

LS2 8. razred

Likovno področje: grafika

Likovni motiv: PLAKAT

Čas izvedbe: 4 šolske ure

Čas oddaje izdelka: četrtek, 7.5. 2020

Likovna dela poslati na naslov: likovnaumetnost.dobrovo@gmail.com

Vprašanja in pomoč: nasloviti na zgoraj navedeni naslov ali v kanalu eAsistenta.

Pomagaj si z e-učbenikom LUM 8. razred <https://eucbeniki.sio.si/lum8/2487/index.html> . V kazalu poiščeš Grafično oblikovanje – Plakat.

1. PREBERI SI TEORIJU.

GRAFIČNO OBLIKOVANJE



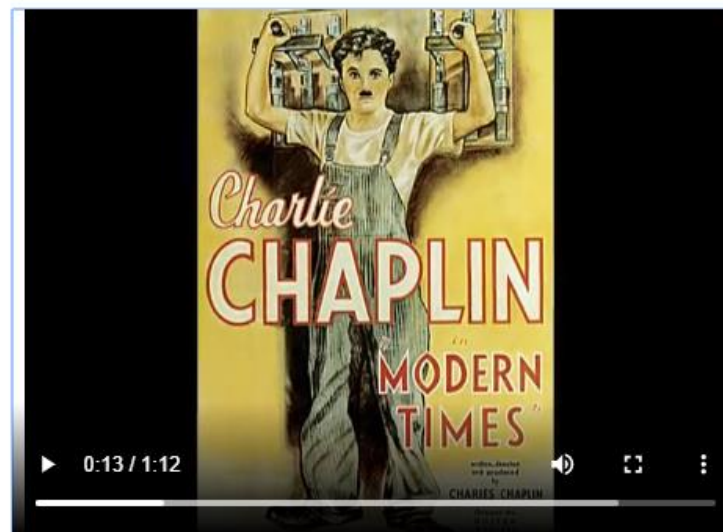
Silva Karim, Plakati

Podobe na zgornji sliki so naši vsakdanji spremljevalci, ki nam kaj sporočajo, nas vabijo, pojasnjujejo, privabljajo naše poglede ...

Plakati, naslovnice knjig in revij, oglasi na spletu in televiziji ter podobna vidna sporočila spadajo na področje, imenovano vizualna komunikacija. S podobami in besedami nam sporočajo, nas nagovarjajo in prepričujejo.

Likovno ustvarjanje vidnih sporočil spada na področje **grafičnega oblikovanja**, njihov ustvarjalec pa je **grafični oblikovalec**.

Grafično oblikovanje zajema oblikovanje plakatov, oglasov, revij, knjig, katalogov, logotipov (zaščitnih znakov), vizitk, prospektov, vabil, ovitkov, ovojnega papirja ...



Filmski plakati

Viri

Sporočila so namenjena javnosti, čim večjemu številu ljudi. To lahko dosežejo s tiskanjem velikega števila izvodov ali z objavo/ponavljanjem sporočil prek drugih komunikacijskih medijev, kot sta televizija in splet. Vizualna komunikacija lahko vključuje tudi fotografijo, film ali animacijo.

Vidno sporočilo nam z različnimi likovnimi sredstvi pojasnjuje in odgovarja na vprašanja: Kaj? Kje? Kdo? Kdaj? Zakaj?

PLAKAT

Izdelek grafičnega oblikovanja, plakat, je tiskan medij, ki sporoča, obvešča, oglašuje, prepričuje, izziva ... javnost.

Ponovi, kaj so tiskani mediji.

PRIKAŽI

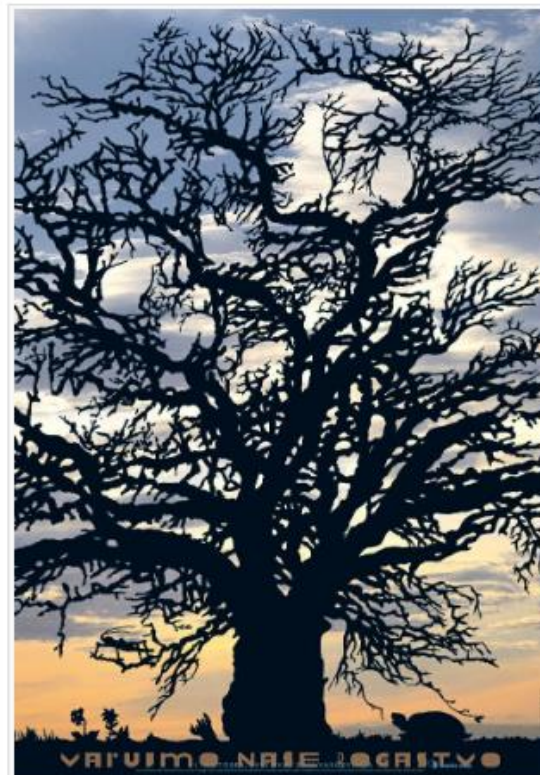


Plakati, ki usmerjajo na razstavo ilustratorja Quentina Blaka v Londonu, 2014.

Omenili smo, da je plakat vizualno sporočilo. Včasih za sporočanje uporablja le besedilo, največkrat pa je na plakatu tudi slika.

Glede na vsebino ločimo prireditvene (film, turizem, šport, razstave ...), politične, ekološke, zdravstvene, komercialne in druge plakate. Lahko so veliki (jumbo ali veleplakati) ali majhni (WC-plakati, letaki ...).

Dober plakat je jasen, pregleden in opazen. To dosegamo s skrbno izbranim besedilom oziroma sloganom, učinkovitimi barvnimi kombinacijami, slikovno podobo in premišljeno kompozicijo ter z ustreznim izborom oblike črk (tipografija). Nekateri plakati so aktualni krajši čas, drugi pa zaradi svojih posebnosti dalj časa krasijo stene domov, galerij, muzejev, lokalov ...



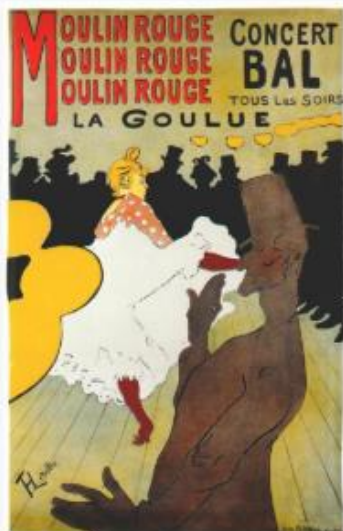
Radovan Jenko, 2002, Plakat za svetovni dan varčevanja

O sliki

Prvi plakati so povezani z nastankom tiska, sporočanje širše množice z besedilnim sporočilom pa je starejše. Industrializacija je prinesla potrebo po pridobivanju novih trgov in potrošnikov, zato je bilo oglaševanje nujno potrebno.

Pomembno obdobje za umetnost plakata je secesija, konec 19. stoletja. Ta umetnostni slog je prinesel spremembe na vseh področjih likovne umetnosti. Zanj so značilne organske oblike, stilizirani cvetlični motivi, rastlinske vitice, množica ukrivljenih in elegantnih črt.

Zaživel je plakat, ki je povezoval vsakdanje življenje in umetnost. Zakonsko odpravljene omejitve o svobodi tiska v Franciji so marsikomu omogočile velik razstaveni prostor na javni površini, na ulici.



Toulouse-Lautrec, Plakat za kabaret (La Goulue), 1891, barvna litografija

O sliki Kaj je litografija?

Čedalje več je bilo oblikovalcev plakatov. Francoz Jules Cheret je pripomogel, da se je plakat popolnoma uveljavil. Ogromno zgodb o tedanjem življenju nam v svojih delih prikazuje Henri de Toulouse-Lautrec, mojster plakata. V tem obdobju je pomemben ustvarjalec plakatov tudi Alphonse Mucha.



Alphonse Mucha, Plakat za britansko podjetje 'Cycles Perfecta', 1902, barvna litografija

O sliki

V 20. stoletju se je plakat še močneje uveljavil. Oblikovni slogi na njih so bili navadno odmev aktualnih tokov likovne umetnosti.

Ideja, ki jo plakat sporoča in s katero prepričuje občinstvo, mora zbujati pozornost. Tako kot premišljena podoba je pomembna tudi jasna, čitljiva pisava (tipografija). Vpletena čustva pripomorejo k večjemu učinku, barve pa so prav tako sredstvo vzbujanja razpoloženj.

Primeri plakatov:



2 Pazi vroče! Reklamni plakat za pekočo omako



3 Festivalni plakati Lent



NATEČAJ ZA SLOVENSKI OLIMPIJSKI PLAKAT RIO 2016

2. PRAKTIČNO DELO (ki bo tudi ocenjeno. Kriterij ocenjevanja: kompozicija, sporočilnost, izvirnost, čas oddaje)

Spoznali ste različne zvrsti plakata (filmski plakat, športni plakat, reklamni plakat...) in **kaj je njegova naloga (pritegniti občinstvo in predati svoje sporočilo, kaj, kje, kdo, kdaj, zakaj).**

Izdelaj plakat, ki predstavlja tvoj izdelek ali sporočilo (lahko je to film, izid novega albuma, izum nove znamke telefonov, povabilo na zabavo...)

- Plakat izdelaj v katerikoli tehniki in velikosti. Lahko ga narišeš ali naslikaš, lahko uporabiš telefon, tablico ali računalnik v programu SLIKAR ali kakšnem drugem, ki ti je blizu, lahko narediš kolaž (iz kolaž papirja, revij, časopisa...)
- **Preprostost je pri plakatu zelo pomembna**, da bo tvoj plakat čimbolj zanimiv, pa upoštevaš naslednja merila (lahko se tudi samooceniš; 1 točka – nisem upošteval/a, 2 točki – sem delno upošteval/a, 3 točke – sem v celoti upošteval/a):

MERILA:	RAZLAGA:	TOČKE:
Upoštevaj velikost	Poudari tisto kar je pomembno. V primeru teksta naj bo pomembnejša informacija večja in dobro vidna.	3/
Kompozicija	Pomagaj si z že znanimi kompozicijskimi načeli pri izdelavi dinamičnega ali statičnega plakata, odvisno od tvojega sporočila in izdelka.	3/
Premišljena izbira barv	Dober plakat hoče pritegniti pozornost, nato pa hitro predati sporočilo. Uporablaj omejeno število barv ali barve, ki so si med seboj dovolj podobne, da sporočilo ostaja jasno.	3/
Sporočilo in izvirnost	Tvoj plakat lahko predstavi tvoj izdelek na resen, smešen, domiseln način. Uporabi domišljijo in si upaj ustvarjati drugače.	3/

- Dodatna vprašanja in pojasnila ter končane izdelke v obliki fotografij, skenov pošlješ na naslov: likovnaumetnost.dobrovo@gmail.com do vključno četrтка 7.5.2020. Če potrebuješ iz upravičenih razlogov daljši čas, mi sporoči.

Veliko ustvarjalne volje in energije! Potrudi se!