost usprkos pokušajima modernizacije i prilagodbe na nove okolnosti *Svijet* polako počinje gubiti svoj značaj koji je imao u društvu i te iste godine prestaje izlaziti.⁵⁸ No, odsutnost časopisa *Svijet* nije trajala predugo, jer se 1994. vraća na tržište pod drugim imenom što će raditi nekoliko puta u narednim godinama, a 2019. pokreće vlastitu web stranicu. Tablica 1. prikazuje kako je to izgledalo kroz godine.

⁵⁵ Usp. Novak, Božidar. Nav. dj., str. 577.

⁵⁶ Isto.

⁵⁷ Usp. Novak, Božidar. Nav. dj., str. 795.

⁵⁸ Usp. Najbar-Agičić, Magdalena. Povijest novinarstva – Kratki pregled. Zagreb: Sveučilište Sjever, 2015., str. 173.

RAZDOBLJE	NAZIV ČASOPISA	UČESTALOST IZLAŽENJA
1950-ih godina	Svijet: moda, kozmetika, kazalište, film, roman	jednom mjesečno
1960-ih – 1980-ih godina	Svijet: jugoslavenska ženska revija	dva puta mjesečno
1990-ih godina	Novi svijet: magazin za žene i obitelj	dva puta mjesečno
2000. – 2005. godine	Svijet: magazin za žene i obitelj	jednom mjesečno
2005. – 2006. godine	Svijet specijal	jednom mjesečno
2007. – 2008. godine	Svijet lux	polugodišnje
2008. – 2018. godine	Svijet	dva puta mjesečno
2019. – 2022. godine	Svijet	elektroničko izdanje (web stranica)

Tablica 1. *Prikaz promjene imena i učestalosti izlaženja časopisa Svijet kroz godine*

5. Istraživanje

5.1. Svrha istraživanja

U ovom će se poglavlju analizirati modni časopis *Svijet* u kontekstu promjena u njegovom grafičkom oblikovanju. Kao što je navedeno u prethodnim poglavljima, *Svijet* je bio vodeći ženski časopis u Hrvatskoj dugi niz godina. Treba napomenuti kako je *Svijet* bio prvi magazin u Hrvatskoj koji je imao sve stranice u boji, pa čak i prije nekih talijanskih važnih modnih časopisa. Uredništvo je osobno išlo u tiskaru dogovarati oko načina pripreme i tiskanja te su bili upućeni u kompletan proces. Nakon osamdesetih godina, glavna ideja uredništva bila je potpuna promjena koncepcije časopisa, stvaranje nečeg novog, prilagođenog novom duhu vremena. Ono po čemu se *Svijet* još razlikuje od ostalih časopisa u to doba je fotografija. Uredništvo je odmah odbacilo mogućnost krađe tuđih fotografija te su imali svoje fotografe i na taj način su bili prvi *lifestyle* magazin koji je imao autorske fotografije. Tijekom tog razdoblja *Svijet* mijenja ime nekoliko puta, mijenja učestalost izlaženja, povećava i smanjuje broj stranica, te u novije vrijeme dodaje svom tiskanom izdanju elektroničko.

Svrha ovog istraživanja je dati uvid kako je uporaba tehnologije utjecala na promjene u grafičkom oblikovanju modnih časopisa u Hrvatskoj u razdoblju od 1950-ih godina pa sve do danas. Stoga, analizirane su i uspoređene vizualne grafičke karakteristike oblikovanja naslovnice i unutarnjih stranica modnog časopisa *Svijet* u navedenom razdoblju.

Nastavljajući se na rečeno, istraživanjem su se pokušali dobiti odgovori na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koje su glavne promjene nastale pod utjecajem tehnoloških dostignuća u grafičkom oblikovanju u promatranom razdoblju od pedesetih godina do danas?
2. Osim na grafičkom oblikovanju, u kojem se još kontekstu vidi utjecaj IKT-a na časopis *Svijet* u ovom slučaju?

5.2. Metodologija i uzorak istraživanja

Metodologija korištena prilikom ovog istraživanja bila je vizualna sadržajna analiza. Uobičajena analiza sadržaja je empirijska metoda koja je idealna za korištenje kada su u pitanju informacijski materijali kao što su časopisi, knjige, novine, televizija i sl. Osnovne karakteristike ove metode su objektivnost, sustavnost i općenitost.⁵⁹ S druge strane, vizualna sadržajna analiza koja se koristila prilikom ovog rada najčešće se koristi kada se istražuju masovni mediji i različite poruke u komunikacijskom procesu. Ovaj je način analize bio najbolji način kako bi se istraživanje moglo provesti, s obzirom na to da je takav tip analize vrlo sistematičan i do zaključaka se dolazi na temelju promatranja vizualnih elementa kroz odabrane i mjerljive kategorije.⁶⁰

Uzorak istraživanja razdoblje je od 66 godina – od 1953. do 2020. godine izuzimajući 1993. godinu, s obzirom da u toj godini časopis *Svijet* nije izlazio. Slučajnim odabirom iz svake je godine odabrano 6 časopisa, stoga slučajan uzorak broji 414 jedinki, odnosno časopisa. Od njih 396, analizirano je 46 brojeva što čini 11.62% slučajnog uzorka. Svi brojevi časopisa prikupljeni su uz pomoć glavne urednice časopisa *Svijet*, ali isto tako i međuknjižničnom posudbom iz Nacionalne i sveučilišne knjižnice (NSK) u Zagrebu te međuknjižničnom posudbom iz Knjižnice grada Zagreba (KGZ).

⁵⁹ Usp. Čendo Metzinger, Tamara; Toth, Marko. Metodologija istraživačkog rada za stručne studije, 2020., str. 32.-33.
URL:<https://www.vvg.hr/app/uploads/2020/03/METODOLOGIJA-ISTRA%C5%BDIVA%C4%8CKOG-RADA-ZA-STRU%C4%8CNE-STUDIJE.pdf> (2022-04-23)

⁶⁰ Usp. Rose, Gillian. Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials, 2016., str. 15.-22.
URL:https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=hsijCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Visual+methodologies:+A+n+introduction+to+researching+with+visual+materials&ots=ZluWntxUbK&sig=Rg2xAj6B9AXWjX1qGbGHSiGdJaU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (2022-04-23)

Vizualna sadržajna analiza časopisa *Svijet* podijeljena je u dva dijela gdje su se u svakom promatrali elementi i njihova svojstva. U prvom dijelu promatrano je grafičko oblikovanje naslovnica časopisa *Svijet* na temelju sljedećih elemenata i svojstava:

GLAVA SA ZAGLAVLJEM	TIPOGRAFIJA	SLIKOVNI ELEMENTI
Vizualni identitet logotipa	Vrsta fonta	Slikovni prikazi
Brojčani podaci	Naslovi i opisi rubrika	

Tablica 2. *Elementi i svojstva grafičkog oblikovanja naslovnica časopisa Svijet*

U drugom dijelu istraživanja promatrano je grafičko oblikovanje unutarnjih stranica časopisa *Svijet* na temelju sljedećih elemenata i svojstava:

BOJA	TIPOGRAFIJA	SLIKOVNI ELEMENTI	ORGANIZACIJA STRANICA
Boja stranica	Tipografija naslova	Slikovni prikazi	Prijelom sadržaja
Boja naslova	Tipografija teksta	Omjer slike i teksta	Broj rubrika
Tekst prati oblik slike			

Tablica 3. *Elementi i svojstva grafičkog oblikovanja unutarnjih stranica časopisa Svijet*

5.3. Rezultati istraživanja

GRAFIČKO OBLIKOVANJE NASLOVNICA

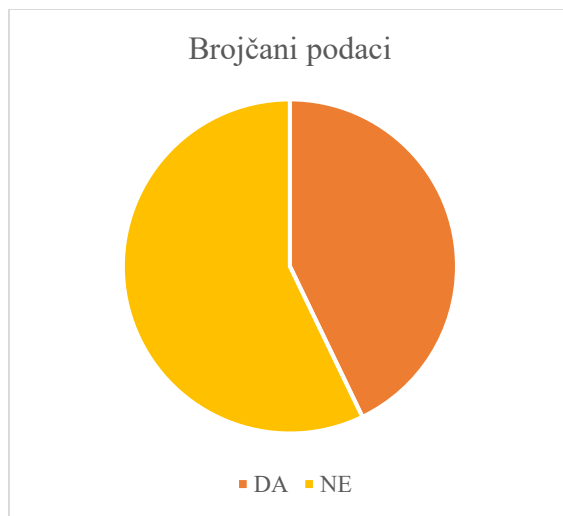
- **Glava sa zaglavljem**

Kategorija glava sa zaglavljem odnosi se na gornji dio časopisa u kojem se nalaze naslov, odnosno logotip časopisa, podnaslov ako postoji, broj i godište časopisa, godina izdanja i cijena. Sve do 90-ih godina časopis nije imao ustaljeni raspored na stranici. To se konkretno odnosi na to da u 50-im i prvoj polovici 60-ih godina naslov, odnosno logotip časopisa bio je postavljen tamo gdje je bilo prostora i gdje se u tom konkretnom trenutku mogao nalaziti u odnosu na fotografiju. S obzirom na to logotip je bio postavljen u donjem dijelu časopisa, u lijevom ili desnom dijelu časopisa i sl. Vizualni identitet logotipa je u svim godinama ostao u serifnom i prepoznatljivom stilu, tek se u 2000-im godinama kratko pojavljuje u grotesknom stilu, ali se od polovice 2000-ih ponovno vraća na serifni stil.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Vizualni identitet logotipa	serifni	serifni	serifni	serifni	serifni	grotesk	serifni

Tablica 4. *Vizualni identitet logotipa naslovnica časopisa Svijet*

Brojčani podaci se u početnim godinama nisu toliko koristili, eventualno bi uz logotip stajalo koji je broj časopisa, tek krajem 80-ih počinju se pisati broj, godište i godina izdanja te cijena časopisa. Od 90-ih pa sve do danas glava sa zaglavljem je ista – u gornjem dijelu časopisa nalazi se logo i svi spomenuti numerički podaci. Spomenuto se može vidjeti na primjeru Slike 1. i Slike 2.



Grafikon 1. Brojčani podaci na naslovnicama časopisa Svijet



Slika 1. Naslovnica Svijeta, veljača 1956.

Slika 2. Naslovnica Svijeta, travanj 1996.

- **Tipografija**

S obzirom da na naslovnici u početnim godinama nije bilo previše podataka osim naslova i eventualno nekog brojčanog podatka, koristila se jedna vrsta fonta za sve napisano i to je trajalo sve do 90-ih godina. Od 90-ih godina koristi se kombinacija više vrsta fontova na naslovnim stranicama i tu praksu koriste do dan danas.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Vrsta fonta	jedna vrsta	jedna vrsta	jedna vrsta	jedna vrsta	kombinacija više vrsta	kombinacija više vrsta	kombinacija više vrsta

Tablica 5. Vrsta fonta na naslovnicama časopisa Svijet

Naslovi i opisi rubrika na naslovnim stranicama nisu se pojavljivali sve do 80-ih godina iako su i tada to bili tek počeci i tek pokoji naslov se našao na naslovnici. Od 90-ih godina je to izraženije i sve se više stavlja na naslovnici – naslovi i rečenica opisa o čemu će se u toj rubrici govoriti. Primjer takve promjene prikazuju Slika 1. i Slika 2.



Grafikon 2. Naslovi i opisi rubrika na naslovnicama časopisa Svijet

- **Slikovni elementi**

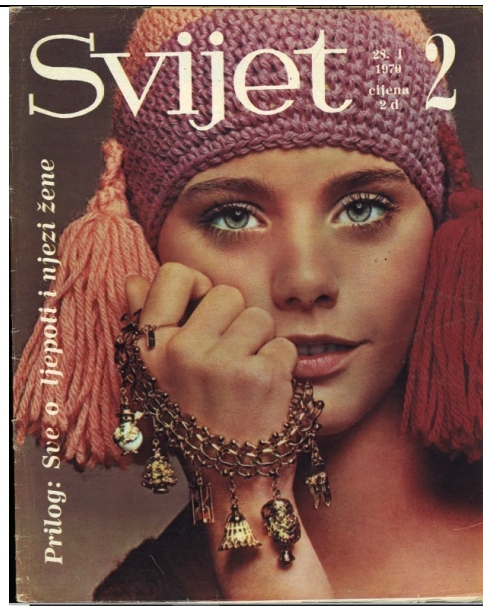
Na svim naslovnicama časopisa nalazi se i dominira ženski lik moderno i luksuzno odjeven za vremensko razdoblje kojem pripada. U 50-im godinama to su bili prikazi pomoću slika i ilustracija, dok se u 60-im godinama već pojavljuju fotografije žena. U 70-im godinama bila je prekretnica u tome što su na naslovnici bili prikazani stvarni modeli sa kojima su radili profesionalni fotografi za svaki broj časopisa. Nadalje, od 90-ih godina u potpunosti se može vidjeti kako su fotografije na naslovnici obrađene u nekom od računalnih programa te kasnije i uklopljene u samu naslovnicu. Ista se praksa koristi sve do danas, samo što se na prvi pogled vidi kako je obrada fotografije napredovala na još veću razinu.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Slikovni prikazi	slike ilustracije	fotografija	fotografija	fotografija	obrađena fotografija	obrađena fotografija	obrađena fotografija

Tablica 6. Slikovni prikazi na naslovnicama časopisa Svijet



Slika 3. Naslovnica Svijeta, veljača 1957.



Slika 4. Naslovnica Svijeta, siječanj 1970.



Slika 5. Naslovnica Svijeta, veljača 2003.

GRAFIČKO OBLIKOVANJE UNUTARNJIH STRANICA

- **Boja**

Kao što se iz prethodnih primjera može vidjeti, naslovnice časopisa su sve bile u boji, no unutarnje stranice su sve do 70-ih godina bile crno bijele. U 70-im i 80-im godinama se postupno u središte časopisa umeće nekoliko stranica u boji, a od 90-ih pa sve do danas nastavlja se s praksom tiskanja potpunog časopisa u boji. Od 90-ih godina korištenjem više različitih boja naglašavaju se naslovi, numerički podaci, impresum i rubrike.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Boja stranica	crno-bijelo	crno-bijelo	crno-bijelo + nekoliko stranica u boji	crno-bijelo + nekoliko stranica u boji	u boji	u boji	u boji

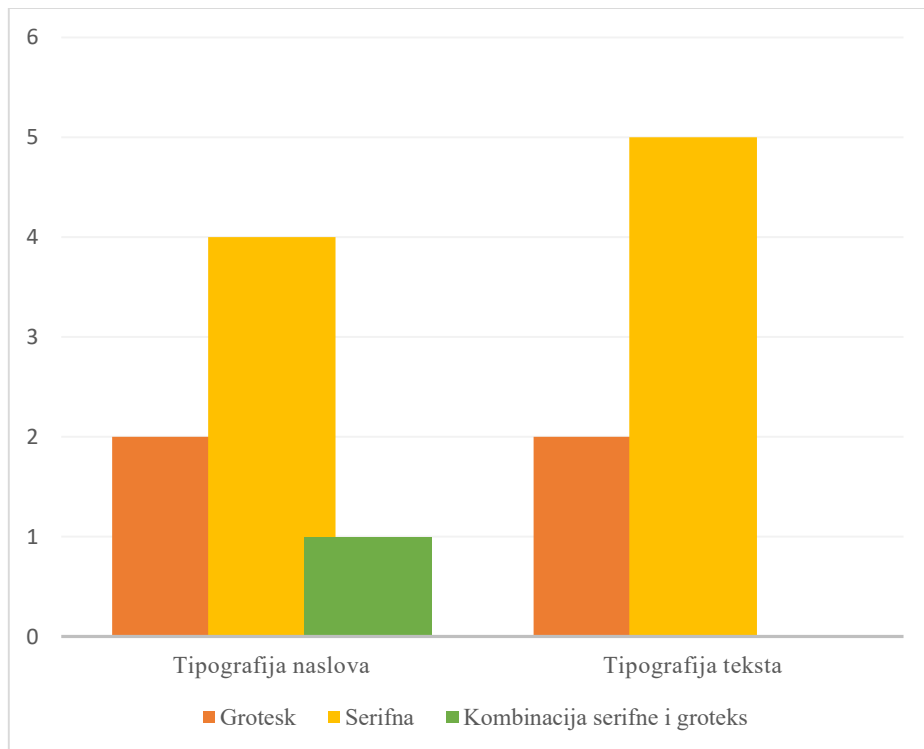
Tablica 7. Boja unutarnjih stranica časopisa Svijet



Grafikon 3. Boja naslova unutarnjih stranica časopisa Svijet

- **Tipografija**

Naslovi se u većini slučajeva pišu serifnim stilom, tek u 2000-im godinama naslovi prelaze u groteskni stil ili u kombinacije sa serifnim. Isto tako je i sa tipografijom teksta gdje se u najvećoj mjeri njeguje serifni stil pisma. U razdoblju od 50-ih do 80-ih godina većinom se koriste dvije vrste fonta, dok se od 90-ih kreće s poigravanjem više njih, kako u tekstu tako i u naslovima.



Grafikon 4. *Tipografija unutarnjih stranica časopisa Svijet*

- **Slikovni elementi**

Slikovni prikazi korišteni kroz godine prikazuju napredak tehnologije i što se u većoj mjeri koristi kada. S obzirom na to 1950.-1970. prevladavaju ilustracije s fotografijama, dok od 1980. do danas koriste samo fotografije kao slikovne prikaze uz prethodnu obradu u nekom od računalnih programa. Kada se govori o omjeru slike i teksta misli se na to ima li više teksta ili slikovnih prikaza na stranici i u kakvom su odnosu. 1950-ih godina na stranicama dominiraju crno-bijele slike i ilustracije koje su većih dimenzija i privlače pogled čitatelja na sebe, prije nego na tekst. 1960-ih godina unutar rubrika se umeću fotografije i ilustracije u tekst na takav način da se ne narušava poravnanje teksta, odnosno nema preklapanja. Kasnije se u rubrikama mijenja omjer teksta i slike na način da sve više prevladava tekst u odnosu na slike. Ista stvar je i u 70-im i 80-im godinama gdje je više teksta i ubacuje se jedna do dvije slike, ilustracije ili fotografije koje su vezane uz tekst. 1990-ih godina s obzirom na korištenje stolnog izdavaštva odnos teksta i slikovnih prikaza ide u smjeru sve većeg eksperimentiranja i istraživanja mogućnosti na koji ih se način može staviti u odnos. U ovom se razdoblju također može vidjeti kako su slike s transparentnom pozadinom uređene i postavljene na stranicu. U 2000-im i 2010-im godinama pa sve do danas najviše prevladavaju fotografije u odnosu na tekst kojima se ostvaruje dinamika časopisa.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Slikovni prikazi	ilustracije slike	ilustracije fotografije	ilustracije fotografije	fotografije	fotografije	fotografije	fotografije
Omjer slike i teksta	više slika	više teksta	više teksta	više teksta	jednak omjer	više slika	više slika

Tablica 8. Rezultati svojstava slikovnih elemenata unutarnjih stranica časopisa *Svijet*

Element koji je također bio promatran je da tekst prati oblik slike. U promatranim razdobljima to možemo vidjeti tek u 1990-im godinama kada se stolno izdavaštvo koristi u velikoj mjeri i kada se mogu tekst i slikovni prikazi uređivati na način koji se poželi. U ovom slučaju tekst bi se u potpunosti oblikovao prema obliku fotografije koja se u tom trenutku nalazi na stranici. Primjer toga može se vidjeti na Slici 11.



Grafikon 5. *Tekst prati oblik slike na unutarnjim stranicama časopisa Svijet*



Slika 11. *Unutarnja stranica časopisa Svijet, veljača 2003.*

- **Organizacija stranica**

U elementu organizacije stranica promatrana su dva svojstva – prijelom sadržaja na stranici te broj rubrika koji se pojavljuje u časopisu. Kao što se iz Tablice 9. može vidjeti, najvećim dijelom kroz godine, sadržaj je bio prelomljen u 4 stupca, u 50-im i 60-im nekad i u pet. Od 2000-ih se taj broj smanjuje na 3, a najviše zbog toga što su najvećim dijelom stranice ispunjene slikovnim prikazima na kojima je i fokus.

Broj rubrika u časopisu se mijenjao s opsegom samog časopisa *Svijet*. Kao što se iz Tablice 9. može vidjeti, najveći broj rubrika imao je 90-ih godina, 2000-ih smanjuju broj rubrika sa 23 na 11 i tom praksom su nastavili do danas.

	1950-te	1960-te	1970-te	1980-te	1990-te	2000-te	2010-te do danas
Prijelom sadržaja	4-5 stupaca	4-5 stupaca	4 stupca	4 stupca	4 stupca	3 stupca	3 stupca
Broj rubrika	14	10	12	12	23	11	11

Tablica 9. Rezultati svojstava organizacije stranice unutarnjih stranica časopisa *Svijet*

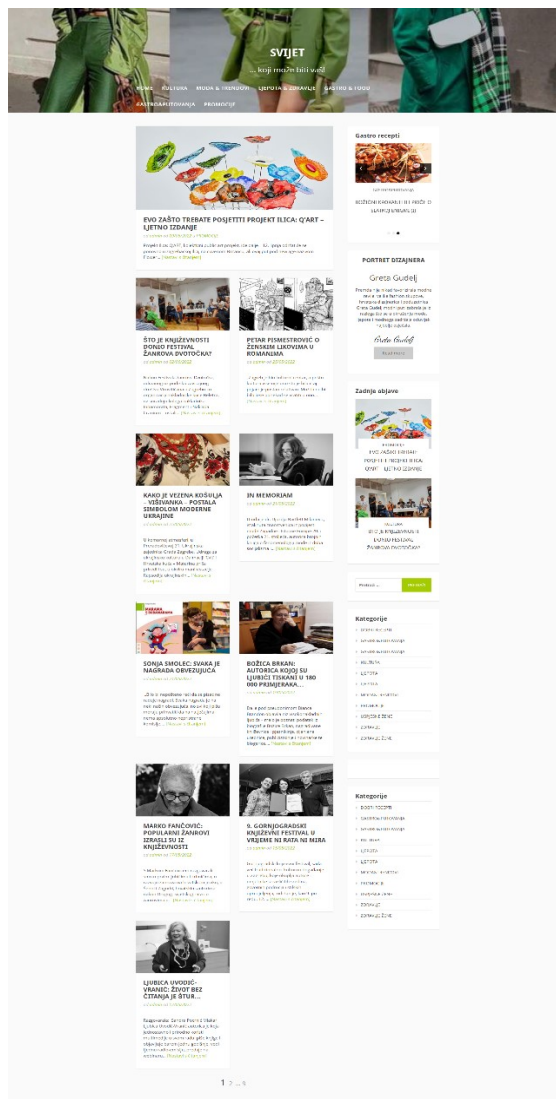
6. Zaključak

Važne uloge grafičkog oblikovanja ogledaju se u spajanju vizualnih i tekstualnih sastavnica u kompletnu cjelinu te omogućavanju prenošenja poruke putem komunikacijskog procesa između publike i proizvođača. Takvu komunikaciju grafički dizajner nastoji ostvariti oblikovanjem određenog nakladničkog proizvoda. Časopis kao nakladnički proizvod pravi je primjer odlične ravnoteže vizualnog i tekstualnog sadržaja koji spaja publiku s njegovim željenim časopisom. Kao što je ranije spomenuto, cilj svakog uredništva časopisa je težiti prema prepoznatljivom vizualnom identitetu. Time se časopis može izdvojiti od konkurencije i postići dobre rezultate na tržištu. Utjecaj tehnoloških dostignuća bitno je promijenio tijek rada i cijelog procesa grafičkog oblikovanja. Uz pomoć tehnoloških dostignuća dizajnerima je omogućen novi razvoj, prezentacija i manipulacija dizajna, omogućena je dostupnost i vidljivost nakladničkog proizvoda na raznim medijima, omogućen je rad više ljudi u isto vrijeme na istom dizajnu i sa različitim alatima, proces oblikovanja pojednostavljen je i ubrzan zahvaljujući softverskim rješenjima i sl.

Kronološkim pregledom časopisa *Svijet* koji je analiziran u istraživanju, najbolje se može vidjeti kako se grafičko oblikovanje, a onda i cjelokupan vizualni identitet mijenjao kroz godine. Od pedesetih godina pa sve do danas grafičko oblikovanje časopisa se s jedne strane mijenjalo s obzirom na razdoblje kojem pripada, okolnosti koje su bile karakteristične za to razdoblje, financijske mogućnosti i sl. No, s druge strane u velikoj mjeri na promjene u grafičkom oblikovanju utjecala su tehnološka dostignuća te informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Prvo istraživačko pitanje odnosilo se na glavne promjene koje su nastale pod utjecajem tehnoloških dostignuća u grafičkom oblikovanju u promatranom razdoblju od pedesetih godina do danas. S obzirom na to, u kontekstu grafičkog oblikovanja, tehnološka dostignuća su omogućila da se za grafičko oblikovanje u velikoj mjeri koriste računala s pripadajućim računalnim programima za grafičko oblikovanje. Takav način rada omogućio je smanjenje ljudskih resursa, ali i smanjenje komplicirane opreme koja je potrebna za odrađivanje zadataka. Uvođenjem stolnog izdavaštva omogućilo se pregledavanje krajnjeg proizvoda i dobivanje uvida u ono što će se tiskati kao krajnji proizvod. Već se kroz pregled samih naslovnica mogu vidjeti neke najuočljivije promjene. Naslovnica je od pedesetih do osamdesetih godina bila siromašna tekстом, u fokusu je bio logotip i fotografija. Nakon osamdesetih naslovnice sve više izgledaju kao što se mogu vidjeti i danas te su bogatije tekстом odnosno naslovima i opisima rubrika koji su ukomponirani na naslovnici uz fotografiju. Jedino za što se može reći kako se nije drastično

mijenjalo kroz to razdoblje je vizualni identitet logotipa, koji je zadržao svoj serifni stil. Ono što je najuočljivije su definitivno fotografije koje krase svaki broj časopisa. Kroz godine se može vidjeti kako su ilustracije i slike prelazile u fotografije vrlo visoke kvalitete, a sve zbog uvođenja računalnih programa za uređivanje istih. Osim toga, došlo je do jednostavnije i brže obrade te do olakšanog kombiniranja fotografija i teksta u samom časopisu. Tipografija se također uvelike mijenjala kroz navedeno razdoblje. S obzirom da se grafičko oblikovanje sve do kasnog 20.st. temeljilo na procesima koji su se obavljali ručno, tipografija bi se odredila i naručivala od slagara. I u tom se slučaju mogu vidjeti velike promjene, a isto tako omogućen je pristup velikoj vrsti fontova koji se mogu kombinirati u sadržaju časopisa. Omogućeno je lakše i brže otiskivanje cjelokupnog časopisa u boji, a ne samo pojedinih dijelova. Poigravanje s obojanim naslovima, isticanje pojedinog dijela teksta, ubacivanje obojanih podloga ispod teksta i sl. Omogućen je i češći proces redizajna, odnosno promjene vizualnog identiteta koji svaki komercijalni časopis radi kako bi se poboljšao i išao u korak sa zahtjevima tržišta.

Drugo istraživačko pitanje odnosilo se na to u kojem se još kontekstu vidi utjecaj IKT-a na časopis *Svijet*. Prvi i osnovni odgovor na ovo pitanje je kreiranje elektroničke verzije časopisa, odnosno kreiranje web stranice za časopis *Svijet* (URL: <https://svijet.com.hr/>). Time je omogućeno da i u teškim vremenima za tiskano izdanje, komunikacija s čitateljima ne prestane, ali i da idu u korak s vremenom. U ranijim godinama komunikacija s publikom u kontekstu pitanja i odgovora, traženja savjeta i sl. odvijala se putem pošte i slanjem pisama na adresu redakcije. Pojavom interneta ta je komunikacija prešla na e-mail. Osim toga, na stranicama se navode potpune URL adrese sponzora, intervjuiranih osoba, važnih web stranica i sl.



Slika 12. Elektroničko izdanje časopisa *Svijet*⁶¹

Ovim istraživanjem se može zaključiti kako se pojava i uporaba tehnoloških dostignuća iskoristila na najbolji mogući način i kako su s godinama iskorištavali to na način da su pratili trendove, pokušavali ostati u korak s vremenom u kojem se nalaze, eksperimentirali su s bojama, tipografijom i fotografijom, koristili najnoviju tehnologiju tiska i time stvarali kvalitetan proizvod. A sve navedeno je i dokaz zašto je *Svijet* ostao tako dugo na tržištu i time ostao najdugovječniji ženski časopis u Hrvatskoj.

⁶¹ Svijet. URL: <https://svijet.com.hr/> (2022-05-30)

7. Popis literature

1. Arntson, Amy E. Graphic Design Basics 6th. Wadsworth: Cengage Learning, 2012.
2. Časopis // Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=13196> (2022-04-14)
3. Čelebić, Gorana; Rendulić, Dario Ilija. ITdesk.info – projekt računalne e-edukacije sa slobodnim pristupom - Priručnik za digitalnu pismenost: Osnovni pojmovi informacijske i komunikacijske tehnologije. Zagreb: Otvoreno društvo za razmjenu ideja (ODRAZI), 2011.
4. Čendo Metzinger, Tamara; Toth, Marko. Metodologija istraživačkog rada za stručne studije, 2020. URL: <https://www.vvg.hr/app/uploads/2020/03/METODOLOGIJA-ISTRA%C5%BDIVA%C4%8CKOG-RADA-ZA-STRU%C4%8CNE-STUDIJE.pdf> (2022-04-23)
5. Dizajn časopisa, 11. listopada 2010. URL: <http://www.pictoris.hr/novosti/2010/10/11/dizajn-asopisa.html> (2022-04-14)
6. Dolić, Jurica; Pibernik, Jesenka; Futač, Nikola. Contemporary magazine design // Proceedings of the 12th International conference of printing, design and graphic communication Blaž Baromić / edited by Zdenka Bolanča. Zagreb ; Ljubljana ; Senj: University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts ; University of Ljubljana, Faculty of Natural Science and Engineering ; Pulp and Paper Institute ; Ogranak Matice hrvatske, 2008.
7. Grafička industrija. // Hrvatska tehnička enciklopedija. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2022. URL: <https://tehnika.lzmk.hr/graficka-industrija/> (2022-05-30)
8. Grafička tehnologija. // Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=23033> (2022-04-14)
9. Graphic design. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/Early-printing-and-graphic-design> (2022-05-30)
10. Informacijska i komunikacijska tehnologija. // Hrvatska enciklopedija, 2022. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27406> (2022-05-30)
11. Introduction to mass communication: Magazines, development and it's characteristics, role of scope of magazines. URL: <https://lms.su.edu.pk/lesson/2492/magazines-development-and-its-characteristics-role-of-scope-of-magazines> (2022-04-14)
12. Magazine. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/topic/magazine-publishing> (2022-04-14)

13. McClurg-Genevese, Joshua David. The elements of design, 24. siječnja 2014. URL: https://www.digital-web.com/articles/elements_of_design/ (2022-04-14)
14. Najbar-Agičić, Magdalena. Povijest novinarstva – Kratki pregled. Zagreb: Sveučilište Sjever, 2015.
15. Novak, Božidar. Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću. Zagreb : Golden marketing-Tehnička knjiga : Press data, medijska agencija HND-a, 2005.
16. Obrada serijskih publikacija: interni priručnik, 2009. URL: http://local.kgz.hr/help/upute/1%20Uvod%20_pravilnici%20i%20definicije_.pdf (2022-05-30)
17. Rose, Gillian. Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials, 2016. URL: https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=hsijCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Visual+methodologies:+An+introduction+to+researching+with+visual+materials&ots=ZluWntxUbK&sig=Rg2xAj6B9AXWjX1qGbGHSiGdJaU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (2022-04-23)
18. Serijske publikacije. // Opća hrvatska enciklopedija. Zagreb : Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 1999- . Sv. 9. 2007.
19. Sinković, Nikola. Grafički dizajn, 4. svibnja 2015. URL: <https://www.nikolasinkovic.com/graficki-dizajn/> (2022-04-13)
20. Stanojević, Marija. Utjecaj grafičkih elemenata, sadržajnih elemenata i opreme na senzacionalizam novinskih napisa, 2017., doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Zagreb. URL: <https://www.bib.irb.hr/1045707> (2022-04-14)
21. Stipčević, Aleksandar. Povijest knjige. Zagreb : Matica hrvatska, 2006.
22. Svijet. URL: <https://svijet.com.hr/> (2022-05-30)
23. Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju – Split. URL: <http://gogss.hr/profjukic/graficka-tehnologija-2/> (2022-04-13)
24. Štimac Ljubas, Vlatka. O riječima, leksikografski. Zagreb: Durieux, 2017.
25. Teorija i kultura mode: Discipline, pristupi, interpretacije, 2018. URL: <https://www.bib.irb.hr/944963> (2022-04-14)
26. The digital revolution. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/The-digital-revolution> (2022-04-13)

27. The University of Mississippi. What is graphic design? URL: <https://art.olemiss.edu/what-is-graphic-design/> (2022-04-13)
28. Typography. // Britannica, 2022. URL: <https://www.britannica.com/technology/typography> (2022-04-14)
29. Velagić, Zoran...[et.al.]. Elektroničko nakladništvo? Zagreb : Naklada Ljevak, 2017.
30. What is the digital revolution? URL: <https://courses.reaktor.education/en/courses/digital-revolution/the-digital-revolution/what-is-the-digital-revolution/> (2022-04-13)
31. Wodak, Ruth. Disorders of discourse. London: Longman, 1996.
32. Zubac, Andreja. Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine. // Knjižničarstvo : glasnik Društva knjižničara Slavonije, Baranje i Srijema 20, 2(2016). URL: <https://hrcak.srce.hr/239643> (2022-04-14)

8. Prilozi

Slika 1. Naslovnica *Svijeta*, veljača 1956.

Slika 2. Naslovnica *Svijeta*, travanj 1996.

Slika 3. Naslovnica *Svijeta*, veljača 1957.

Slika 4. Naslovnica *Svijeta*, siječanj 1970.

Slika 5. Naslovnica *Svijeta*, veljača 2003.

Slika 6. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, siječanj 1955.

Slika 7. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, srpanj 1996.

Slika 8. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, ožujak 2015.

Slika 9. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, siječanj 1969.

Slika 10. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, siječanj 2018.

Slika 11. Unutarnja stranica časopisa *Svijet*, veljača 2003.

Slika 12. Elektroničko izdanje časopisa *Svijet*