

Održavanje sadržaja knjige kroz prikladan dizajn omota

Drašković, Ana Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:821633>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-01**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

Ana Marija Drašković



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

Smjer: Dizajn grafičkih proizvoda

ZAVRŠNI RAD

ODRAŽAVANJE SADRŽAJA KNJIGE KROZ PRIKLADAN DIZAJN OMOTA

Mentor:
Prof.dr.sc. Maja Brozović

Student:
Ana Marija Drašković

Zagreb, 2020

SAŽETAK

Rad će proučavati čimbenike pomoću kojih dizajn omota knjige ispunjava funkcionalnu i estetski zadovoljavajuću cjelinu. Pružit će se uvid u povijesnu pozadinu omota knjige kako bi se vidila njegova evolucija kroz mnoge oblike i trendove dok nije postao onakvim kakvog ga znamo danas. Nadalje, analizirat će se fotografija, ilustracija, tipografija i boja, koji čine vizualne elemente korištene pri izradi kompozicije omota. Zatim će se uočiti razlikovanje tih elemenata kroz pojedine žanrove knjiga gledajući zajedničke karakteristike priloženih primjera za svaki žanr. Cilj ovog istraživanja je uočiti ono što stoji iza uspješnog dizajna omota koji na učinkovit način reflektira sadržaj knjige, a u isto vrijeme privlači pažnju i budi interes potencijalnog čitatelja. Rad će također prikazati praktičnu primjenu kroz redizajn omota odabrane knjige. Očekivani rezultat će biti postignuto razumijevanje o dizajnu omota knjige kroz analizu svih relevantnih komponenti, te uspješna primjena naučenog.

Ključne riječi: omot knjige, žanr, redizajn, kompozicija, vizualni elementi

ABSTRACT

This study looks at factors that allow book cover design to be a functioning and an aesthetically pleasing whole. It will provide insight into the historical background of book covers to see its evolution through many forms and trends before it had become how we know it today. Furthermore, photography, illustration, typography and color will be analysed, as they make up the visual elements used in the making of a book cover. The distinction of those elements will be shown through individual book genres, taking note of common characteristics in the examples that are showed for every genre. The goal of this research is to understand what constitutes a good book cover design that efficiently reflects the contents of the book, but at the same time drawing attention and awakening interest in the potential reader. The study will also show the practical application through a redesign of a chosen book cover. The expected result will be achieved understanding of book cover design through analysis of all relevant components and a successful application of acquired knowledge.

Key words: book cover, genre, redesign, composition, visual elements

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. OMOT KNJIGA KROZ POVIJEST	2
2.1. Prve knjige i zaštitna uloga omota	2
2.2. Razvoj tiskarske tehnologije i pad vrijednosti knjige	3
2.3. Prva pojava grafičkog dizajna	4
2.4. Omot kao marketinško sredstvo	8
2.5. Omot u doba digitalizacije	11
3. VIZUALNI ELEMENTI DIZAJNA OMOTA KNJIGE	12
3.1. Fotografija	12
3.2. Ilustracija	14
3.3. Tipografija	16
3.4. Boja	19
4. DIZAJN OMOTA KNJIGE OVISNO O ŽANRU	23
4.1. Fikcijske knjige	23
4.1.1. Romansa	23
4.1.2. Akcija i avantura	25
4.1.3. Triler	26
4.1.4. Horror	28
4.1.5. Znanstvena fantastika	30
4.1.6. Fantazija	32
4.2. Ne-fikcija	34
4.2.1. Biografija i autobiografija	34
4.2.2. Putopisi	35
4.2.3. Enciklopedija	37
4.2.4. Kuharica	38
5. REDIZAJN ODABRANOG OMOTA	40
6. ZAKLJUČAK	44
7. LITERATURA	45

1. UVOD

Omot knjige je sve ono što štiti knjigu od vanjskih štetnih utjecaja i drži stranice na okupu. Također je podloga za naslovnice, a njen cilj je prenijeti vizualnu poruku koja komunicira informacije o sadržaju.

Omot knjige sastoji se od tri dijela: prednja strana, stražnja strana i hrbat. Prednja strana ili naslovnica nosi naslov knjige, ime autora i slikovni sadržaj. Na poleđini, tj. stražnjoj strani korica, može se ponuditi ulomak knjige, kratak sadržaj knjige, bilješka o autoru ili citat iz recenzije iz nekih novina. Hrbat knjige obično sadržava autora ili urednika, naslov knjige, izdavača i logo izdavačke kuće. Osim omota, knjiga može imati i košuljicu. Košuljica u određenoj mjeri služi kao zaštita knjige, a nekada kao marketinško sredstvo. Svaka košuljica ima preklop. On je idealno mjesto za reklamiranje i za informativne tekstove.

Ono što je još važno spomenuti vezano za omot knjige, a tiče se ovog rada, je dizajn samog omota. Dizajn korica ili omota knjige treba na kreativan način predstaviti srž knjige i zaintrigirati čitatelja. No on ima još veću svrhu a to je da služi kao marketinško sredstvo na temelju koje će kupac kupiti knjigu. Ovo se postiže dobrim dizajnom naslovnice koja može privući pažnju i zadržati pogled potencijalnog kupca dovoljno da probudi interes za knjigom.

Cilj ovog rada je opisati povijesni razvoj izrade dizajna omota, opisati vizualne elemente koji se koriste u dizajnu, te pokazati kako se dizajn mijenja ovisno o žanru knjige. Na taj način će se prikazati svrha dizajna omota, a to je da na kreativan način predstavi sadržaj knjige i privuče pažnju.

2. OMOT KNJIGA KROZ POVIJEST

2.1. Prve knjige i zaštitna uloga omota

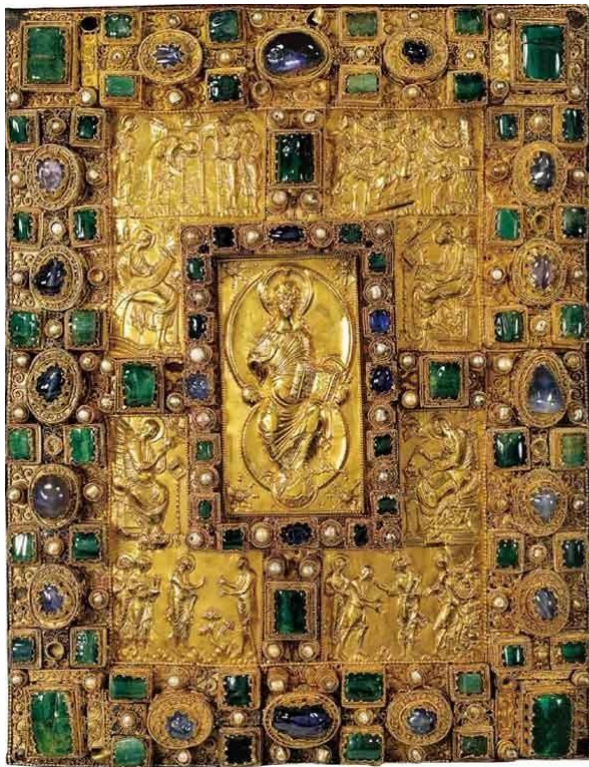
Omot knjige se pojavio u 1. stoljeću zajedno sa najstarijim oblikom knjiga - kodeksom - dvije ili više voskom premazanih tablica spojenih vrpcom (Slika 1.) [1]. Kodeks je zamijenio papirusne svitke. Isprva je pisan na pergamentu, a poslije i na papiru[2].



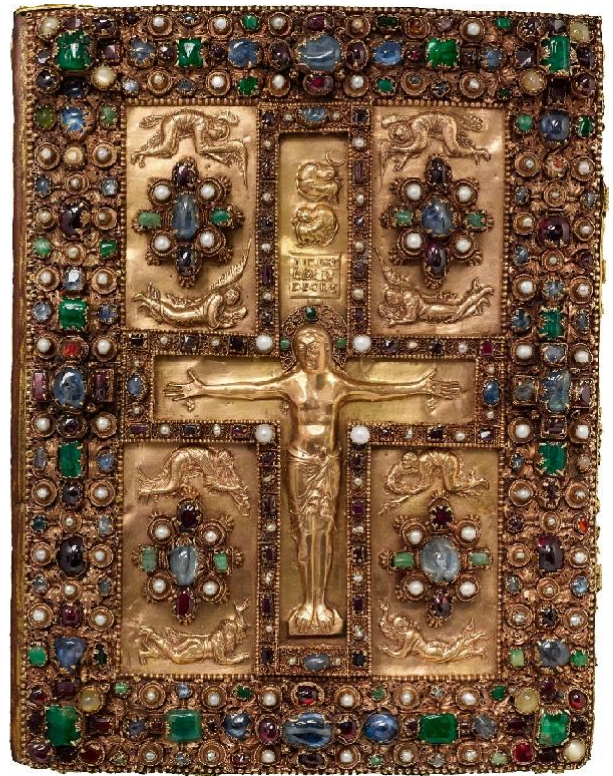
1. Rimski kodeks

Prve knjige su izgledale dosta drugačije od današnjih. Do izuma tiskarskog stroja 1450. godine, knjiga je bila medij rezerviran za učenjake. Čuvala se na istom mjestu, a prosljeđivala kao blago.

Iako je imao zaštitnu ulogu, omot je zbog svoje izrade bio djelo samo po sebi, te je smatran jednako vrijednim sadržaju knjige. Tada su karakteristike omota bili reljefi, drago kamenje, bjelokost, svila, zlatne i srebrene niti, ... (Slika 2.) [3], (Slika 3.) [4]. Ilustrirao je svetost knjige. Do kraja 15. stoljeća, knjige su se radi zaštite često zatvarale sa metalnim ili kožnim kopčama.



2. Kodeksi evandelja



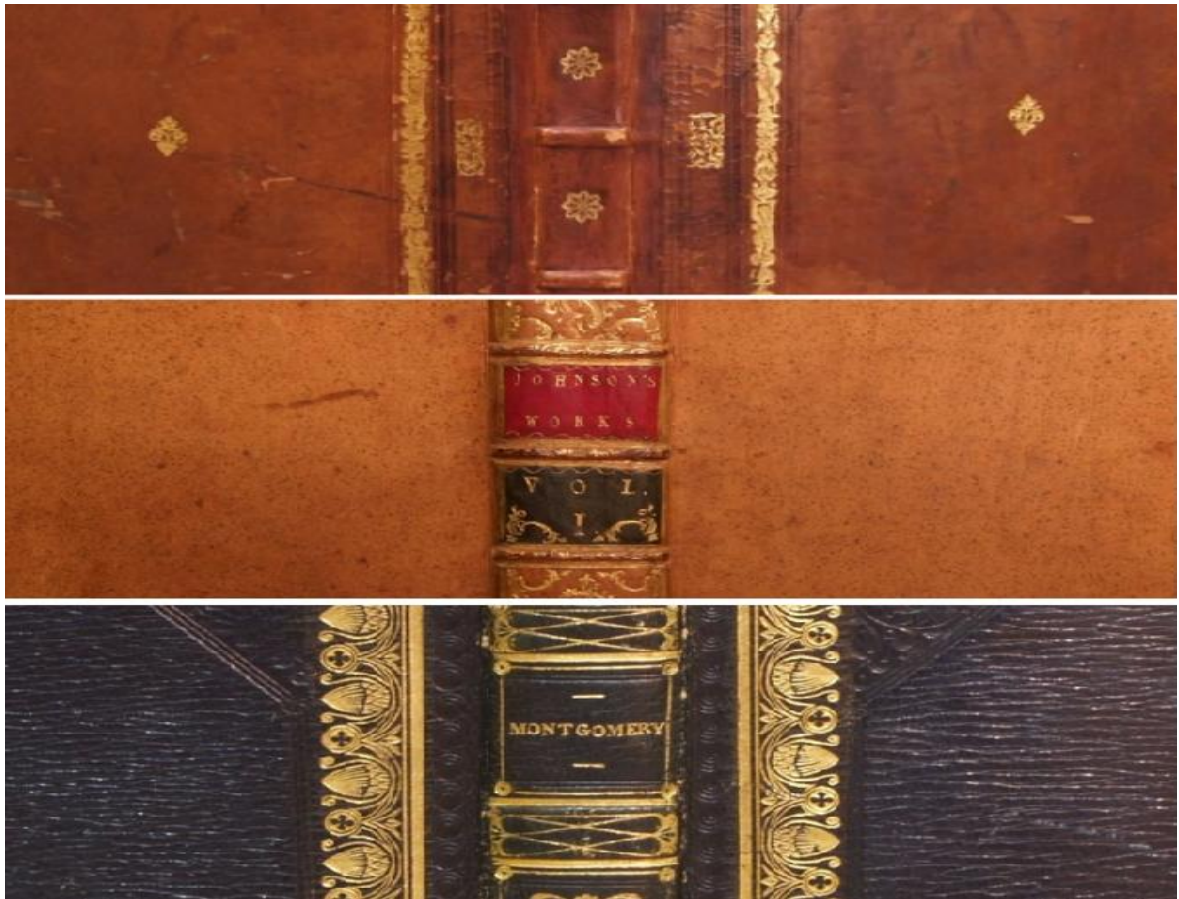
3. Kodeksi evandenja

2.2. Razvoj tiskarske tehnologije i pad vrijednosti knjige

Revolucija se dogodila 1450. godine kada je Johannes Gutenberg izumio tiskarski stroj, koji je zamijenio dotadašnje pisanje knjiga rukom. Proces stvaranja knjiga postaje jednostavniji, brži i jeftiniji. Tada je započela lavina kopija knjiga koje su bile manje vrijedne. Knjiga je kao svojevrsno blago počela gubiti na vrijednosti.

Knjiga se kupovala bez omota, samo sa privremenim šavom. Kupac je dalje mogao odnijeti knjigu stručnjaku za uvezivanje, te izabrati željeni stil omota: potpuna koža, papir, zlatni vez, naglasci u boji, reljefni ukrasi... ovisno o tome koliko je mogao platiti.

U 17. i 18. stoljeću, popularni postaju kožni omotisa zlatnim rubom, ponekad obojeni plavom ili crvenom bojom (Slika 3.) [5].



3. Primjeri kožnog omota

Knjige su postajale sve sofisticiranije, no sve ih je lakše izraditi zbog tehnologije koja omogućuje jednostavnije tehnike uvezivanja. Ubrzo prestaje potreba odlaska stručnjaku za uvezivanje jer su tiskari uključili uvezivanje u izradu same knjige.

2.3. Prva pojava grafičkog dizajna

Knjiga postaje lijepi predmet kojemu omot ne služi samo za zaštitu, već opisuje i ilustrira njezin sadržaj. Koriste se reljefne i zlatne ilustracije. Tkanina je zamijenila kožne omote (Slika 4.) [6].



4. Primjeri omota od tkanine

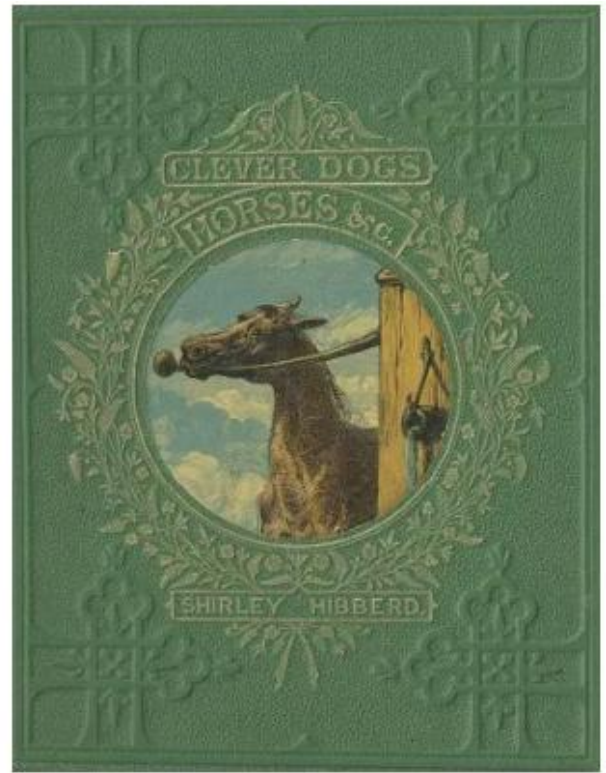
U 19.stoljeću poklanjanje knjiga postaje društveni običaj. Pojavljuje se vanjski omot za knjige koji se može skinuti. Služio je za zaštitu knjige tijekom prijevoza, ali i kao ukras za zamatanje poklona. Bio je ilustriran i zapečaćen voskom. Za ilustraciju su se koristili akvarelni umetci na svili ili papiru (Slika 5.) [7]. Svila bi se obično rastrgnula prilikom otvaranja. Taj omot je preteča današnjih košuljica za knjige.



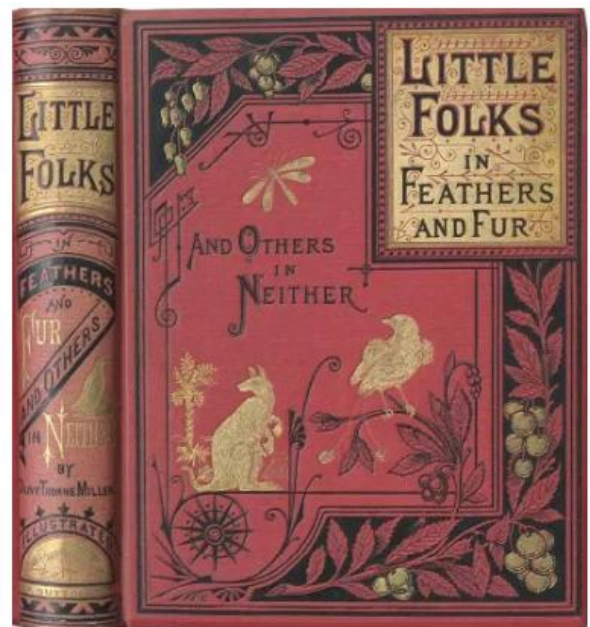
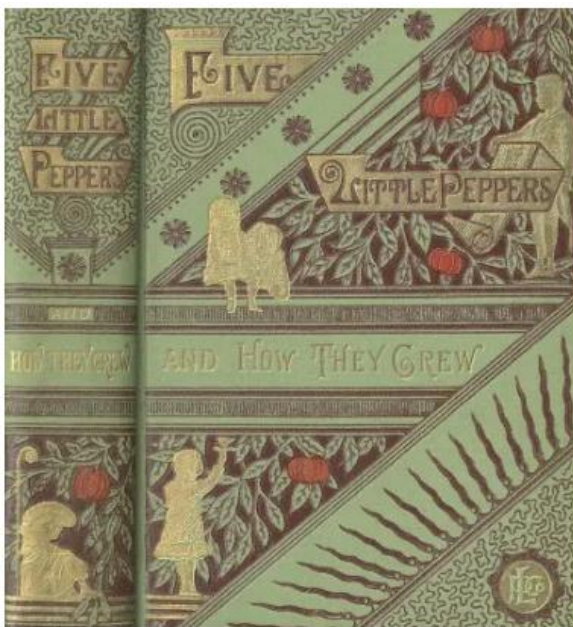
5. Vanjski omot od svile (lijevo) i papira (desno)

Već početkom 19. stoljeća ilustracije su se tiskale pomoću tehnike litografije. Osim litografije koristila se i tehnika fotogravure za identičnu reprodukciju crteža bez ručnog graviranja.

Otkrivena je tehnika kromolitografije zbog čega nastaje omot knjige u boji (Slika 6.) [8]. Ta tehnika je preteča četverbojnog tiska. Slike su omogućile uspješniju prodaju knjiga stoga su izdavači izrađivali omote zanimljivog dizajna te su bili prekriveni bojama. Porastao je broj specijaliziranih ilustratora. Jednobojni dizajn je izašao iz mode, koriste se kreativne i inovativne kompozicije (Slika 7.) [9].



6. Omoti u boji

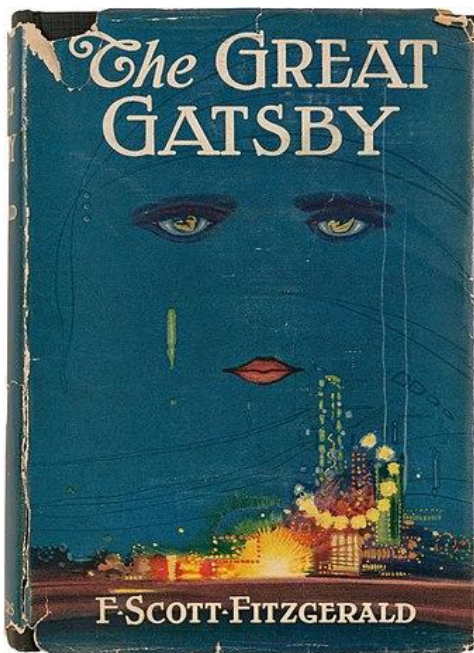


7. Kreativne kompozicije

Omoti u boji i ilustracije na naslovnici su postajali sve popularniji dok konačno nisu doživjeli zlatno doba kasnih 1800-ih i ranih 1900-ih. Dizajn omota knjige postaje umjetnost koja ima dvojnju ulogu: najaviti sadržaj knjige, te privući pozornost.

2.4. Omot kao marketinško sredstvo

U 20. stoljeću iz ekonomskih razloga izravno ručno ukrašavanje tkanine omota postaje preskupo. Pojavljuju se košuljice za knjige. Razvoj tehnike polutona omogućuje strojno tiskanje raznobojnih košuljica. Košuljice su nekada korištene kao jednostavna zaštita, a sada malo po malo dobivaju na važnosti. Prestaju biti otpad, zadržava ih se radi lijepog izgleda. Izdavači upošljavaju umjetnike za njihov dizajn. Košuljice postaju kolekcionarskim predmetima, osobito one košuljice dizajnirane u Art Deco stilu. Neke vrijede više od samih knjiga koje prekrivaju.

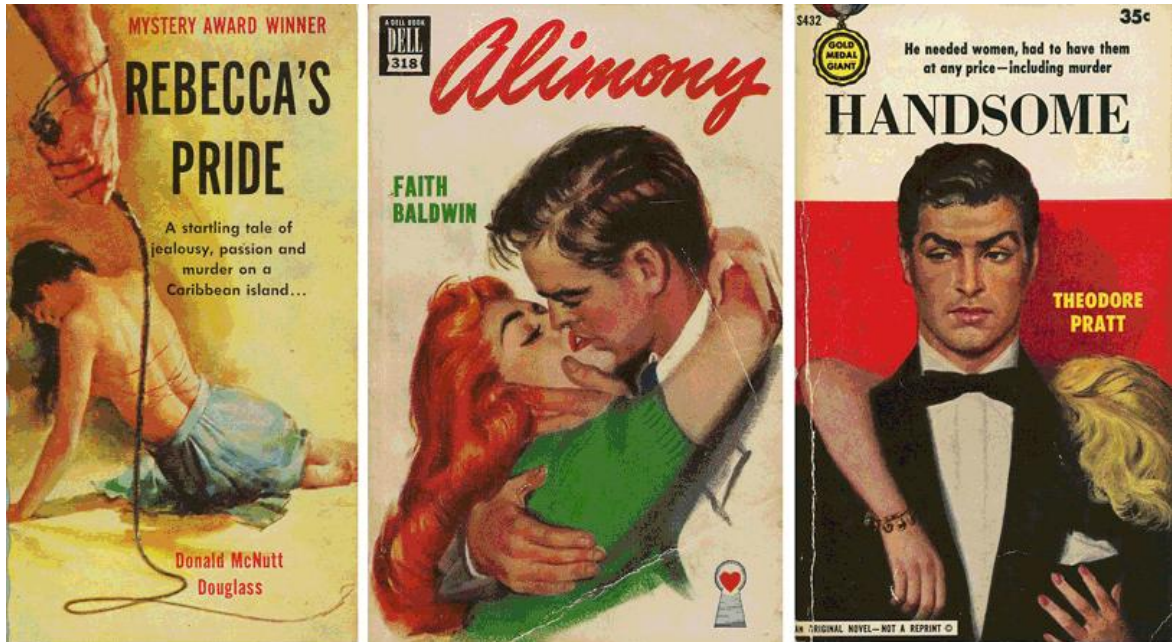


Najpoznatiji primjerak je košuljica na prvom izdanju knjige Veliki Gatsby (Slika 8.) [10], objavljene 1925. godine. Bez košuljice, knjiga se cijeni na tisuću dolara. Sa košuljicom, može vrijediti dvadeset do trideset tisuća dolara, ili više[11].

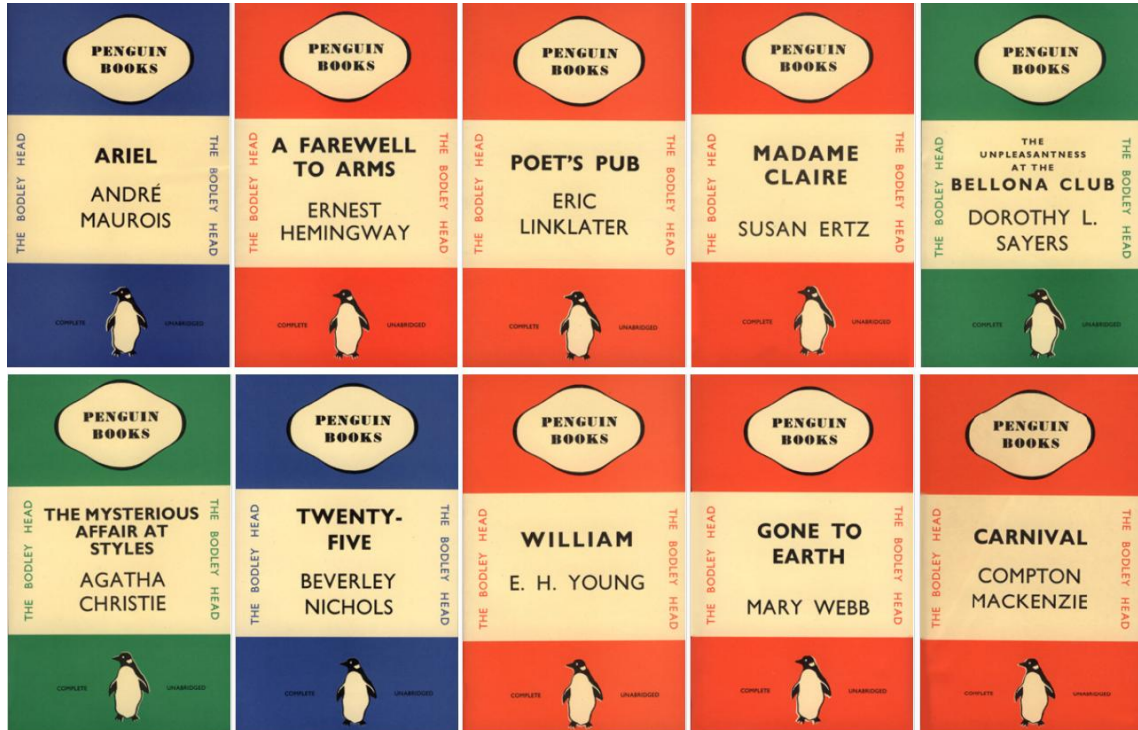
Grafički dizajn sve više dobija na važnosti. Služi kao prodajno sredstvo, i način da se izgradi prepoznatljiv brand u sada kompetitivnoj industriji.

8. Košuljica Velikog Gatsbyja

U SAD-u izdavači u pokušaju da prodaju što više knjiga koriste provokativan dizajn pun napadnih boja, nasilja, te golišavih ženstvenih i muževnih portreta (Slika 9.) [12].



9. Provokativni dizajn



10 Pingvin edicije

U Ujedinjenom Kraljevstvu, Allen Lane Williams dolazi do ideje da tiska poznata književna dijela Hemmingwaya, Agathe Christie i drugih, u džepnoj veličini, te ih prodaje po niskoj cijeni i distribuira po često posjećenim mjestima u Londonu. Problem je bio što je izdavačima meki omot bio sinonim za lošu literaturu, te su smatrali da čitatelji takve vrste literature neće imati želju čitati "prave" knjige s više literarnog sadržaja. Allen je slijedio svoju ideju i 1935. godine osnovao izdavačku kuću Penguin. Poznati logo u obliku pingvina dizajnirao je Edward Young. Young je također izradio naslovnice u obliku horizontalnog triptiha, s jednom bojom po žanru: narančasta za fikciju, zelena za kriminal, tamnoplava za biografije, bordo za putovanja i avanture, crvena za drame, itd. (Slika 10) [13]. Tako je stvorio jednostavan i prepoznatljiv dizajn koji je uvelike doprinio uspjehu poduhvata. U prvih deset mjeseci izdano je čak milijun knjiga [14].

U Francuskoj izdavačka kuća Gallimard izdaje uspješne knjige kremasto bijele boje omota (Slika 11.) [15], koja se isticala među nisko-kvalitetnom žutom bojom istovremenika. Za tipografiju se koristio Didot koji je doprinjeo klasičnom i prestižnom dojmu. Ta kolekcija knjiga je obuhvatila najvažnije autore francuske književnosti. Njezina boja je dala naziv takozvanoj "bijeloj" književnosti, na koju se gledalo kao na odvojeni književni stil, nasuprot "crnim" romanima i drugim detektivskim knjigama.



10. Bijela kolekcija Gallimard knjiga

2.5. Omot u doba digitalizacije

Kako je izrada fizičkih omota postajala sve jednostavnija i jeftinija, tako je grafički dizajn koji se na njima nalazi postajao sve važniji. U današnje digitalno doba, mnoge knjige uopće i ne postoje u fizičkom obliku. S pojavom elektroničkog čitača knjiga Amazon Kindle 2007. godine, digitalne knjige su postale toliko popularne da se pretpostavilo da će izdavanje knjiga u fizičkom obliku potpuno nestati, što se ipak nije dogodilo. Grafički dizajn omota knjige nije izgubio na svojoj važnosti. Dapače, omot digitalne knjige postaje čisti grafički dizajn.

3. VIZUALNI ELEMENTI DIZAJNA OMOTA KNJIGE

Prilikom dizajna omota knjige prevalentni su određeni elementi koji su zaslužni za prenošenje poruke, postavljanja teme i doživljavanja raspoloženja a to su fotografija, ilustracija, tipografija i boja. Postoje mnoge varijacije i različiti načini na koji se ovi elementi, ili samo jedan element, mogu iskoristiti. Svaki od ovih elemenata nosi svoju teoriju pa je bitno razumijeti što čini svaki od njih da bi dizajn omota knjige bio što uspješniji.

3.1. Fotografija

Kaže se da slika vrijedi tisuću riječi, to je posebno primjenjivo kod dizajna omota knjige gdje fotografija priča priču u samo jednom pogledu. Ljudski mozak je sposoban uočiti i razumijeti sliku u samo djeliću sekunde, a to je posebno bitno kada kupac prelazi pogledom preko stotine različitih knjiga od kojih svaka mora stvoriti utisak i privući pažnju.

Fotografija u mnogim slučajevima ima puno veću mogućnosti dočaravanja nekog prizora, osjećaja ili ambijenta za razliku od riječi pa se tako, kao sredstvo vizualne komunikacije, često koristi kao dodatak da bi se lakše shvatilo neke tekstove, dalo perspektivu i slično. Pomoću fotografija se trenutno komuniciraju različite ekspresije i osjećaji kao radost, tuga, poniznost, a fotografov posao je da uspješno prepozna trenutak i zabilježi ga iz jedinstvene perspektive prenoseći raspoloženje.

Gledajući unatrag, fotografija je imala mnogo uloga. Prilikom njena izuma cilj je bio zabilježiti prizor i sačuvati ga kroz veliki vremenski period. Za tu svrhu se koristi i dan danas u digitalnom dobu da se sačuvaju uspomene, mjesta, ljudi u namjeri da traju dulje od predmeta koji se slikavaju. Uz fotografiju se mogu doživjeti i prenositi prizori dalje od mjesta njihova nalaženja stoga je fotografija odličan alat za očuvanje lokacija i događaja te njihovo prenošenje kao informacije.

Osim za svrhu snimanja i očuvanja trenutka bitna je i funkcija estetike. Fotografija se smatra umjetnošću, ali se često prelazi preko te činjenice zbog toga što je ona alat kojim se velik dio ljudi koristi svom svakidašnjem životu. To rezultira u velikoj količini

amaterskih fotografija. Untoč tome, fotografija svejedno ostaje vrstom umjetnosti, jer je ona može biti sredstvo ekspresije, prenositelj emocija i utjecajan alat. Fotograf prilikom zabilježavanja trodimenzionalnog prizora na dvodimenzionalnoj podlozi iz određene perspektive ima na raspolaganju mnoštvo pravila kompozicije koja su ugodna ljudskom oku i zadovoljavaju načela estetike. Fotografija se smatra umjetnošću jer posjeduje slijedeće karakteristike: dokumentarstvo, fotonovinarstvo, selekcija boje, prisutnost talentiranih fotografa i dostupnosti kritičara.

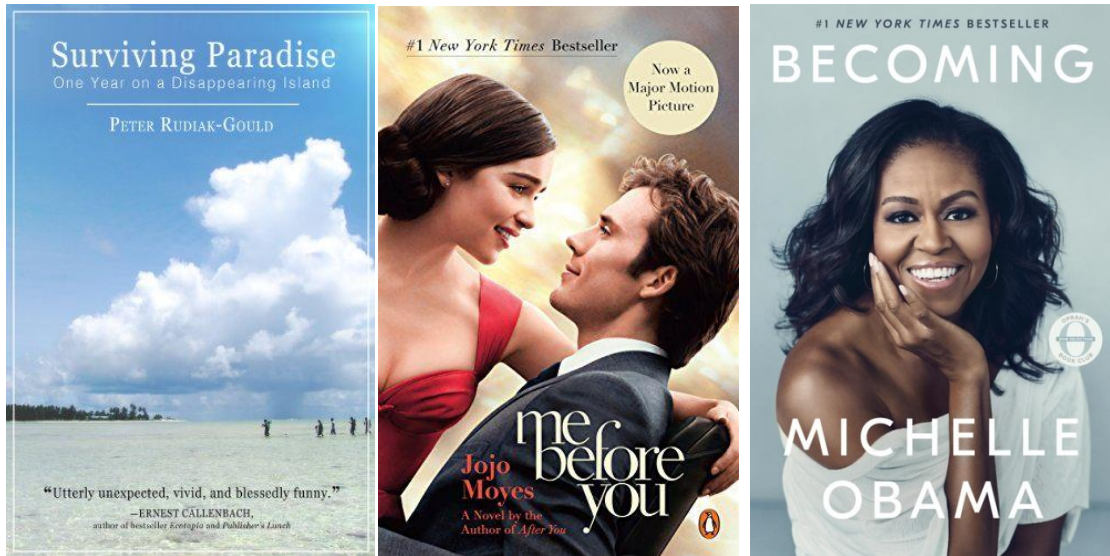
Postoji nekoliko elemenata koji čine jezik fotografije. Predmet slikanja je prvo što se traži i bitan je način na koji se slika. Svjetlo je jako bitan aspekt fotografije i odličan je alat za postavljanje raspoloženja i emocija slike. Trenutak slikavanja je odluka u koje doba dana se stvara slika predmeta i mora se izabrati u skladu s pričom koja se želi reći. Kompozicija se sastoji od niza pravila postavljanja elemenata na prizoru koji su ugodni ljudskom oku, i bitan je pri svim oblicima umjetnosti pa tako i u fotografiji. Boje pridonose efektu slike i njihova sama pojava signalizira određene poruke i na to se mora obratiti pažnja pri njihovom dodavanju. Priča je skup svih ovih elemenata, koju fotograf priča na vizualni način i sredstvo je snažne impresije na gledateljev pogled jer ima mogućnost ostati u svijesti dugo vremena.

Što se tiče fotografija koje su namjenjene za omot knjige postoje karakteristike koje su općenito poželjne. Knjiga na svojoj naslovnici mora sadržavati tekst koji čita naslov knjige, ime autora, naziv izdavačke kuće i po prilici još neke podatke pa je poželjna fotografija sa negativnim prostorom za lakše čitanje teksta (slika 12.) [16].

Knjige na svojoj naslovnici često prikazuju određene likove, ovisno o žanru ti likovi će biti drugačiji i slikani na različite načine. No jedna stvar im je svima zajednička: intriga. Barem jedan lik mora biti zanimljiv (slika 13.) [17], (slika 14) [18]. a u isto vrijeme mora biti podložan poistovjećivanju od strane publike. Osjećaj osobnosti i jedinstvenosti je važan za čitatelja, no u isto vrijeme loše je ako je lik odviše glamurozan.

Žarišna točka je još jedan bitan sastav fotografija za ovu namjenu jer omot treba privlačiti pažnju. Zbog potrebe da tekst bude raspoznatljiv treba paziti da teksture i

detalji ne narušavaju čitkost. Poželjne su pregledne kompozicije čiji je naglasak na perspektivi. Bit slike treba biti očita.



12. Primjer omota sa fotografijom koja ima puno negativnog prostora

13. Primjer omota sa fotografijom likova

14. Primjer omota sa fotografijom lika

3.2. Ilustracija

"Ilustracija je ukras, interpretacija ili vizualno objašnjenje teksta, koncepta ili procesa." [19] Ona je jako stara umjetnička forma i ima bogatu prošlost od vjerske upotrebe do književnih prikaza. Ima povijesnu i kulturnu važnost jer se od prehistorije koristila da pomogne objasniti kompleksne kulturalne i društvene poruke. Izum fotografije je jako ugrozio ilustratore, crtače i slikare, no unatoč tome ilustracija je ostala popularna tehnika do dan danas. Najčešće je se povezuje sa djecom i dječjim prikazima jer su oni jako privučeni crtežima i njihovom mogućnošću stvaranja kreativnih i zabavnih slika.

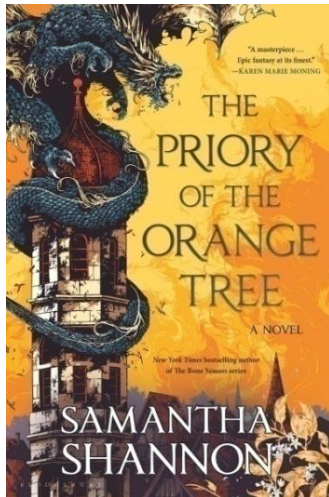
No ilustracije nisu isključivo dječje, one su snažan alat za prenošenje i objašnjenje poruka i koncepata, a pogotovo je korisno za reprezentiranje apstraktnih ideja i prenošenje prizora koji su preambiciozni za fotografiju. Ovo se može primjeniti u edukaciji gdje se često govori o kompliciranim pojmovima koji se ne mogu vidjeti golim okom, pa se takav princip ilustrira kao vizualna reprezentacija. Činjenica je da ljudski mozak funkcionira na takav način da percipira vizualnu informaciju potpuno i brzo te duže opstaje u sjećanju.

Prilikom čitanja imamo sklonost primijetiti ilustraciju prije čitanja teksta, pa se može navesti nevoljne čitače na nešto što bi u drugom slučaju izbjegli. Uz to, ilustracija dodaje vizualni interes, reflektira ton pripovijesti i čini shvaćanje lakšim kroz vizualne znakove. Razjašnjava, prezentira informaciju i čini je zanimljivijom za probaviti.

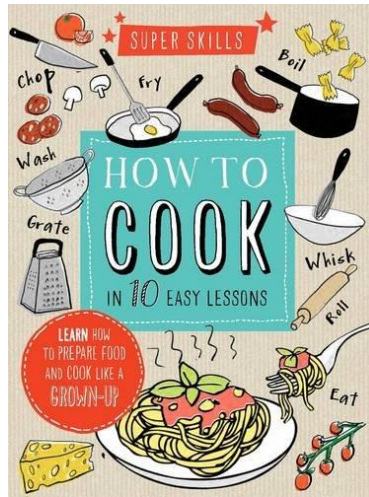
Slike stimuliraju osjete i potiču različite emocijske odgovore, stoga se poseže za njima kada se želi uključiti i zabaviti čitatelja. Koristi se da bi inspiriralo i obogatio maštu kroz različite načine gledanja i razmišljanja i promoviranje slobodnog razmišljanja. Ilustracija nije ograničena stvarima koje su nemoguće fotografiji i filmu. Nema granice onomu što ilustracija može iskazati. Osim izravne vizualizacije, ilustracija daje osjećaj osobnosti riječima, kao i šarm, humor i dodir ljudskosti materijalu koji je inače neprivlačan.

Ilustracija kao i fotografija je vizualno sredstvo koje dočarava prizore, trodimenzionalne objekte svedene na dvodimenzionalni oblik. Ilustracija ide korak dalje od fotografije jer je sposobna prikazati jednu formu stiliziranu na nebrojeno puno načina. Od realistične do geometrijske, zalazeći sve do apstrakcije pri tom koristeći različite linije, oblike i plohe ovaj element može prikazati raznolike prizore i izazivati razna raspoloženja (slika 15) [20], (slika16.) [21], (slika17) [22].

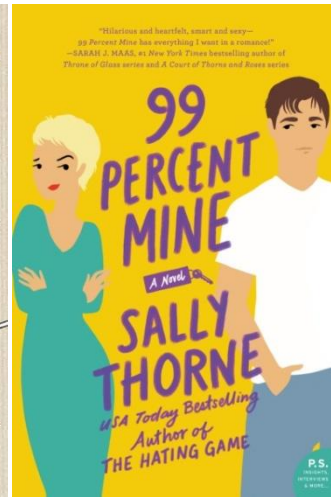
Prilikom dizajna ilustracija privlači pažnju, promovira slučajeve i utječe na način na koji se neki proizvod percipira. Potiču se reakcije u ljudima, bilo da kupe, privuku, odvrte, čitaju ili nauče o proizvodu ili usluzi. Vrijednost se nalazi i u mogućnosti da učine izgled lijepim, prijateljski nastrojenim, poželjnim i kao da ima osobnost. Sve ovo utječe na želju da se nešto konzumira ili barem da se probudi interes.



15. Primjer omota koji koristi ilustraciju



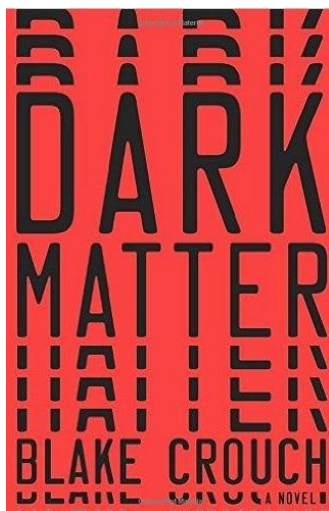
16. Primjer omota koji koristi ilustraciju



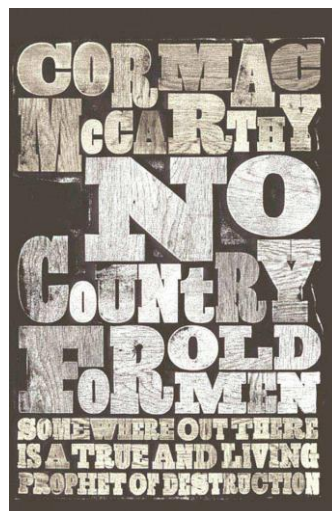
17. Primjer omota sa ilustracijom

3.3. Tipografija

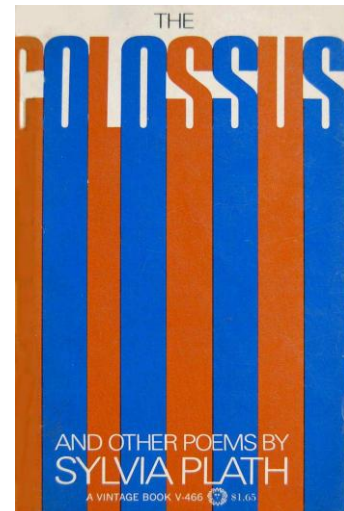
Od svih elemenata dizajna omota knjige, tipografija je ključan element bez kojeg se ne može. Isto kao što se osobe predstavljaju prilikom upoznavanja, tako slovni znakovi identificiraju knjigu i predstavljaju temu knjige i autora publici koja se upoznaje sa knjigama. Neizbježno pravilo je da svaka knjiga sadržava naslov i autora na naslovnici, a nerijetko ima sažetak knjige na poleđini te naziv izdavača negdje na omotu. Tipografija je prilikom korištenja slovni znakova neizostavan element kojeg treba birati sa pažnjom i brigom (Slika 18.) [23], (Slika 19.) [24], (Slika 20.) [25].



18. Primjer omota koji se koristi samo tipografijom



19. Primjer omota samo sa tipografijom



20. Primjer omota samo sa tipografijom

"Tipografija je umjetnost i tehnika slaganja slova da bi se pisani jezik učinio čitljivim, čitljivim i privlačnim kada je prikazan." [26] Tipografija se razvila istovremeno sa pisanim jezikom zbog potrebe da slova i simboli budu čitki, uredni, razumljivi i privlačni stoga je pravilo da tipografija mora zadovoljavati estetsku i uporabnu svrhu. Danas postoje mnoge vrste tipografije od kojih je svaka vizualno povezana sa uvjetima njenog nastanka, a stvaratelji su s umjetničkog aspekta koristili različite stilove linija; veličine, visine i širine slova i tako stvorili različitost među fontovima stoga postoje različite klasifikacije. Grafički dizajn kao sredstvo komunikacije uvelike ovisi o tipografiji i njezinoj sposobnosti da izrazi i nadopuni poruku, te nadodavanju njegovoj vrijednosti i jasnoći. Prilikom dizajniranja potrebno je odabrati font koji stilom, tonom, raspoloženjem i vrijednostima odgovara dizajnu te je potrebno razumjeti koje su točno komponente koje čine tipografiju. Pravi izbor tipografije koji je pogodan za medij koji se koristi je složenije nego što se čini zbog stilova fonta koji su stvarani za specifične primjene i njihova svojstva su napravljena da bi zadovoljili određenu svrhu.

Fontovi imaju važnu ulogu u komuniciranju i motiviranju publike da se još više zainteresiraju za određeni proizvod ili uslugu te mogu jasno objasniti o kakvoj vrsti tvrtke ili proizvoda se radi. Kvalitetna tipografija pridonosi smanjenom naprezanju tijekom čitanja. Slova bi trebala biti jasna i čitka, ovisno, naravno, o vrsti i namjeni proizvoda.

Za veće količine teksta u kojima su detaljno obrađene informacije najbolje je koristiti lako čitljive bez serifne fontove srednje debljine linija koje omogućavaju čitanje bez naprezanja očiju. Naslovi trebaju biti pisani fontovima debljih poteznih linija i znatno veći u odnosu na podnaslove i naravno tekući tekst. Naslov također može koristiti font tanke debljine linija. U tom slučaju potrebno je prilagoditi veličinu tog naslova kako bi dolazio do istog izražaja kao i naslov debljih poteznih linija. Kod odabira naslovnih fontova najbolje bi bilo koristiti one koji su vizualno unikati u odnosu na sve ostale pa čak i dramatični.

Baš kao što se sa dizajnom svih ostalih vizualnih medija mogu iskomunicirati različite poruke, tako svaki font ima svoje značenje, primjenu, osobnost i raspoloženje.

Serifni fontovi kao fontovi koji su prisutni od 15.og stoljeća i široko su korišteni osobnost im se očituje kao tradicionalna, sofisticirana, pouzdana, praktična i formalna. Isto tako imaju skupinu raspoloženja kojom odišu a to su stabilnost, ugled, bezvremenost, formalnost, tradicija.

Postoje serifi koji nisu dizajnirani samo kao klasični oblik, već postoje novije verzije koje dobivaju moderan izgled, pa takvi moderni serifi imaju novi skup raspoloženja a to su visoka moda, glamur, finoća, čistoća, luksuznost.

Kada je riječ o bezserifnim fontovima osobnost im je modernost, čistoća, geometrija i univerzalnost. Raspoloženja koja bude su jednostavnost, senzibilnost, izravnost, čitljivost i neutralnost.

Rukopisni fontovi imaju elegantnu, klasičnu, formalnu, sofisticiranu i stilsku osobnost. Raspoloženje koje dozivaju je ženstvenost, luksuznost, elegantnost, ljepota.

Slab serif iskazuje odvažnost, suvremenost, solidnost i prijateljstvo. Korisnik prilikom čitanja doživljava važnost, evidenstvenost, odvažnost i utjecaj.

Neproporcionalni fontovi sa svojom pravilnom formom daju tehnički dojam, sofisticirani su, izraziti i uglati.

Raspoloženja fontova se odnose i na težinu i stil fonta pa tako bold fontovi predstavljaju dominaciju, galantnost, bitnost, uvažnost, a italik fontovi distinktnost, pokret, dekorativnost, kolokvijalnost. Tanki i lagani fontovi su ugodni oku, no takav font ne privlači pažnju pa prenosi konotaciju osjetljivosti i brige. Polu boldani fontovi sadrže maksimalnu jedinstvenost oblika, održavaju čitljivost i davaju značenje tekstu. Boldani stilovi fonta su dizajnirani da privlače pažnju na kratke fraze, nisu laki za pročitati, ali ne ostavljaju izbora. Izrazito podebljani fontovi stvaraju osjećaj težine, moći i pojačavaju postojeća svojstva fonta , koriste se da probude brz emocionalni odgovor.

Širina znakova fonta, kao i njihova težina, brzo se prepoznaju i snažno utječu na čitljivost i vidljivost pisma. Stilovi fonta pravilne širine poželjniji su za čitanje, dok su druge varijante - sažete i proširene - vrlo specifične i imaju različite emocionalne asocijacije.

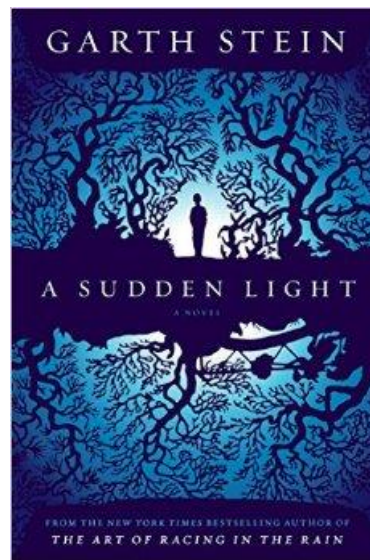
3.4. Boja

Boja ima više definicija, jedna od njih je karakteristika vizualne percepcije opisana kroz kategorije boja kao crvena, žuta, plava, zelena, narančasta, ljubičasta. Ova percepcija boja proizlazi iz stimulacije fotoreceptora u ljudskom oku pomoću elektromagnetskog zračenja.

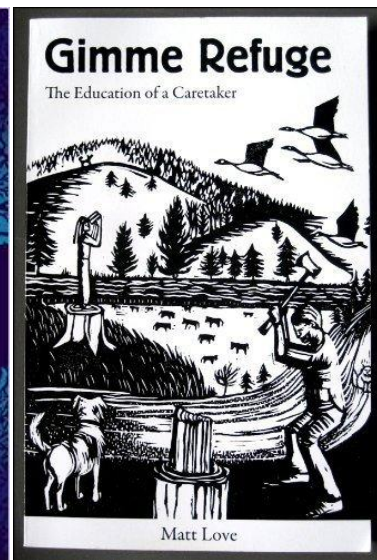
Boja je svojstvo kojeg ljudsko oko percipira na svemu pa tako i na omotu knjige. To se odnosi i na kromatske (slika 21.) [27], (slika22.) [28] i na akromatske boje (slika 23.) [29], a čak i ako je izostavimo, omot će poprimit boju materijala od kojeg je napravljen. Zato je razumno izabrati i iskoristiti boje radi njihove estetske funkcije ali i radi jednako bitne funkcije nadopunjavanja poruke koju neka kompozicija prenosi.



21. Primjer kombinacije boja na omotu



22. Primjer boje na omotu



23. Primjer akromatske boje na omotu

Boje pronalazimo svuda u prirodi i okruženju, bile su prisutne i u ranom dobu ljudskog postojanja stoga postoji način na koji ih se doživljava. Kroz povijest boje su se koristile u različitim kontekstima i za razne svrhe te je njeno značenje variralo u različitim vremenima i područjima. Evolucija značenja boje u kulturalnom smislu se događa i dan danas. No, boje imaju i podsvijesni utjecaj na ljude kojega uopće nisu svjesni. Zato je boja svojstvo koje ima sposobnost poslati poruku i izraziti namjenu.

"Psihologija boja je nauka utjecaja boja u odnosu na ljudsko ponašanje. Cilj joj je utvrditi kako boje utječu na naše odluke iz dana u dan poput predmeta koje kupujemo." [30] Prema psihologiji o bojama svaka boja ima svoje značenje i vrijednosti koje prenosi.

Crvena boja priziva intenzivne emocionalne odgovore u svojim gledateljima radi svoje upečatljive i vividne osobnosti. Privlači puno pažnje i povezana je sa snažnim osjećajima kao ljubav ili ljutnja. Može povećati apetit, uzbuđenje i anksioznost. Crvena je univerzalna boja koja označava opasnost, moć, strast, hrabrost, jačinu. Često se koristi za restorane da iskoriste njenu sposobnost povećanja apetita. Brendovi također koriste da daju avanturistički i uzbudljiv ton. Previše crvene i ona koja je u kombinaciji sa ostalim vibrantnim nijansama može privući negativne osjećaje poput agresivnosti i izazvati vizualno naprezanje.

Narančasta boja je boja optimizma, neovisnosti, avanturizma, kreativnosti, zabave, entuzijazma i topline. Kombinacija je crvene i žute pa ima neke njihove karakteristike, poput poticanja apetita i sreće. Drušvena je i primamljiva, boja ekstrovertiranosti. Također je motivirajuća i poticajna boja te je privlačna mlađim ljudima. No uz sve pozitivne konotacije narančaste, postoje i negativne kao neiskrenost, nepovjerenje i sebičnost.

Žuta boja je univerzalno povezana sa suncem, no za sebe veže i mnoga druga značenja. Evocira toplinu, radost, vedrinu, entuzijazam, sreću, pozitivnost, povezana je sa uspjehom i samopouzdanjem. Žuta stimulira lijevu stranu mozga što pomaže u bistrom razmišljanju i brzom donošenju odluka. Ona privlači pažnju jer oko prvo primjeti žutu stoga se koristi kada se treba iskomunicirati oprez kao kod prometnih znakova i sigurnosnih prsluka. Negativna strana žute je da može izazvati anksioznost, i nekada predstavlja kukavičluk. Može biti prenapadna u velikim količinama i nezgodno ju je kombinirati sa drugim bojama.

Zelena je univerzalna boja prirode i svime što je povezano s njom. Ona je boja rasta, zdravlja, sigurnosti, blagostanja, stabilnosti, ravnoteže, harmonije te se smatra osvježavajućom i mirnom bojom. Zbog svoje hladne orijentacije pogotovo je lagana za oči, što je čini idealnom dominantnom bojom ili akcentom. Često se koristi za

proizvode povezane s ekologijom, financijskim institucijama ili lancima prehrambenih proizvoda. Negativne konotacije zelene su materijalizam, posesivnost, zavist, pohlepa.

Plava je boja svijetlog neba i prostranstava mora i oceana. Ova jako popularna boja simbolizira mir, vjerodostojnost, povjerenje, odanost, integritet i odgovornost. No postoje i negativne konotacije ove boje koja je poznata po njenoj melankoličnosti i smatra se simbolom depresije. Plava se puno koristi upravo radi njene popularnosti pa je često koriste brendovi u nekoj količini za kampanje ili logo. Popout zelene, odlična je kao dominantna boja, a uz to jako je svestrana i prilagodljiva.

Ljubičasta boja ujedinjuje mirnoću plave i energiju crvene. Predstavlja spiritualnost, maštovitost, osjetljivost, misterioznost, ambiciju. Ima značajnu povijesnu vrijednost jer su je birali carevi i kraljevi pa ima auru kraljevskoga i ekskluzivnosti. Danas se koristi za simboliziranje mira i luksuznosti. Negativne konotacije ljubičaste boje su iritabilnost, arogantnost, egoističnost, neprirodnost.

Roza boja se u današnjem dobu često povezuje sa ženstvenošću, romansom, intimnošću, ali kao sve boje roza ima drukčije kulturalno značenje na drugom kraju svijeta kao u Japanu, tamo je percipirana kao muževna boja, a u Koreji simbolizira povjerenje. U našoj kulturi roza se većinom koristi u skladu sa njezinim značenjem, asocijacijom sa ženstvenim predmetima. No, pojavljuje se nova vrsta roze koja se polako integrira u fotografiju i dizajn, pa se u nekim slučajevima ne koristi u kontekstu ženstvenosti.

Akromatske boje također imaju veliku primjenu u dizajnu radi njihovog visokog stupnja mogućnosti kombiniranja sa drugim bojama. Ove boje se smatraju neutralnima ali unatoč tome nose svoja značenja. Tako crna predstavlja misterij, moć, kontrolu, formalnost, sofisticiranost, elegantnost te negativne asocijacije kao pesimizam, neprijateljsku nastojenost, beznade, strah. Siva je boja kompromisa, praktičnosti, konzervativnosti, formalnosti, zrelosti ali i depresije, sumornosti, frustracije. Bijela je povezana sa čistoćom, nevinosti, svjetlom, dobrotom, sigurnosti, iskrenosti, savršenstvom, sterilnosti.

Teorija boje je pojam za smjernice pomoću kojih se kombiniraju boje na način da su vizualno zadovoljavajuće u odnosu jedna na drugu. Često se koristi prsten boja koji se sastoji od primarnih boja i njihovih kombinacija koje tvore sekundarne i terciarne boje.

Tri primarne boje tvore jednakostranični trokut na prstenu, baš kao i tri sekundarne boje kod kojih je trokut obrnut. Tercijarne boje se nalaze između jedne primarne i jedne sekundarne i rezultat su njihove kombinacije.

Koristeći se prstenom moguće je napraviti puno kombinacija boja ali neke će izgledati bolje od drugih. Postoje sheme boja koje su probane i pouzdane. Monokromatske boje se koncentriraju na jednu boju, a koriste varijacije u tonu ili sjeni. Ovakva verzibilna shema daje dubinu kompoziciji i lagana je oku. Akromatska kombinacija je kombinacija crnih, bijelih i sivih, a koriste se da bi se omogućila direktna indikacija tonske vrijednosti kroz dramatične sjene. Analogne boje su kombinacije tri boje koje graniče jedna s drugom na prstenu boja. Komplementarne boje postoje na suprotnoj strani spektra gdje je jedna boja obično primarna a druga sekundarna, ovakav par daje kontrast i vizualnu intenzivnost. Triadne boje uključuju tri boje koje su uparene pomoću jednakostraničnog trokuta, pa to uključuje tri primarne, tri sekundarne ili tri tercijarne boje. Svaka od ovih kombinacija ima svoje vrijednosti i prednosti korištenja u različitim slučajevima.

4. DIZAJN OMOTA KNJIGE OVISNO O ŽANRU

Omot knjige bi trebao komunicirati vrstu sadržaja potencijalnom čitatelju, a osnovna podijela vrsta sadržaja su žanrovi. "Žanr označava raspodjelu specifičnih oblika neke umjetnosti prema kriterijima forme. Riječ žanr dolazi od francuske riječi genre što znači vrsta ili rod." [31] Svaki žanr ima različite karakteristike i ciljanu publiku, to treba imati na umu prilikom dizajna omota knjige.

4.1. Fikcijske knjige

"Fikcija je pripovjedna forma, u bilo kojem mediju, koja se sastoji od ljudi, događaja i mjesta koji su izmišljeni - nisu bazirani strogo na povijesti ili činjenicama." [32] Radnja u ovakvim pripovijetkama je smještena u izmišljenom svijetu kojega je konstruirao autor, a nestvarnost takvog svijeta je najčešće javno priznata pa čitatelj očekuje devijacije od stvarnog svijeta. Ovaj žanr dozvoljava najveću slobodu korištenja mašte.

4.1.1. Romansa

Ovaj žanr popularan je još od antičke grčke, a kao temu teksta generalno ima dvoje likova i razvoj njihovog romantičnog odnosa. Obično ima sretan završetak. Dvoje se likova upoznaju i autor ih drži odvojene većinu romana, potičući tenzije i očekivanja, no eventualno završe zajedno. Romansa se često mješa sa drugim žanrovima i tako tvori podžanrove romanse kao suvremene romanse, erotske romanse, romana za mlade odrasle osobe, povijesne romanse, paranormalno, fantazija ili znanstvena fantastika. Ovu vrstu književnosti većinom čitaju žene pa je pisana na način takav da obuhvaćaju teme i sadrže pripovjedne tehnike koje su zanimljive ženama. Ove pripovjetke su relativno optimističnog duha, nagrađuju likove koji su dobri ljudi i kazne one likove koji su zli. Često idealizira životne situacije, spominju se bezuvjetna ljubav, prava prijateljstva i snažne obiteljske veze te je većinom pričana iz perspektive ženske osobe. Popularnost ovog žanra se vidi u vrijednosti industrije romantične književnosti koja iznosi 1.08 milijardi američkih dolara godišnje te se često ovi naslovi nalaze na listama bestsellera.

Omot knjige ovakvih romana reflektira optimističan ton i romantičan pogled na svijet. Mogu se naći fotografije koje prikazuju par ili jednu osobu na privlačan način. Omot može biti ilustriran sa znakovima, oblicima i prikazima koji su povezani sa romansom ili nečim drugim što se spominje u knjizi (slika 24.) [33]. Često su obojene toplim bojama, pogotovo sa crvenom i rožom zbog njihove povezanosti sa romansom i strašću, no nalaze se mirnije i tamnije boje kada se želi naglasiti mističnost i dramatičnost (slika 25.) [34]. Tipografija može biti raznolika, od bezserifnih do rukopisnih fontova, pogotovo kaligrafije radi njene dekorativne prirode koju žene favoriziraju. Natpisni fontovi također nalaze mjesto na nekim naslovima. Ove naslovnice zrače bezbrižnošću, veseljem, a u nekim slučajevima elegancijom i intrigantnošću.



24. Primjer omota žanra romansa

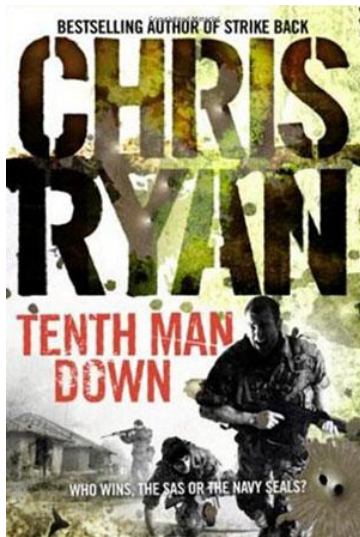


25. Primjer omota žanra romansa

4.1.2. Akcija i avantura

S druge strane postoje akcijski i avanturistički romani koji se smatraju bliskim muškarcima, no žene i ovdje imaju velik udio u publici. Ovaj žanr uključuje različite tematike poput špijunarstva, avantura, priče terora i intrige, misteriji. Glavna karakteristika je korištenje suspenzije - osjećaja uzbuđenja i anksioznosti oko nepredviđenih događaja. Ovo je motivacija za čitatelja da sazna kako se neki konflikt rješi. Dok je u žanru drame i romanse naglasak na lika i radnju, ovdje je naglasak na uzbudljive akcijske slijedove i situacije koje su opasne po život. No akcije svejedno mogu imati pamtljive likove, ali oni su često viđeni kao da su veći od života te su primjer epskog arhetipa heroja koji spašava dan. Da bi se spriječilo potpuno odvajanje čitatelja i lika, čini ga se uvjerljivijim te se također prilagođuje okruženje i vrijeme koje je poznato publici. Ulozi su visoki, rizici su veliki, glavni lik mora ići sa šansama koje su protiv njega, a tenzije koje nastaju kao rezultat toga su često slomljene korištenjem humora. Akcija i avantura se nekada gledaju kao zasebni žanrovi koji imaju svoje razlike, no karakteristike su im toliko slične da se općenito smatra jednim zajedničkim žanrom.

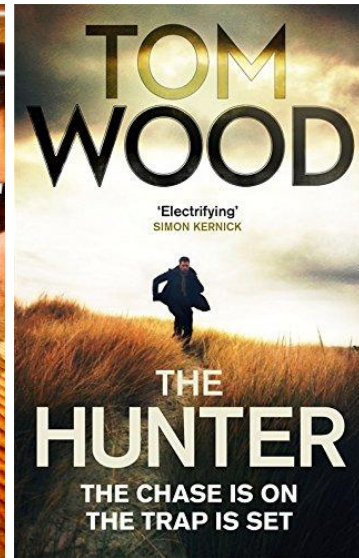
Omot knjige sadržava vizualno dinamične prizore koji vjerodostojno predstavljaju ono što čitatelj može očekivati prilikom čitanja. To su energične, pokretne i užurbane naslovnice koje prikazuju puno sadržaja i utječu na to da oko putuje posvuda po njoj. Ovakvi teški prikazi se postižu korištenjem neravnoteže, raznih tekstura, vizualne težine i neravnomjernih proporcija da stvore prikaz koji se doživljava kao nered (slika 26) [35]. Potencijalni kupac bi trebao osjetiti napetost i tenzije koje ga čekaju ukoliko odabere opravo tu knjigu. Fotografije su češće izabrane nego ilustracije, a uglavnom prikazuju lika koji je slikan u pokretu, žurbi, letu obično noseći sa sobom tipičnu akcijsku opremu u obliku raznog oružja (slika 27.) [36] te se nalazi na nekoj pozadini koja ima veze sa mjestom radnje u knjizi (slika 28.) [37], (slika 29.) [38]. Boje su tamije, zagasite i prigušene, kontrastira im bijela ili žuta koja je često boja teksta preko slike ili nagli izvor svjetlosti (slika 30.) [39], (slika 31.) [40]. Fontovi koji se biraju za ovakav dizajn su teški i odvažni, razni podebljani bezserifi, slab serifi, ali i natpisni fontovi.



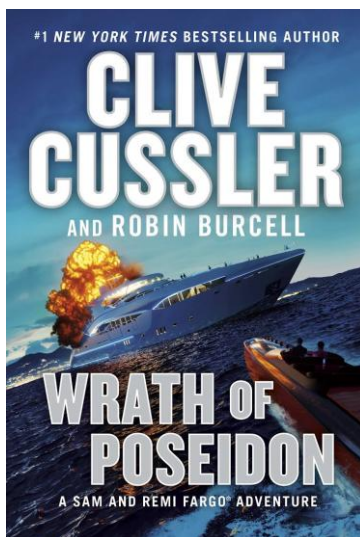
26. Primjer omota žanra akcija i avantura



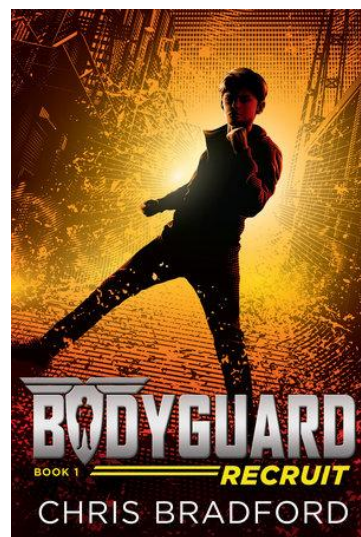
27. Primjer omota akcije sa oružjem



28. Primjer omota akcije koja ima mjesto radnje na naslovnici



29. Primjer omota akcije sa mjestom radnje



30. Primjer omota akcije gdje je istaknut lik



31. Primjer omota akcije sa kolorističkim obojenjem

4.1.3. Triler

Dok trileri također ovise o tenziji koja rezultira klimaksom da drže čitatelja sudionikom priče razlikuje se od akcije i avanture unatoč činjenici da su puno puta grupirani zajedno. Dok prvi ovisi o fizičkoj akciji da postigne tenzije, triler to postiže na mnogo drugih načina. Koristeći se intrigantnom radnjom uspijeva držati čitatelja na rubu sjedala i pružati zadovoljavajuće rješenje na sve što se je radnja postavila. Suspenzija je

ključan element trilera, ona daje osjećaj fascinacije, uzbuđenja i iščekivanja. Teme koje se mogu pronaći u trilerima su otmice, pljačke, osvete, potjere, bijeg, otkupnine, zarobljeništvo i razne druge ozbiljne i opasne situacije.

Triler na svojim naslovnicama uspješno komunicira stanje napetosti. Budući da se ne smatra toliko intenzivnim kao horor ima manje izražajan izgled, no svejedno uspjeva najaviti uzbuđenje dizajnom relativno jednostavne kompozicije, a koji izaziva nelagodu. Izbor fotografija je širok, no svaka od njih uključuje vizualnu reprezentaciju nekog objekta, mjesta ili osobe u tekstu koji se najavljuje. Naglašava se misterioznost predmeta slike koji se prikazuje i izaziva znatiželju svojim neobičnim izgledom. Osobe u puno slučajeva ne gledaju direktno u kameru ili im je djelomično ili potpuno zaklonjeno lice, a ukoliko gledaju tada neverbalno komuniciraju nelagodu i iščekivanje, izgled kojemu pomaže upotreba selektivnog osvjetljenja modela. Fotografije koje se znaju naći na naslovnici trilera uključuju motiv slomljenog stakla, golih grana stabala, niskoosvjetljene prostorije ili krajolici ili pak previše osvjetljene, mutne siluete osoba, distortirane prikaze. Boja ima velik utjecaj u stvaranju sveukupnog dojma, često je smanjene saturiranosti da se dobije ozbiljniji dojam. Korištenje jedne boje u više sjena je jako zastupljeno. Također se izabiru tamnije boje, stvara se puno sjena te se zatim kotrastira nekom svjetlijom bojom. Jedini izuzetak blijedim i nesaturiranim bojama je crvena, koju biraju mnogi dizajneri za obojenje tipografije ili nekog detalja slike jer ta boja u kombinaciji sa tmurnom pozadinom daje osjećaj opasnosti i anksioznosti. Izbor tipografije uključuje serifne i bezserifne fontove, često jako odvažnog raspoloženja, a nekada i rukopisne fontove užurbanog i neurednog stila koji prirodaju osjećaju opasnosti (Slika 32.) [41].



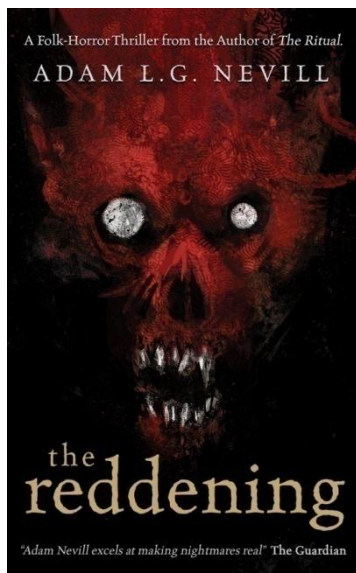
32. primjeri omota žanra triler

4.1.4. Horror

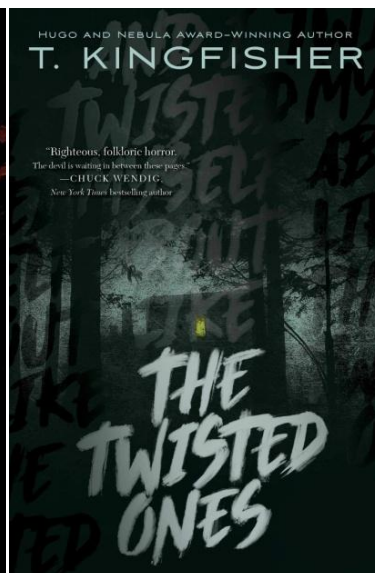
Iako sličnog karaktera kao triler, horor se uvelike razlikuje zbog svojeg prenaplašenog osjećaja nelagode koji prelazi u područje strave i terora. Horor dijeli neke karakteristike sa trilerom; osjećaj tenzije, iščekivanja, suspenzije i uzbuđenja, ali ta svojstva su još izraženija jer se horor koristi temama i načinima pisana kojima je cilj stvoriti osjećaj užasa i straha kod čitatelja. Šokira i zgrožava brutalnim scenama i grafičkim prikazima. Čitatelji unatoč jezivim temama posežu za ovim žanrovima zbog želje za uzbuđenjem i razbuktavanjem mašte na najintenzivniji način. Zbog gnjusnih detalja i šokirajućih scena, mnogim ljudima je ova literatura iznimno odbojna.

Omot nosi naslovnice trilera na novu razinu, distortirajući prikaze još više, koristeći veći kontrast te zastrašujuće prikaze. Fotografije koje se koriste su još mračnije, likovi su užasnuti ili su pretjerano disfigurirani, često se kompjuterski tvori figura koja ima slične karakteristike kao čovjek, ali izvrnute (Slika 33.) [42]. Omot zaista zastrašuje

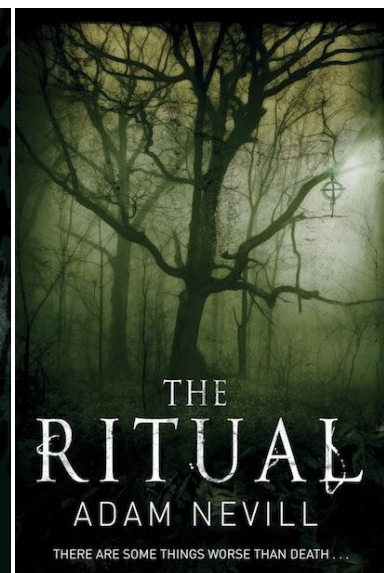
jednako kao i sadržaj, no to ne mora uvijek biti slučaj. Omot ovakve knjige može nalikovati na onakav od trilera, mračan ili distortiran prikaz sa kontrastiranim elementom i sadržavajući neki detalj koji je povezan sa pričom. Na fotografijama se mogu naći noćni krajolici sa velikom količinom magle (Slika 34.) [43], (slika 35.) [44] ili prostorije koje su slabo ili djelomično osvijetljene, sugerirajući na postojanje nečega što ne vidimo (Slika 36.) [45]. Motiv sjene lika koji nije prikazan je detalj koji se često vidi (Slika 37.) [46]. Boje su najtamnije od svih korica, obično se drži jednu, najviše dvije kromatske boje uz akromatske. Koriste se nepravilni serifi, naglašeni bezserifi te čestu upotrebu nalaze natpisni fontovi u kojima se simuliraju razni efekti poput izrezbarenih ili izgrebanih slova koje pojačavaju osjećaju nereda i nelagode cijele kompozicije (Slika 38.) [47].



33. Primjer omota žanra horor sa izvrnutim prikazom lika



34. Primjer omota horora sa noćnim krajolikom



35. Primjer omota horora sa noćni krajolikom



36. Primjer omota horora sa djelomičnim osvjetljenjem

37. Primjer omota horora sa sjenom lika koji se ne vidi

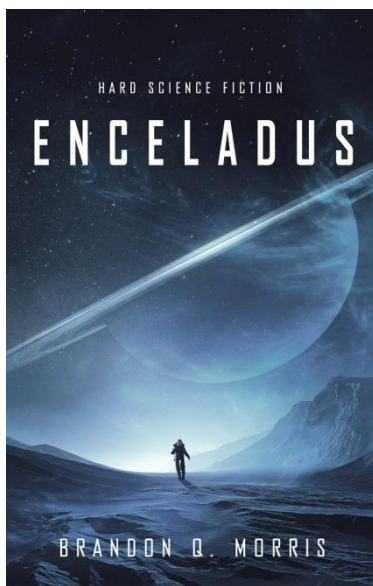
38. Primjer omota horora koji koristi font izrezbarenog izgleda

4.1.5. Znanstvena fantastika

Znanstvena fantastika obuhvaća bilo kakvo spekulativno zamišljanje svijeta bazirana na nekom drugom vremenu ili mjestu koje se koristi sa tehnologijama nedostupne današnjem čovječanstvu, te njegovo snalaženje pod tim okolnostima. Ovaj žanr je jedan od najkreativnijih žanrova pisanja. Stvaraju se svjetovi i izmišljaju tehnologije koje su intrigantne. Vodi čitatelja preko milijuna svjetlosnih godina u galaksiju, ili na samo dno najdubljih oceana i svugdje između toga. Često se nalaze teme poput putovanja svemirom ili vremenom, mogu se nalaziti u budućnosti, biti o vanzemalcima, paralelnim svemirima, alternativnom povjesti.

Znanstveno fantastična knjiga je odmah prepoznatljiva zahvaljujući dizajnu omota čiji se nadzemaljski ton odmah da naslutiti. Korištenjem fotografija sa predmetima i okolinama koje nisu uobičajene, najčešće kompjuterski generirane, odmah prenose čitatelja u neki drugi svijet ili vrijeme koje se razlikuje od njegovog. Često su to velika prostranstva u kojima je naglasak na veličinu prostora (Slika 39.) [48], ukazujući na veličanstvenost i cijeli novi svijet koji očekuje čitatelja (Slika 40.) [49]. Također se mogu naći roboti, svemirski brodovi i drugo što upućuje na tehnološke napretke koji se istražuju u knjizi (Slika 41.) [50]. Prikazi nisu ograničeni samo na navedeno, no svaki predmet ili prizor je prikazan na neobičan, futuristički način. Ilustracija na ovakvim

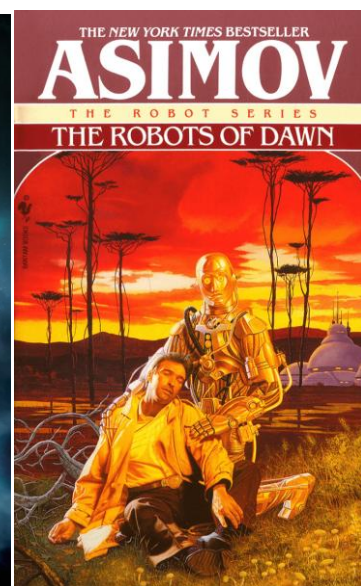
naslovnica uspjeva bolje nego na omotima drugih žanrova. Zbog prirode onoga što se želi prenijeti, često se okreće prema njoj za novim, originalnim kompozicijama koje su izvan ovog svijeta. Ilustracija sa puno detalja prenosi osjećaj svijeta koji je naseljen i pun života, dok minimalni detalj odiše urednoću i daje naglasak na veličinu (Slika 42.) [51]. Uporabom ilustracije knjiga se može bolje razlikovati od drugih knjiga tog žanra koje koriste generične fotografije. Moguće je nacrtati predmete koji ne postoje u stvarnosti pa ih se ne može fotografirati (Slika 43.) [52]. Tipografija daje velike mogućnosti znanstvenoj fantastici i nerijetko je najpamtljiviji element. Bezserifni fontovi su odlični u uspostavljanju futurističkog osjećaja za razliku od serifa koji imaju više povijesni osjećaj. Natpisni fontovi ovdje doživljavaju najveći uspjeh u odnosu na omote ostalih žanrova. Moguće je dizajnirati potpuno novo tipografsko rješenje koje smo po sebi odiše ton budućnosti, tehnološkog napretka i mnogih drugih karakteristika znanstvene fantastike (Slika 44.) [53].



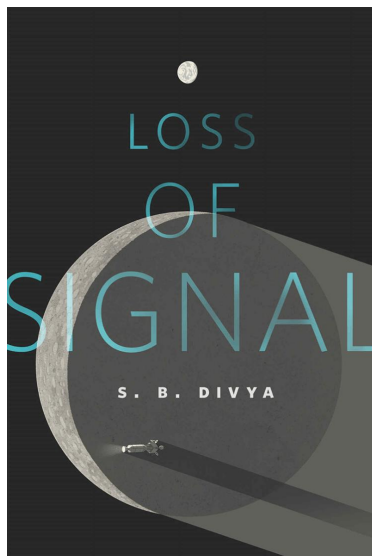
39. Primjer omota žanra znanstvena fantastika



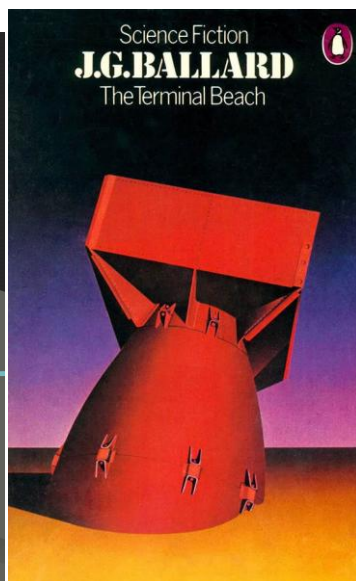
40. Primjer omota znanstvene fantastike sa velikim dojmom prostora



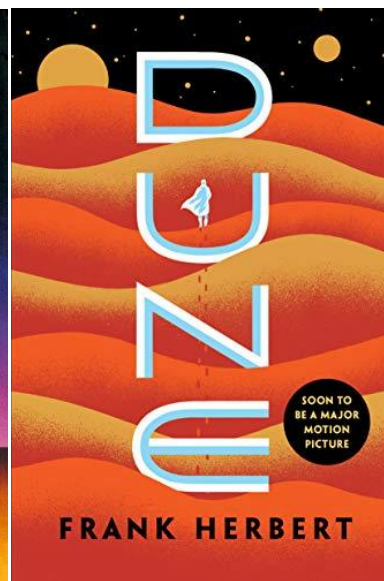
41. Primjer omota znanstvene fantastike sa robotom



42. Primjer omota znanstvene fantastike sa minimalnim detaljem



43. Primjer omota znanstvene fantastike sa ilustracijom



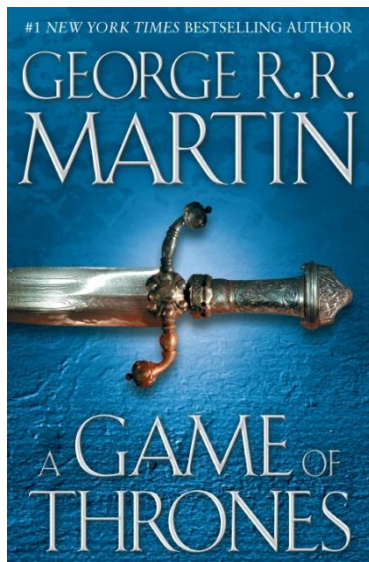
44. Primjer omota znanstvene fantastike sa posebnim fontom

4.1.6. Fantazija

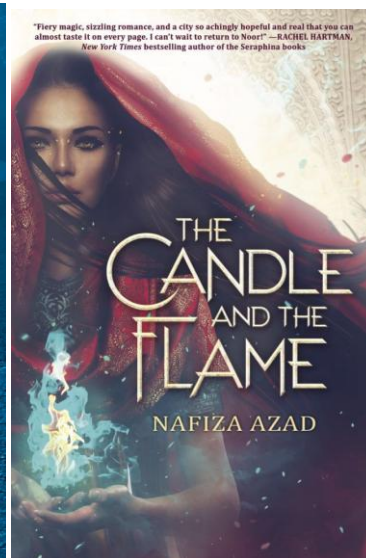
Također spada pod spekulativnu fikciju u zamišljenom svijetu, no inspirirana je folklorom i tradicijama te je često u srednjevjekovnom stilu. Razlikuje se od znanstvene fantastike radi nedostatka znanstvenih tema te od horora zbog nedostatka jezivosti, no često se ovi žanrovi preklapaju. Glavne karakteristike po kojima je ovaj žanr prepoznatljiv je korištenje čarolije i drugih nadnaravnih elemenata koji su jedni od glavnih tema ovih priča. Autor stvara zakone prirode koji se ne mogu pronaći u stvarnom svijetu, kao i likove, situacije i radnje koje nisu moguće u stvarnosti. To su često razne vrste mitoloških bića kao i drugih rasa ljudi, svaki sa svojim karakteristikama i tradicijama njihovih naroda. Fantazija je koncentrirana na izgradnju svijeta u kojemu se nalaze radnja i likovi. To može uključivati razne mitologije, jezike, kulture, rase, religije, glazbu.

Omot fantastičkih knjiga je lako prepoznatljiv. Često na svojim naslovnicama sadrži likove koje gotovo svatko povezuje sa fantazijom kao zmajeve, patuljke, vilenjake. Čak ako se specifični likovi ne nalaze na omotu, drugi elementi jako dobro prenose tu poruku kao prizori i predmeti koji su karakteristični fantaziji kao dvorci, mačevi i krila (Slika 45.) [54]. Na naslovnici se može nalaziti naizgled obična osoba u akcijskoj pozi

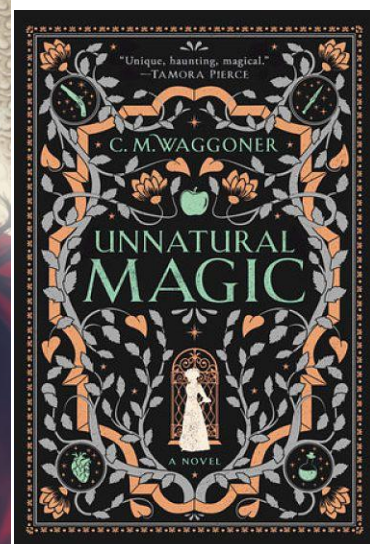
ali dodatni su efekti koji sugeriraju na supermoći tog lika. Kada su ti prizori u obliku fotografija one su manipulirane u velikoj količini da bi se postiglo čarobno raspoloženje (Slika 46.) [55]. Dizajneri se vrlo često za dizajn omota okreću prema ilustraciji jer njena priroda lako hvata ono što čini fantastiju. Dočarava se čarobnost svijetova u koje čitatelj zalazi (Slika 47.) [56], (Slika 48.) [57]. Boje ovakvih omota su jarke i saturirane, mogu biti same a mogu biti u kombinaciji sa akromatskim bojama (Slika 49.) [58]. Jarke boje su idealne za komuniciranje čarobnosti i nadnaravnog, pogotovo kada ih se koristi kao naglasak na inače monotonj podlozi. Kod fontova je izbor na serifnim fontovima zbog njihove povezanosti sa povijesti i srednjim vijekom (Slika 50.) [59]. Bezserifni fontovi, iako korišteni u manje prilika, nisu strani naslovnicama fantastije. Često se poseže za njima kada se želi istaknuti vrijeme koje je malo bliže sadašnjosti ili ako se ide za minimalnijim i urednijim rješenjem.



45. Primjer omota žanra fantastija



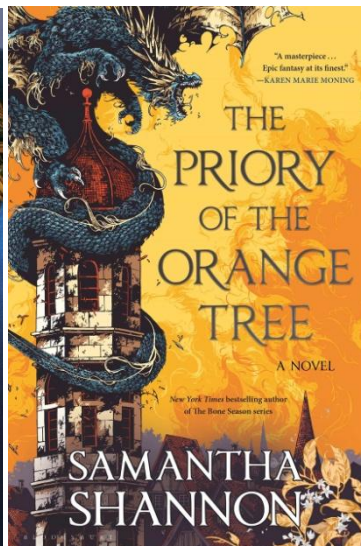
46. Omot fantastije sa magičnim likom



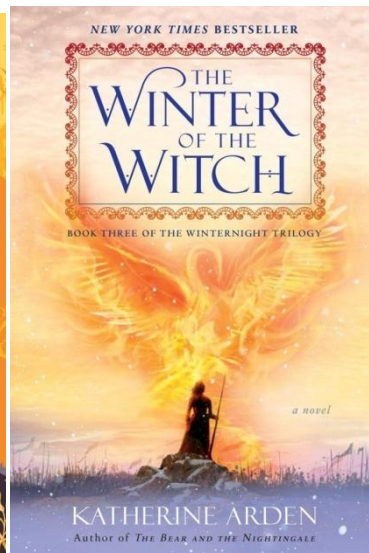
47. Omot fantastije sa ilustracijom



48. Omot fantastije sa ilustracijom



49. jarke i saturirane boje na omotu žanra fantastija



50. Upotreba serifnog fonta na omotu žanra fantastija

4.2. Ne-fikcija

"Ne-fikcija je dokument ili sadržaj koji nastoji prikazati istinu i vjerodostojnost u pogledu informacija, ljudi ili događaja"[60] To je svaki tekst koji se bazira na istini i prenosi stvarne informacije o temi te izvještava širu publiku o njoj. No činjenice i opisi mogu i ne moraju biti istiniti, ali je bitno da autor u vrijeme pisanja ima čvrsta uvjerenja o istinitosti teksta koji piše. Kod ovakvih tekstova bitan je sadržaj a manje su bitne tehnike književnog i kreativnog pisanja kakve nalazimo u fikcijskim knjigama, ovdje one samo oduzimaju pažnju od bitnoga, cijeni se jednostavnost i jasnoća radi lakšeg shvaćanja informacija.

4.2.1. Biografija i autobiografija

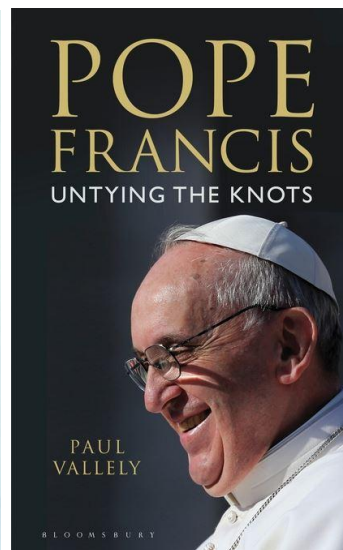
Biografija je knjiga koja daje detaljan opis života osobe. U njoj se nalaze informacije o rođenju, odrastanju, školovanju, uspjesima i smrti. Ona je najdetaljniji opis nečijeg života sa istaknutim određenim događajima i intimnim detaljima. Autobiografija je opisivanje samog, ili same, sebe kroz oblik biografije stoga se dodao prefiks "auto", nekada uz pomoć suradnika ili *ghostwritera* (pisac koji piše za druge). Ovo je vrsta knjige koja se sama prodaje, ukoliko nekog zanima život određene osobe zna što će dobiti ukoliko kupi ovu knjigu. No kada je osoba iznimno poznata više ljudi će htjeti

napisati njenu biografiju, stoga dizajn omota ima najveću mogućnost da bude presudan faktor kod odabira.

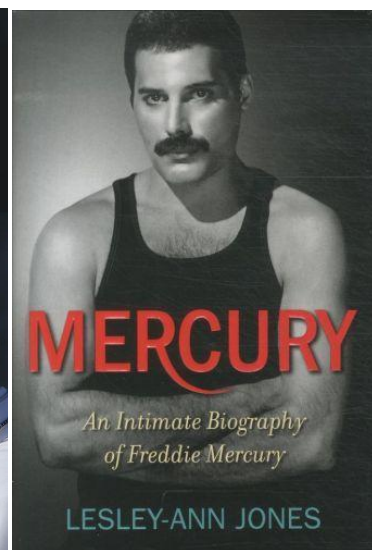
Kod dizajna omota knjige za biografije i autobiografije vrlo je intuitivno i očigledno iskoristiti portret, zato se na većini omota može pronaći snimka glave osobe o kojoj se radi. To je najbolji način da se komunicira sama tema knjige. Osoba može gledati u kameru gdje se stvara osjećaj povezanosti s čitateljem, ili je prikazana u poluprofilu i profilu, ili odozdo, gdje se stvaraju različita raspoloženja (Slika 51.) [61], (Slika 52.) [62]. Boje su obično nenapadne, želi se postići osjećaj ozbiljnosti. Često se koristi crno-bijelo kada se želi osobu ovječiti. Ne stvaraju se velike mješavine boja, a ako ih ima onda se kombiniraju svjetlije boje koje nemaju veliku zasićenost da ne bi naštetilo odisanju ozbiljnosti (Slika 53.) [63]. Fontovi se razlikuju, ali najviše se ostaje na serifnim i bezserifnim fontovima. Odabir ovisi o ostalim elementima slike i tonu koji se želi dobiti pa često imamo serifne fontove ako se radi o nekome tko je živjeo u prošlosti, a serifni se koriste za suvremenije ličnosti.



51. Primjer dizajna za autobiografiju



52. Primjer dizajna za biografiju



53. Primjer dizajna za biografiju

4.2.2. Putopisi

"Putopisi dolaze u stilovima koji se kreću od dokumentarnih, književnih, novinarskih i od memoarskih i šaljivih do ozbiljnih. Često su povezani s turizmom i uključuju knjige vodiča." [64]. Putopise piše putnik i pri tome opisuje mjesta koje je posjetio kao i sami

tranzit kroz njih. On uključuje detaljne opise neke lokacije i puta do nje. U povijesti se ova literatura odnosila na opsivanje prije neviđenih mjesta u svijetu, kada se dosta njih još otkrivalo, i dočaravanje nepoznatog krajolika čitatelju. Ljudi koji su mogli putovati su bili rjetki stoga su oni bili jedini koji su mogli donijeti te opise širokoj publici. Danas se skoro svatko upućuje u putovanja zbog odlične prometne povezanosti svih krajeva svijeta pa se pisanju putopisa pristupa na drukčiji način. Tehnologija je puno napredovala od tada pa se vjerodostojnije dočaravaju prikazi sa fotografijom umjesto ilustracijom. Puno puta igraju ulogu vodiča gdje potencijalnom turistu otkrivaju mjesta koja može posjetiti i najbolje načine kretanja u destinaciji.

Cilj omota je prenijeti osjećaj života i sreće, te u čitatelju potaknuti *wanderlust* (popularan termin koji opisuje želju za putovanjem). Fotografije su bitno sredstvo koje najbolje prikazuje područje u pitanju. Koriste se slike pejzaža, arhitekture, prijevoznog sredstva, ljudi, životinja, hrane ili kolaž koji sadržava više prizora, prikazani na uljepšani način koje imaju romantičan dojam (Slika 54.) [65]. S druge strane, za ilustracijom se poseže kada se knjiga u pitanju želi istaknuti od mase saturiranih visokokvalitetnih fotografija. Ilustracija prikazuje slične stvari kao fotografija, pritom postižući veći kreativni doživljaj (Slika 55.) [66]. Boje su saturirane, žive i može ih biti puno. Najpopularnije destinacije su obično one u blizini mora, stoga na većini prevladava plava boja. S druge strane koriste se i crno-bijele fotografije kao kontrast previše viđenoj plavoj, kada je knjiga napisana prije modernog doba i kada se želi istaknuti povjesni kontekst. U fontovima prevladava bezserifni font koji pristaje uz modernost većine putopisnih omota koji koriste fotografije visoke rezolucije povećane vibrantnosti. Serifni fontovi također imaju zastupljenost na ovim naslovnicama, obično kada knjiga ima veću književnu vrijednost. Također se nalazi u putopisima koji imaju naglasak na književnu vrijednost. Koriste se i rukopisni fontovi kada se želi izraziti bezbrižnost ili romantičnost teksta (Slika 56.) [67].



54. Primjer dizajna za putopis sa efektinim slikama

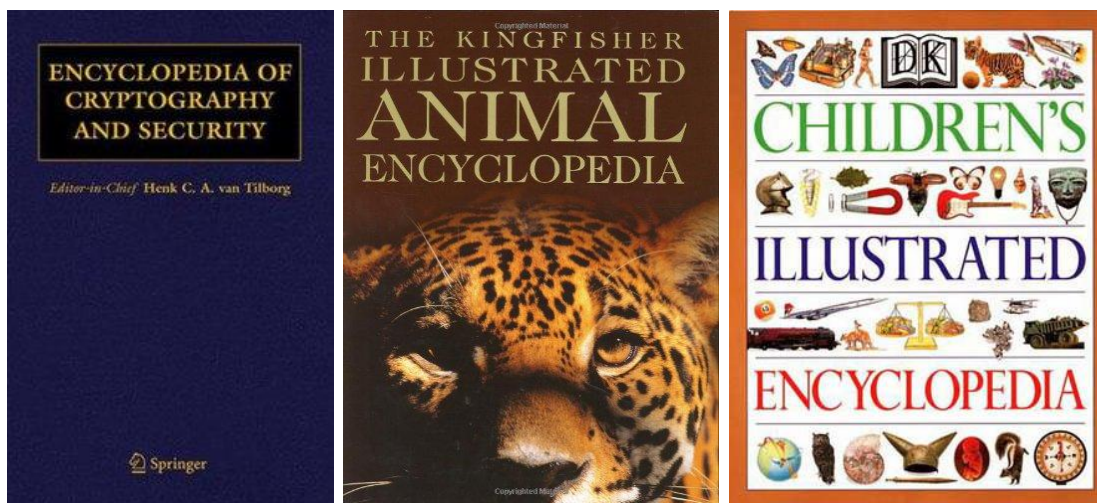
55. Korištenje ilustracije u omotu za putopis

56. Primjer korištenja određene vrste tipografije

4.2.3. Enciklopedija

"Enciklopedija je referentno djelo ili zbornik koji pruža sažetke znanja iz svih grana ili iz određenog područja ili discipline." [68]. Enciklopedija je skup činjeničnih informacija koje se tiču tema u pitanju, odijeljene su na članke koji su poredani po abecednom redu. Postoje enciklopedije koje sadrže generalno znanje, a postoje i one sa specifičnim. Dubina detalja informacija o temi ovisi o ciljanoj publici. Postojale su dugo vremena i razvijala se u pogledu jezika, veličine, namjene, kulturalne perspektive.

Dizajn ovakvih omota je još najjednostavniji jer je bitno naglasiti veliki stupanj ozbiljnosti (Slika 57.) [69]. Fotografije, ukoliko ih uopće ima, imaju realistične i jasne prikaze teme u pitanju (Slika 58.) [70]. Za ilustracijama se polazi ako su enciklopedije za djecu. Tada se koriste realistični prikazi sa malim stupnjem stilizacije (Slika 59) [71]. Boje mogu biti razne, no najčešće su to primarne i sekundarne boje, tamnijeg tona. Ukoliko se koristi fotografija, ona može sadržavati više boja. Svjetlije i šarene boje su obično posvećene dječnim enciklopedijama. Tipografija prati ozbiljan ton, pa se poseže za klasičnim serifima koji odišu formalnošću. Koriste se i bezserifi ukoliko je tema modernija, ili je dizajn minimalniji. Rijetke su upotrebe natpisnih fontova, no koristi ih se kod iznimno specifičnih tema kada se treba dobiti posebn dojam ili kod dječjih enciklopedija.

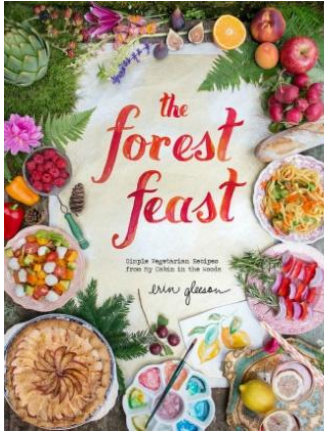


57. Primjer dizajna enciklopedije 58. Dizajn omota enciklopedije sa fotografijom povezanom s temom 59. Dizajn omota enciklopedije za dječju enciklopediju

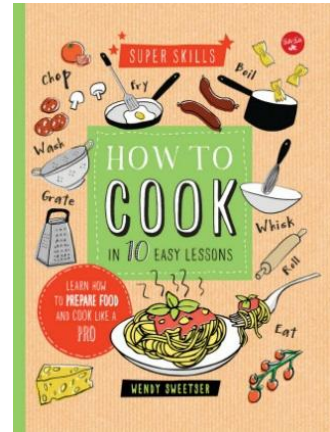
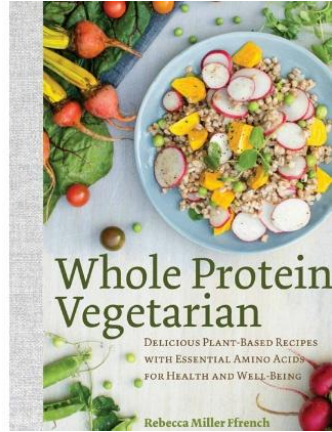
4.2.4. Kuharica

"Kuharica je knjiga koja sadrži detaljne informacije o pripremi i kuhanju različitih namirnica." Ona može biti općenita ili specijalizirana u određenoj vrsti hrane. Vrste kuharica su međunarodne i etničke, profesionalne, jednopredmetne, kuharske, i kuharice zajednice.

Glavni predmet koji se nalazi na naslovnici velike većine kuharica je hrana. To nije neobično s obzirom da je upravo ona tema ovih knjiga. Fotografije hrane su privlačne i šarene (Slika 60.) [72], one moraju privući potencijalnog kupca i probuditi želju u njemu no i predstaviti kuhanje kao zabavnu aktivnost s obzirom na to da je puno ljudi smatra tlakom. Iako fotografije prevladavaju, ilustracije nisu isključene iz upotrebe. Koristi ih se za moderniji i uredniji izgled koji se razlikuje od većine drugih naslovnica koje imaju fotografije (Slika 61.) [73]. Postoji velik opseg fontova koji se koristi prilikom dizajna ovakvog omota. Serifni, bezserifni ukombinirani sa rukopisnim fontom daju tu dinamiku koja razbija monotoniju koju neki čitatelji povezuju sa kuhanjem. Osim variranja vrste fonta, varira i pismovna veličina. Boje koje se koriste su raznolike, obično su to tople i šarene boje koje pozivaju na upuštanje u kuhanje i ističu bezbrižnost i zabavu te aktivnosti.



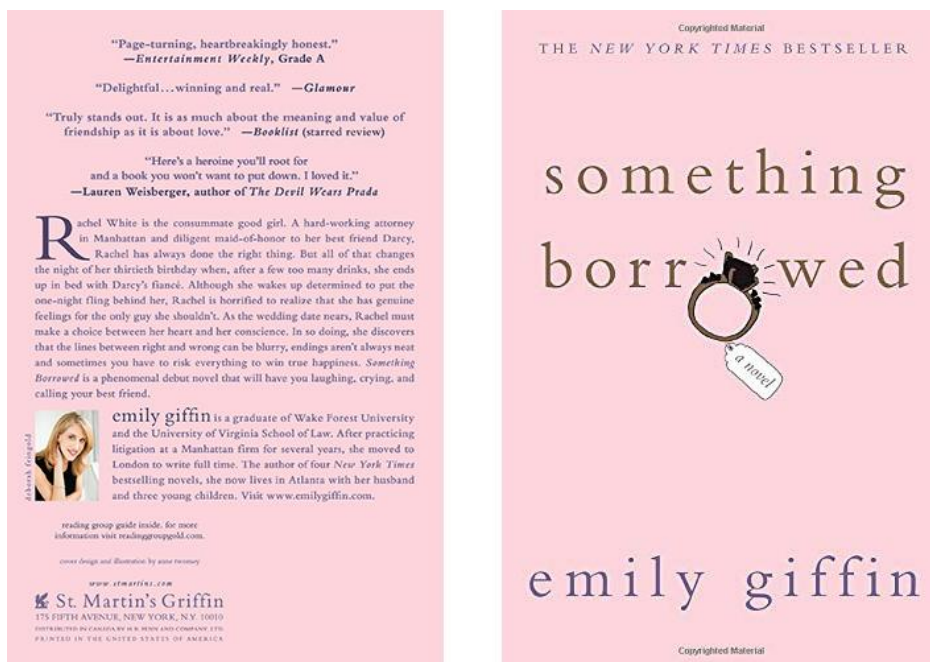
60. Primjer dizajna omota kuharica korištenjem fotografije



61. Primjer dizajna omota kuharice sa ilustracijom

5. REDIZAJN ODABRANOG OMOTA

Odabrani omot je redizajniran kao primjena teorije prilikom praktične izrade dizajna omota. Žanr ove knjige je romana, a omot tu poruku komunicira koristeći rozu boju koja simbolizira zaljubljenost i romantičnost te detalja zaručничkog prstena koji je ukomponiran u naslov. No razlog odabira ovog omota je njegova jako jednostavna kompozicija koja se ne ističe i ne privlači pažnju. Boja je jednolika i služi kao pozadina za informacije napisane vrlo uobičajenim serifnim fontom. Postoji i slikovni element, a to je skromna ilustracija prstena koja se sama po sebi ne ističe. Dizajn više izgleda kao da bi se trebao nalaziti na prvoj stranici u unutrašnjosti, tek kada se otvori knjiga (Slika 62.) [74].



62. Omot knjige žanra romana koji je odabran za redizajn

U procesu redizajna, za slikovni prikaz odabrana je fotografija visoke rezolucije na kojoj se nalazi par u bliskom kontaktu, tako najavljujući radnju knjige (Slika 63.) [75]. Djevojka je okrenuta ravno prema čitatelju i daje lice knjizi. Muškarac na slici je okrenut u obrnutom smjeru, predstavljajući zabranjenu ljubav o kojoj govori knjiga. Slika je izrezana na potrebnu veličinu, te je svjetlina malo podešena.



63. Fotografija koja je odabrana za redizajn

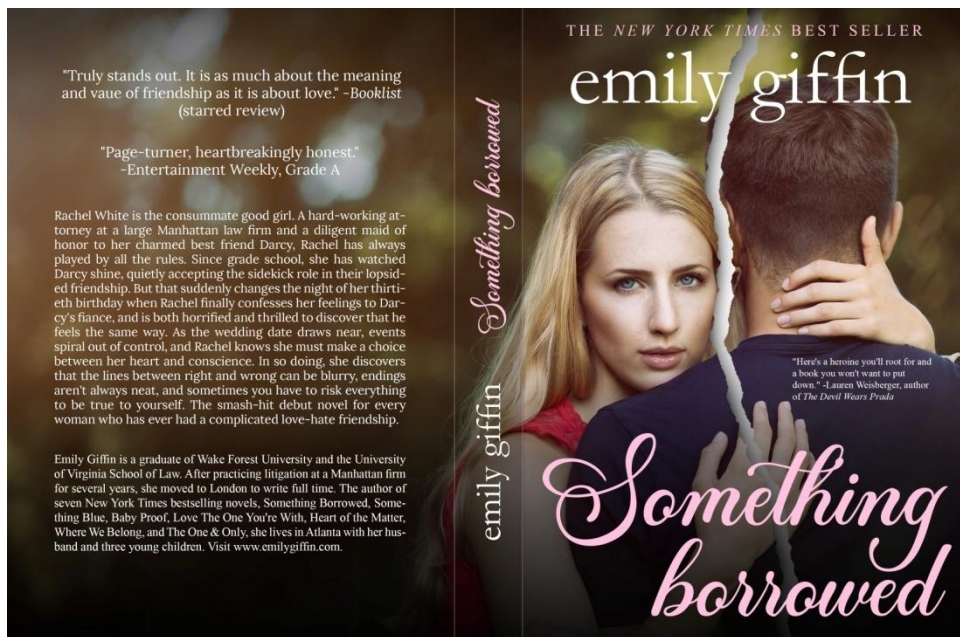
Da bi se naglasile posljedice radnji ovih likova dodan je efekt poderane fotografije čiji procjep ide ravno između njih. Također je dodana sjena na donjem i gornjem dijelu slike radi lakšeg isticanja tipografije koja će biti naknadno komponirana. (Slika 64.)



64. Fotografija uredena na odgovarajući način

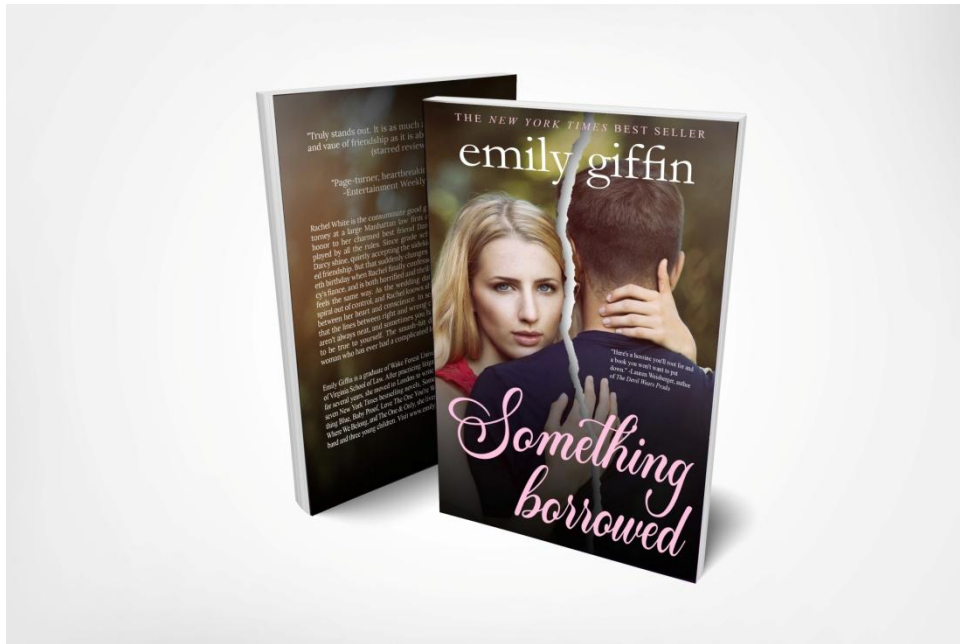
Za font naslova je odabran rukopisni font koji se često vidi na naslovnica knjiga žanra romanse zbog njegove dekorativne prirode privlačne ženama. Font imena i

prezimana autora je sličan kao s originalnog omota, stilski prilagođeniji novom omotu. Fontovi korišteni za sadržaj, tekst o autoru i ostale tekstove su često korišteni fonovi koji su prikladni za tijelo teksta: Times New Roman i Lora. Na boju ovog omota pretežito utječe fotografija koja sadrži žutu, plavu, crvenu i zelenu. Sve su mirnijeg tona, osim detalja crvene koji se malo više ističe. Boja fonta naslova i teksta na samom vrhu naslovnice je ista roza kao na originalnom omotu, pružajući još veću povezanost sa romantičnim žanrom. (Slika 65)



65. Gotovo rješenje

Konačni rezultat je omot knjige koji u isto vrijeme privlači pogled potencijalnog čitatelja, te mu jasno komunicira o kakvoj vrsti knjige se radi.



66. Rješenje prikazano na realističan način

6. ZAKLJUČAK

Stara poslovice kaže: „Ne sudi knjigu po koricama“. Međutim, današnji omoti pokušavaju postići upravo suprotno. Oni svojim dizajnom pokušavaju privući pozornost potencijalnih čitatelja, te im dati uvid u sadržaj knjige tako da mogu prosuditi jesu li za nju zainteresirani.

Tijekom stoljeća, dizajn omota knjige se dramatično izmijenio. Od dragim kamenjima prekrivenih dragocijenih religijskih tekstova, do razvoja ilustracija na mekim omotima prostog teksta. Čak ni pojava digitalnih knjiga nije spriječila potrebu za dizajnom. I one svojim dizajnom imitiraju omot knjige u fizičkom obliku. Evolucija dizajna omota knjiga odražava vječnu i uvijek iznova potrebnu obnovu predmeta koji će uvijek u nekom obliku biti prisutan u našim životima.

Prilikom bilo kakvog dizajna potrebno je biti upoznat sa tipičnim izgledom svakog proizvoda i sa običajnim dizajnom na koji je publika već naviknuta. Kod dizajna omota knjige poznato je da su naslov te ime i prezime autora ono što potencijalni čitatelj očekuje vidjeti na prvi pogled, a ako probudi interes dobro je da na stražnjoj stranici postoji sažetak knjige koji će mu pomoći u odluci i recenzije knjige od strane pouzdanih kritičara. No ovaj minimum informacija neće osigurati uspješnost knjige ako se ne ističe u masi ostalih knjiga koje se nalaze, pa proizlazi potreba da se izdvoji odabirom elemenata i njihovim slaganjem na način da je potencijalnom kupcu ugodan za oko.

Postoji mnogo faktora koje utječu na dobar dizajn, ali jedna od bitnijih stvari je podudaranje dizajna i žanra knjige. Ukoliko je knjiga dizajnirana na način da ne odgovara žanru, zainteresirani čitatelj neće obratiti pozornost na knjigu, mijenjajući njenu temu za onu koja ga ne zanima. S druge strane čitatelj kojeg zanima tema koju omot predstavlja će nakon boljeg pregleda odbaciti knjigu jer nema sadržaj koji je mislio da ima. Sve ovo rezultira u potrebi dizajnera da se upozna sa karakteristikama koje čine žanrove knjiga, i korištenje prikladnih elemenata da stvori omot koji će se isticati.

7. LITERATURA

1. <https://www.historyhit.com/roman-inventions/> (10.06.2020.)
2. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Kodeks> (10.06.2020.)
3. https://en.wikipedia.org/wiki/Codex_Aureus_of_St._Emmeram (10.06.2020.)
4. <https://www.themorgan.org/manuscript/76874> (10.06.2020.)
5. <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-1>
(10.06.2020.)
6. <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-2>
(10.06.2020.)
7. https://en.wikipedia.org/wiki/Dust_jacket (10.06.2020.)
8. <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-3>
(11.06.2020.)
9. <https://www.penguin.com/penguin80/original-10/> (11.06.2020.)
10. https://en.wikipedia.org/wiki/Penguin_Books (11.06.2020.)
11. http://www.gallimard.fr/Catalogue-historique_ (11.06.2020.)
12. <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-4>
(11.06.2020.)
13. <https://damonza.com/a-brief-history-of-early-book-covers/> (11.06.2020.)
14. <http://star-writers.com/blog/essay-about-photography-as-an-art> (11.06.2020.)
15. <https://www.lightstalking.com/communicating-images-seeing-photography-language/> (11.06.2020.)

16. <https://brutallyhonestmicrostock.com/2019/08/06/7-tips-on-getting-started-in-book-cover-photography/> (12.06.2020.)
17. <https://blog.arcangel.com/2018/09/04/what-do-we-look-for-in-book-cover-photography/>(12.06.2020.)
18. <https://www.ocreations.com/importance-of-illustrations-in-design/> (17.06.2020.)
19. <https://medium.com/the-art-squirrel/the-power-of-illustration-c81309187c78>
(17.06.2020.)
20. <http://www.thecreativeagency.sg/blog/why-illustration-is-important/> (17.06.2020.)
21. <https://digitalsynopsis.com/design/font-psychology-emotions/> (17.06.2020.)
22. <http://www.graphic-design.com/Type/voice/index.html> (27.06.2020.)
23. <https://blog.hubspot.com/marketing/typography-emotions> (27.06.2020.)
24. <https://tympanus.net/codrops/2012/02/19/establish-a-mood-with-typography/>
(27.06.2020.)
25. <https://larryjordan.com/articles/pick-fonts-for-emotion-and-power/> (27.06.2020.)
26. <https://www.crazyegg.com/blog/psychology-of-fonts-infographic/> (27.06.2020.)
27. <https://medium.com/@eugenasadko/guide-to-10-font-characteristics-and-their-use-in-design-b0a07cc66f7> (30.06.2020.)
28. <https://www.oberlo.com/blog/color-psychology-color-meanings> (30.06.2020.)
29. https://www.shutterstock.com/blog/complete-guide-color-in-design?kw=&gclid=CjwKCAjw_qb3BRAVEiwAvwq6VghyJXt1inQAI_AZIRgh9J2y0YcXVTWA37v_mAy0U26L1ku1wFXhBnhoC6wUQAvD_BwE
(30.06.2020.)
30. <https://graf1x.com/color-psychology-emotion-meaning-poster/> (30.06.2020.)

31. <https://www.bourncreative.com/meaning-of-the-color-white/> (30.06.2020.)
32. https://www.rwa.org/Online/Romance_Genre/About_Romance_Genre.aspx
(01.07.2020.)
33. <https://www.writerswrite.co.za/all-about-the-romance-writing-genre/> (01.07.2020.)
34. <https://allthekissing.com/2020/03/different-types-of-romance/> (01.07.2020.)
35. https://en.wikipedia.org/wiki/Action_fiction (01.07.2020.)
36. <https://www.goodreads.com/genres/action> (02.07.2020.)
37. <https://www.slideshare.net/JoshMediaWork/action-genre-analysis> (02.07.2020.)
38. https://www.slideshare.net/sopmalone/action-genre?next_slideshow=1 (02.07.2020.)
39. <https://literaryterms.net/thriller/> (02.07.2020.)
40. <https://www.masterclass.com/articles/what-is-science-fiction-writing-definition-and-characteristics-of-science-fiction-literature#what-is-science-fiction-literature>(02.07.2020.)
41. <https://www.tor.com/2018/12/11/designing-the-future-deconstructing-five-sci-fi-book-covers/>(02.07.2020.)
42. <https://www.thecreativepenn.com/2013/06/27/writing-fantasy/> (02.07.2020.)
43. <https://www.adazing.com/biography-book-cover-design/>(05.07.2020.)
44. <https://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Travel+Literature> (05.07.2020.)
45. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cookbook> (05.07.2020.)

- [1] <https://www.historyhit.com/roman-inventions/>
- [2] <https://hr.wikipedia.org/wiki/Kodeks>
- [3] https://en.wikipedia.org/wiki/Codex_Aureus_of_St._Emmeram
- [4] <https://www.themorgan.org/manuscript/76874>
- [5] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-1>
- [6] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-1>
- [7] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-1>
- [8] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-2>
- [9] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-2>
- [10] https://en.wikipedia.org/wiki/The_Great_Gatsby
- [11] https://en.wikipedia.org/wiki/Dust_jacket
- [12] <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-of-book-covers-3>
- [13] <https://www.penguin.com/penguin80/original-10/>
- [14] https://en.wikipedia.org/wiki/Penguin_Books
- [15] <http://www.gallimard.fr/Catalogue-historique>
- [16] <https://www.amazon.com/Surviving-Paradise-Year-Disappearing-Island-ebook/dp/B00BUYZ3RU>
- [17] <https://www.amazon.com/Me-Before-You-Novel-Tie/dp/0143130153>
- [18] <https://www.amazon.co.uk/Becoming-Michelle-Obama/dp/0241334144>
- [19] Database of Scientific Illustrators 1450-1950
- [20] <https://bookriot.com/2019-fantasy-book-covers/>
- [21] <https://www.goodreads.com/book/show/25777679-how-to-cook-in-10-easy-lessons>

- [22] <https://www.chatelaine.com/living/books/best-romance-novels-2019/#gallery/best-romance-books-2019/slide-14>
- [23] <https://99designs.com/blog/creative-inspiration/science-fiction-fantasy-book-covers/>
- [24] <https://speckyboy.com/creative-book-cover-typography/>
- [25] <https://speckyboy.com/creative-book-cover-typography/>
- [26] <https://en.wikipedia.org/wiki/Typography>
- [27] <https://www.goodreads.com/book/show/23499242-fire-colour-one>
- [28] <https://www.goodreads.com/book/show/13258121-a-sudden-light>
- [29] <https://www.goodreads.com/book/show/7913992-gimme-refuge>
- [30] <https://www.oberlo.com/blog/color-psychology-color-meanings>
- [31] <https://www.lektire.hr/zanr/>
- [32] "fiction." Lexico. Oxford University Press. 2019.
- [33] <https://www.thenerdaily.com/2020-romance-book-releases/>
- [34] <https://www.thenerdaily.com/2020-romance-book-releases/>
- [35] <https://www.amazon.co.uk/Tenth-Man-Down-Chris-Ryan/dp/0099460122>
- [36] <https://www.goodreads.com/book/show/18744882-agent-with-a-history>
- [37] https://books.google.hr/books/about/The_Hunter.html?id=MoY6sdUw2qUC&source=kp_cover&redir_esc=y
- [38] <https://www.goodreads.com/book/show/52745005-wrath-of-poseidon>
- [39] <https://www.penguinrandomhouse.com/books/550162/bodyguard-recruit-book-1-by-chris-bradford/>
- [40] <https://www.penguin.co.uk/books/103/1035396/how-sleep-the-brave/9780099442035.html>

- [41] <https://culturefly.co.uk/8-thriller-books-that-you-wont-be-able-to-put-down/>
- [42] <https://www.goodreads.com/book/show/45718831-the-reddening>
- [43] <https://www.goodreads.com/book/show/42527596-the-twisted-ones>
- [44] <https://www.goodreads.com/book/show/10239382-the-ritual>
- [45] <https://www.amazon.com/Z-Horror-Complete-Collection/dp/1523814039>
- [46] <https://www.goodreads.com/book/show/49878129-the-return>
- [47] <https://www.goodreads.com/book/show/43522576-imaginary-friend>
- [48] <https://www.goodreads.com/book/show/33972577-enceladus>
- [49] <https://www.fantasticfiction.com/d/aleister-davidson/space-force.htm>
- [50] https://www.goodreads.com/book/show/41810.The_Robots_of_Dawn
- [51] <https://www.goodreads.com/book/show/40776738-loss-of-signal>
- [52] https://www.goodreads.com/book/show/1243377.The_Terminal_Beach
- [53] <https://www.amazon.com/Dune-Frank-Herbert/dp/0441172717>
- [54] <https://www.walmart.com/ip/A-Game-of-Thrones-A-Song-of-Ice-and-Fire-Book-One-Hardcover-9780553103540/1736337>
- [55] <https://www.goodreads.com/book/show/39821312-the-candle-and-the-flame>
- [56] <https://www.goodreads.com/book/show/43562764-unnatural-magic>
- [57] <https://www.goodreads.com/book/show/42815556-spin-the-dawn>
- [58] <https://www.goodreads.com/book/show/40275288-the-priory-of-the-orange-tree>
- [59] <https://www.goodreads.com/book/show/36621586-the-winter-of-the-witch>
- [60] <https://en.wikipedia.org/wiki/Nonfiction>
- [61] <https://www.goodreads.com/book/show/38746485-becoming>

- [62] <https://www.bloomsbury.com/uk/pope-francis-9781472915962/>
- [63] <https://www.goodreads.com/book/show/13260274-mercury>
- [64] Traveller, Unknown. Exploring the world through the experience of an unknown traveller : City of London - First in Series
- [65] <https://www.amazon.co.uk/1000-Ultimate-Experiences-Lonely-Planet/dp/1741799457>
- [66] <https://www.amazon.com/Epic-Hikes-World-Lonely-Planet/dp/1787014177>
- [67] <https://www.amazon.com/Geography-Bliss-Grumps-Search-Happiest/dp/044669889X>
- [68] "Encyclopedia". Archived from the original on August 3, 2007. Glossary of Library Terms. Riverside City College, Digital Library/Learning Resource Center. Retrieved on: November 17, 2007.
- [69] https://en.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia_of_Cryptography_and_Security
- [70] <https://www.abebooks.com/9780753452837/Kingfisher-Illustrated-Animal-Encyclopedia-Family-0753452839/plp>
- [71] <https://bookpage.com/reviews/269-gem-reference-book-nonfiction#.Xv6PmZozaCg>
- [72] <https://www.goodreads.com/book/show/18405511-the-forest-feast>
- [73] <https://www.amazon.com/Whole-Protein-Vegetarian-Plant-Based-Well-Being/dp/158157326X>
- [74] <https://www.amazon.com/Something-Borrowed-Novel-Emily-Giffin/dp/0312321198>
- [75] <https://shotstash.com/photo/romantic-couple/>